

**PENGEMBANGAN *SERVICES INDICATOR*  
PARIWISATA RAMAH MUSLIM DI KABUPATEN  
SLEMAN, PROVINSI DAERAH ISTIMEWA  
YOGYAKARTA**



Oleh:  
Andika Rendra Bimantara  
**NIM: 19913005**

**TESIS**

Diajukan kepada  
PROGRAM STUDI ILMU AGAMA ISLAM PROGRAM MAGISTER  
FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA  
Untuk memenuhi salah satu syarat guna  
Memperoleh Gelar Magister Ekonomi

**YOGYAKARTA  
2021**

**PENGEMBANGAN *SERVICES INDICATOR*  
PARIWISATA RAMAH MUSLIM DI KABUPATEN  
SLEMAN, PROVINSI DAERAH ISTIMEWA  
YOGYAKARTA**



Oleh:

**Andika Rendra Bimantara**

NIM: 19913005

Pembimbing:

Dr. Anton Priyo Nugroho, SE., MM.

**TESIS**

Diajukan kepada

**PROGRAM STUDI ILMU AGAMA ISLAM PROGRAM MAGISTER  
FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA**

Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna  
Memperoleh Gelar Magister Ekonomi

**YOGYAKARTA  
2021**

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Andika Rendra Bimantara

NIM : 19913005

Konsentrasi : Ekonomi Islam

Judul Tesis : **PENGEMBANGAN *SERVICES INDICATOR*  
PARIWISATA RAMAH MUSLIM DI KABUPATEN  
SLEMAN, PROVINSI DAERAH ISTIMEWA  
YOGYAKARTA**

Menyatakan bahwa tesis ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keasliannya, kecuali bagian yang dirujuk pada sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti bahwa tesis ini merupakan hasil plagiasi terhadap karya orang lain, maka saya bersedia bertanggung jawab atasnya dan saya siap mendapatkan sanksi berdasarkan aturan tata tertib yang berlaku di Universitas Islam Indonesia.

Yogyakarta, 04 Agustus 2021

Yang menyatakan,



Andika Rendra Bimantara

## PENGESAHAN



FAKULTAS  
ILMU AGAMA ISLAM

PROGRAM STUDI  
MAGISTER  
ILMU AGAMA ISLAM

Jl. Demangan Baru No. 24 Lantai II YOGYAKARTA  
Telp dan Fax (0274) 523637

Website : [masterislamic.uii.ac.id](http://masterislamic.uii.ac.id)  
Email: [mis@uii.ac.id](mailto:mis@uii.ac.id)

## PENGESAHAN

Nomor: 165/Kaprodi.IAI-S2/20/Prodi.MIAI-S2/VIII/2021

TESIS berjudul : **PENGEMBANGAN *SERVICES INDICATOR* PARIWISATA  
RAMAH MUSLIM DI KABUPATEN SLEMAN, PROVINSI  
DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**

Ditulis oleh : Andika Rendra Bimantara

N. I. M. : 19913005

Konsentrasi : Ekonomi Islam

Telah dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar Magister Ekonomi.

Yogyakarta, 31 Agustus 2021



Setua,

Dr. D. N. Junanah, M.S

## TIM PENGUJI TESIS



FAKULTAS  
ILMU AGAMA ISLAM



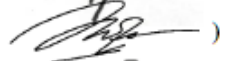


PROGRAM STUDI  
MAGISTER  
ILMU AGAMA ISLAM

Jl. Demangan Baru No. 24 Lantai II YOGYAKARTA  
Telp dan Fax (0274) 523637

Website : master.islamic.uii.ac.id  
Email: msi@uii.ac.id

## TIM PENGUJI UJIAN TESIS

Nama : Andika Rendra Bimantara  
Tempat/tgl lahir : Banyuwangi, 27 Oktober 1997  
N. I. M. : 19913005  
Konsentrasi : Ekonomi Islam  
Judul Tesis : **PENGEMBANGAN *SERVICES INDICATOR* PARIWISATA  
RAMAH MUSLIM DI KABUPATEN SLEMAN, PROVINSI  
DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**

Ketua	: Dr. Drs. YUSDANI, M.Ag.,	(  )
Sekretaris	: Dr. Dra. JUNANAH, MIS.	(  )
Pembimbing	: Dr. Anton Priyo Nugroho, SE., MM	(  )
Penguji	: Dr. Tamyiz Mukharrom, MA	(  )
Penguji	: Dr. M. Roy Purwanto, MA.	(  )

Diuji di Yogyakarta pada Kamis, 26 Agustus 2021

Pukul : 13.00 – 14.00

Hasil : **Lulus**

Mengetahui

Ketua Program Studi

Magister Ilmu Agama Islam FIAI UII



Dr. Dra. Junanah, MIS

## NOTA DINAS



FAKULTAS  
ILMU AGAMA ISLAM

PROGRAM STUDI  
ILMU AGAMA ISLAM  
PROGRAM MAGISTER

Jl. Demangan Baru No. 24 Lantai 8 YOGYAKARTA  
Telp dan Fax (0274) 523637

Website : [masber.iaemic.uii.ac.id](http://masber.iaemic.uii.ac.id)  
Email : [misi@uii.ac.id](mailto:misi@uii.ac.id)

## NOTA DINAS

No.: 162/Kaprodi.IAI-S2/20/Prodi.MIAI-S2/VIII/2021

TESIS berjudul : **PENGEMBANGAN *SERVICES INDICATOR* PARIWISATA  
RAMAH MUSLIM DI KABUPATEN SLEMAN, PROVINSI  
DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**

Ditulis oleh : Andika Rendra Bimantara

NIM : 19913005

Konsentrasi : Ekonomi Islam

Telah dapat diujikan di depan Dewan Penguji Tesis Program Studi Magister Ilmu  
Agama Islam, Fakultas Ilmu Agama Islam, Universitas Islam Indonesia.

Yogyakarta, 26 Agustus 2021

Ketua,



Dr. Dra. Junanah, M.S.

## PERSETUJUAN

Judul : **PENGEMBANGAN *SERVICES INDICATOR* PARIWISATA  
RAMAH MUSLIM DI KABUPATEN SLEMAN,  
PROVINSI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**

Nama : Andika Rendra Bimantara

NIM : 19913005

Konsentrasi : Ekonomi Islam

Disetujui untuk diuji oleh Tim Penguji Tesis Pogram Magister Ilmu Agama Islam  
Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.

Yogyakarta, 04 Agustus 2021

Pembimbing,



Dr. Anton Priyo Nugroho, SE., MM.

## PERSEMBAHAN

Tesis ini saya persembahkan kepada orangtua saya Budi Santoso dan Lucky Maritha Sutanti yang telah memberikan dukungan penuh dan kasih sayangnya, sampai saya dapat menggapai cita-cita yang saya impikan sampai saat ini, dan untuk keluarga yang telah mendoakan dan mendukung saya.





## MOTTO

وَاللَّهُ جَعَلَ لَكُمْ الْأَرْضَ بِسَاطًا ۝  
لِتَسْلُكُوا مِنْهَا سُبُلًا فِجَا جَاءَ ع

“Dan Allah menjadikan bumi untukmu sebagai hamparan,  
Supaya kamu melakukan perjalanan di bumi yang luas itu”<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Kementerian Agama RI, *Al-Qur'an Tajwid Dan Terjemahan* (Bandung: PT SYGMA EXAMEDIA ARKANLEEMA, 2010), hlm. 570-571.

## ABSTRAK

### PENGEMBANGAN *SERVICES INDICATOR* PARIWISATA RAMAH MUSLIM DI KABUPATEN SLEMAN, PROVINSI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

Andika Rendra Bimantara  
NIM: 19913005

Pariwisata merupakan sektor yang sangat potensial bagi perekonomian Indonesia dan telah disadari juga oleh pemerintah. Isu terbaru seputar pariwisata datang dari rencana pengembangan pariwisata ramah Muslim yang telah digalakkan oleh negara-negara OKI, termasuk Indonesia yang memiliki potensi besar di sektor ini. Oleh karena itu, KEMENPAR mulai memilih daerah-daerah sebagai destinasi pariwisata ramah Muslim, salah satunya D.I. Yogyakarta. Dilihat dari indikator layanan (*services*) dalam IMTI, bahwa D.I. Yogyakarta masih sangat kurang. Adapun penelitian ini dilaksanakan di Kabupaten Sleman sebagai Kabupaten dengan persentase wisatawan yang paling tinggi se-Provinsi D.I. Yogyakarta. Adapun indikator layanan terdiri dari Masjid, Hotel, Restoran Halal, Bandara, dan Atraksi, sehingga dibutuhkan pengembangan-pengembangan untuk meningkatkan geliat pariwisata ramah Muslim di D.I. Yogyakarta, khususnya di Kabupaten Sleman. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengembangan destinasi wisata dan pengembangan pariwisata ramah Muslim di Kabupaten Sleman, D.I. Yogyakarta. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Adapun hasil penelitian ini bahwa pengembangan pariwisata ramah Muslim di Kabupaten Sleman belum maksimal karena pemerintah setempat menganggap konsep pariwisata ramah Muslim ini masih belum jelas, maka dari itu pengembangannya lebih tertuju pada pariwisata yang berbasis masyarakat dengan mengandalkan desa wisata. Selain itu, langkah pensertifikasian halal kepada seluruh pengusaha makanan dan restoran juga sedang digencarkan oleh pemerintah, khususnya oleh LPPOM. Hasil lainnya bahwa pengelola wisata di Kabupaten Sleman harus memperhatikan layanan, khususnya akomodasi bagi wisatawannya, dan tempat makanan atau restoran halal untuk melayani wisatawan Muslim.

**Kata Kunci:** *Atraksi, Bandara, Hotel, Masjid, Pariwisata Ramah Muslim, Restoran Halal, Sertifikasi Halal.*

## ABSTRACT

### THE DEVELOPMENT OF *SERVICES INDICATOR* OF MOSLEM FRIENDLY TOURISM IN SLEMAN REGENCY, SPECIAL REGION OF YOGYAKARTA PROVINCE

Andika Rendra Bimantara

**NIM: 19913005**

Tourism is a sector with great potential for the Indonesian economy and the government has realized it. The latest issue around tourism comes from the Muslim-friendly tourism development plan that has been promoted by OIC countries, including Indonesia which has great potential in this sector. Therefore, Ministry of Tourism begins to choose the areas as Muslim-friendly tourism destinations, one of which is Special Region of Yogyakarta. As seen from the service indicators in IMTI, Yogyakarta is still seen highly lacking. This study was conducted in Sleman Regency as a regency with the highest percentage of tourists in Yogyakarta. The service indicators consist of Mosques, Hotels, Halal Restaurants, Airports, and Attractions and for this, development is needed to increase Muslim-friendly tourism in D.I. Yogyakarta, especially in Sleman Regency. This study aims to analyse the development of tourist destinations and the development of Muslim-friendly tourism in Sleman Regency, Yogyakarta. It used a qualitative method with a case study approach. The results of this study indicated that the development of Muslim-friendly tourism in Sleman Regency has not been maximized as the local government considered the concept of Muslim-friendly tourism unclear; therefore, its development should be more focused on community-based tourism by relying on tourist villages. In addition, the step of halal certificate for all food and restaurant entrepreneurs is also being intensified by the government, particularly by LPPOM. Another result showed that tourism managers in Sleman Regency must concern with the services, especially accommodation for tourists, and halal food or restaurant places to serve Muslim tourists.

**Keywords:** *Attraction, Airport, Hotel, Mosque, Moslem Friendly Tourism, Halal Restaurant, Halal Certificate*

August 05, 2021

TRANSLATOR STATEMENT

The information appearing herein has been translated by a Center for International Language and Cultural Studies of Islamic University of Indonesia  
CILACS UII Jl. DEMANGAN BARU NO 24  
YOGYAKARTA, INDONESIA.  
Phone/Fax: 0274 540 255

**PEDOMAN TRANSLITERASI  
ARAB-LATIN**

Sesuai dengan SKB Menteri Agama RI,  
Menteri Pendidikan dan Menteri Kebudayaan RI  
No. 158/1987 dan No.0543 b/U/1987  
Tertanggal 22 Januari 1988

**I. Konsonan Tunggal**

HURUF ARAB	NAMA	HURUF LATIN	NAMA
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Bâ'	<i>B</i>	-
ت	Tâ	<i>T</i>	-
ث	Sâ	<i>Ṣ</i>	S (dengan titik di atas)
ج	Jîm	<i>J</i>	-
ح	Hâ'	<i>Ḥa'</i>	H (dengan titik di bawah)
خ	Khâ'	<i>Kh</i>	-
د	Dâl	<i>D</i>	-
ذ	Zâl	<i>Ẓ</i>	Z (dengan titik di atas)
ر	Râ'	<i>R</i>	-
ز	Zâ'	<i>Z</i>	-
س	Sîn	<i>S</i>	-
ش	Syîn	<i>Sy</i>	-
ص	Sâd	<i>Ṣ</i>	S (dengan titik di bawah)
ض	Dâd	<i>Ḍ</i>	D (dengan titik di bawah)
ط	Tâ'	<i>Ṭ</i>	T (dengan titik di bawah)
ظ	Zâ'	<i>Ẓ</i>	Z (dengan titik di bawah)
ع	'Ain	'	Koma di atas
غ	Gaîn	<i>G</i>	-
ف	Fâ'	<i>F</i>	-
ق	Qâf	<i>Q</i>	-
ك	Kâf	<i>K</i>	-
ل	Lâm	<i>L</i>	-
م	Mîm	<i>M</i>	-
ن	Nûn	<i>N</i>	-
ه	Wâwu	<i>W</i>	-

و	Hâ'	H	-
ء	Hamzah	-	Apostrof
ي	Yâ'	Y	-

## II. Konsonan Rangkap karena *Syaddah* ditulis rangkap

متعددة	Ditulis	<i>Muta'addidah</i>
عدة	Ditulis	<i>'iddah</i>

## III. Ta' marbūtah di akhir kata

a. Bila dimatikan tulis *h*

حكمة	Ditulis	<i>ḥikmah</i>
جزية	Ditulis	<i>Jizyah</i>

(Ketentuan ini tidak diperlukan, bila kata-kata arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia, seperti zakat, salat dan sebagainya. Kecuali bila dikehendaki lafal aslinya)

b. Bila *ta' marbūtah* diikuti dengan kata sandang “*al*” serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan *h*.

كرامة الأولياء	Ditulis	Karâmah al-auliyâ
----------------	---------	-------------------

c. Bila *ta' marbūtah* hidup atau dengan harakat, fathah, kasrah dan dammah ditulis *t*

زكاة الفطر	Ditulis	<i>Zakat al-fiṭr</i>
------------	---------	----------------------

## IV. Vokal Pendek

-----َ	<i>Fathah</i>	Ditulis	A
-----ِ	<i>Kasrah</i>	Ditulis	I
-----ُ	<i>Dammah</i>	Ditulis	U

## V. Vokal Panjang

<i>Fathah</i> + alif	Ditulis	Â
جاهلية	Ditulis	<i>Jâhiliyah</i>
<i>Fathah</i> + ya' mati	Ditulis	Ā
تنسى	Ditulis	<i>Tansâ</i>
<i>Kasrah</i> + ya' mati	Ditulis	Î
كريم	Ditulis	<i>karîm</i>

<i>Dammah + wawu mati</i>	Ditulis	û
فروض	Ditulis	<i>Furûd</i>

## VI. Vokal Rangkap

1	<i>Fathah + Ya' mati</i>	Ditulis	<i>Ai</i>
	بينكم	Ditulis	<i>Bainakum</i>
2	<i>Fathah + wawu mati</i>	Ditulis	<i>Au</i>
	قول	Ditulis	<i>Qaul</i>

## VII. Vokal Pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan apostrof

أنتم	Ditulis	<i>a'antum</i>
أعدت	Ditulis	<i>u'iddat</i>
لئن شكرتم	Ditulis	<i>la'in syakartum</i>

## VIII. Kata Sandan *alif + Lam*

### a. Bila di ikuti huruf *qomariyyah*

القرآن	Ditulis	<i>al-Qur'an</i>
القياس	Ditulis	<i>al-Qiyâs</i>

### b. Bila diikuti huruf *syamsiyah* ditulis dengan menggunakan huruf *syamsiyyah* yang mengikutinya, serta menghilangkan huruf *l* (el)-nya

السماء	Ditulis	<i>As-Samâ'</i>
الشمس	Ditulis	<i>Asy-Syams</i>

## IX. Penulisan kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya.

ذوى الفروض	Ditulis	<i>zawi al-furûd</i>
أهل السنة	Ditulis	<i>Ahl as-Sunnah</i>

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

الحمد لله الذي هدانا لهذا الذي جعل في كل حادث حكمة وفي كل أمر نعمًا، وأصلي وأسلم على نبينا محمد صلى الله عليه وسلم، أرسل الله إلينا نورًا، الهادي إلى الحق وسبيله، الداعي إليه بقوله وفعله والمؤثر له على نفسه وأهله وذريّاته والمعرض عن نعيم الدنيا لأجله وعلى آله وأصحابه ومن تبعه بإحسان إلى يوم الدين، أما بعد.

Segala puji bagi Allah Swt yang telah memberikan nikmat, rahmat dan karunia-Nya yang tidak terhingga, yang telah menurunkan agama Islam sebagai rahmat untuk seluruh alam. Salawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW yang telah mengantarkan kita pada cahaya Islam yang terang benderang ini, serta bagi keluarga dan sahabat beliau yang selalu menemaninya dalam perjuangan untuk menegakkan agama Islam di muka bumi ini, juga bagi umatnya yang senantiasa mengikuti jejaknya hingga akhir zaman nanti.

Dalam penyelesaian tesis dengan judul “***Pengembangan Services Indicator Pariwisata Ramah Muslim Di Kabupaten Sleman, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta***” ini, peneliti sadar bahwa dalam penyusunannya masih jauh dari kata sempurna dan peneliti telah mendapatkan bimbingan, bantuan, serta dorongan dari berbagai pihak. Oleh karenanya, dengan rasa hormat dan kerendahan hati, peneliti menghaturkan terima kasih kepada:

1. Prof. Fathul Wahid, S.T., M.Sc., Ph.D., selaku Rektor Universitas Islam Indonesia.
2. Dr.Tamyiz Mukharrom, MA. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
3. Dr. Rahmani Timorita Yulianti, M.Ag sebagai Ketua Jurusan Studi Islam FIAI UII.
4. Dr. Junanah, MSI, selaku Ketua Program Studi Magister Ilmu Agama Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
5. Dr. Anton Priyo Nugroho, SE., MM., selaku dosen pembimbing tesis atas segala bimbingan serta arahan yang diberikan.
6. Seluruh Dosen di Magister Ilmu Agama Islam UII yang telah mendidik dan memberikan ilmu yang tidak ternilai kepada peneliti.
7. Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman, LPPOM-MUI Yogyakarta, pengelola wisata Tebing Breksi dan Desa Wisata Gamplong yang telah bersedia menerima peneliti dalam mendapat data-data dalam tesis ini.
8. Kedua orangtua peneliti Bapak dan Ibu, Budi Santoso dan Lucky Maritha Sutanti serta seluruh keluarga besar peneliti yang telah memberikan dukungan serta doa dan motivasi kepada peneliti.
9. Saudara kandung saya, Dita Ayu Puspaningrum dan Tegar Taruna Perkasa yang telah memberi dukungan doa dan moril untuk peneliti selama berkuliah di Universitas Islam Indonesia.
10. Orang terdekat peneliti, Galih Aisia yang telah mendukung dan selalu mendoakan kelancaran peneliti dalam penyusunan tesis ini.



11. Sahabat-sahabat peneliti, Siti Nurma Rosmitha, Ajeng Retno Wijaya, Dhiyaul Aulia Zulni, Mardian Suryani, Aulia Rahmi, Meichio Lesmana, Ahmad Nur Hidayat, Ikkal Husein dan Indra Sholeh Husni yang selalu memberikan semangat, motivasi, dan kasih sayangnya selama peneliti menuntut ilmu di Universitas Islam Indonesia.

12. Keluarga besar Universitas Islam Indonesia, terkhusus teman-teman yang telah kebersamai peneliti di kelas Ekonomi Islam Magister Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia angkatan 2019/2020 dalam setiap langkah.

Penulis menyadari bahwa penulisan tesis ini jauh dari kata sempurna. Maka dari itu peneliti membuka lebar pintu saran serta kritik yang sifatnya membangun guna memperbaiki dan menyempurnakan kekurangan yang ada dalam penulisan tesis ini.

Yogyakarta, 04 Agustus 2021  
Penulis



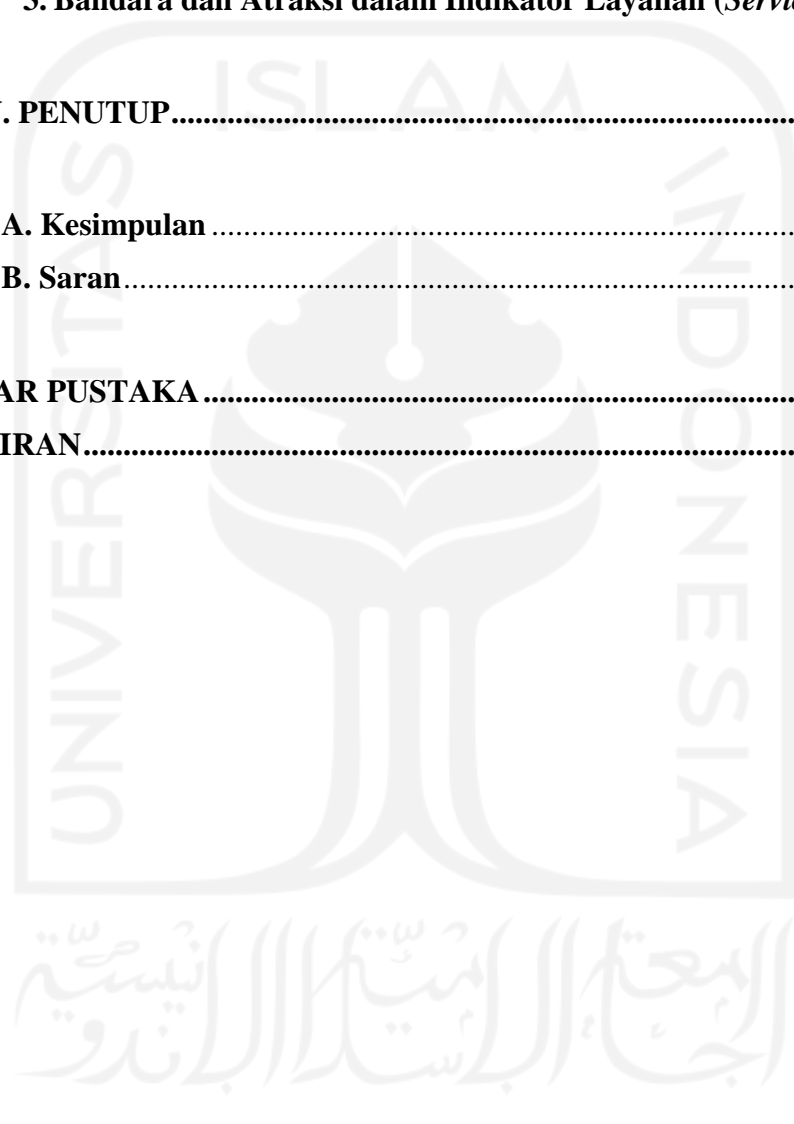
Andika Rendra Bimantara

## DAFTAR ISI

<b>HALAMAN JUDUL .....</b>	<b>i</b>
<b>PERNYATAAN KEASLIAN.....</b>	<b>ii</b>
<b>PENGESAHAN .....</b>	<b>iii</b>
<b>TIM PENGUJI .....</b>	<b>iv</b>
<b>NOTA DINAS.....</b>	<b>v</b>
<b>PERSETUJUAN.....</b>	<b>vi</b>
<b>PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vii</b>
<b>MOTTO .....</b>	<b>viii</b>
<b>ABSTRAK .....</b>	<b>ix</b>
<b>ABSTRACT .....</b>	<b>x</b>
<b>PEDOMAN TRANSLITERASI .....</b>	<b>xi</b>
<b>KATA PENGANTAR.....</b>	<b>xiv</b>
<b>DAFTAR ISI.....</b>	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xx</b>
<b>BAB I. PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
<b>A. Latar Belakang .....</b>	<b>1</b>
<b>B. Fokus dan Pertanyaan Penelitian .....</b>	<b>17</b>
<b>C. Tujuan .....</b>	<b>18</b>
<b>D. Manfaat Penelitian .....</b>	<b>18</b>
<b>E. Sistematika Pembahasan .....</b>	<b>19</b>
<b>BAB II. KAJIAN PENELITIAN TERDAHULU DAN</b>	
<b>KERANGKA TEORI.....</b>	<b>21</b>

<b>A. Kajian Penelitian Terdahulu</b> .....	21
<b>B. Kerangka Teori</b> .....	44
1. <b>Pariwisata</b> .....	44
2. <b>Pariwisata Ramah Muslim</b> .....	56
3. <b>Pariwisata Ramah Muslim Perspektif Ekonomi Islam</b> .....	70
4. <b>ACES Model</b> .....	78
5. <i>Services (Layanan)</i> .....	82
<b>BAB III. METODE PENELITIAN</b> .....	92
<b>A. Jenis dan Pendekatan Penelitian</b> .....	92
1. <b>Jenis Penelitian</b> .....	92
2. <b>Pendekatan Penelitian</b> .....	93
<b>B. Tempat atau Lokasi Penelitian</b> .....	93
<b>C. Informan Penelitian</b> .....	95
<b>D. Teknik Penentuan Informan</b> .....	96
<b>E. Teknik Pengumpulan Data</b> .....	97
<b>F. Keabsahan Data</b> .....	102
<b>G. Teknik Analisis Data</b> .....	103
<b>BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN</b> .....	105
<b>A. Kondisi Geografis Kabupaten Sleman</b> .....	105
<b>B. Profil Wisata Tebing Breksi</b> .....	108
<b>C. Profil Desa Wisata Gamplong</b> .....	110
<b>D. Pengembangan Pariwisata Ramah Muslim Di Kabupaten Sleman, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta</b> .....	112
1. <b>Kontradiksi Pariwisata Ramah Muslim</b> .....	112
2. <b>Pengembangan Desa Wisata dan Berbasis Masyarakat</b> .....	118
3. <b>Program Sertifikasi Produk Halal</b> .....	121

<b>E. Pengembangan Indikator Layanan (<i>Services</i>) Pariwisata Ramah Muslim Pada Destinasi Wisata Di Kabupaten Sleman, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta .....</b>	<b>133</b>
<b>1. Wisata Tebing Breksi .....</b>	<b>133</b>
<b>2. Desa Wisata Gamplong .....</b>	<b>152</b>
<b>3. Bandara dan Atraksi dalam Indikator Layanan (<i>Services</i>) .....</b>	<b>165</b>
<b>BAB V. PENUTUP .....</b>	<b>192</b>
<b>A. Kesimpulan .....</b>	<b>192</b>
<b>B. Saran .....</b>	<b>194</b>
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>196</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>i</b>



## DAFTAR TABEL

- Tabel 1. Jumlah Wisatawan Mancanegara yang berkunjung ke Indonesia, 2
- Tabel 2. Peringkat Indonesia dalam GMTI *Index*, 8
- Tabel 3. Penjabaran Indikator Dalam ACES Model, 10
- Tabel 4. Jumlah Wisatawan yang Berkunjung ke DIY Periode 2015-2019, 13
- Tabel 5. Skor GMTI Daerah Istimewa Yogyakarta, 15
- Tabel 6. Penelitian Terdahulu, 35
- Tabel 7. Jenis-jenis Pariwisata, 47
- Tabel 8. Surat Dalam Al-Qur'an yang Berhubungan Dengan Pariwisata, 61
- Tabel 9. Kriteria Destinasi Pariwisata dari KEMENPAREKRAF, 70
- Tabel 10. Persentase Masing-masing Indikator *Services* Pada IMTI *Report*, 85
- Tabel 11. Sub-kriteria Dalam Indikator *Services* Pada IMTI *Report*, 90
- Tabel 12. Indikator Untuk Panduan Observasi, 98
- Tabel 13. Pembagian Wilayah Administrasi Kabupaten Sleman, 105
- Tabel 14. Daftar Nama Restoran yang Telah Tersertifikasi Halal di Provinsi DIY, 130
- Tabel 15. Bantuan-bantuan yang Diterima Pengelola Tebing Breksi, 134
- Tabel 16. Hasil Observasi Pada Indikator Masjid di Wisata Tebing Breksi, 140
- Tabel 17. Hasil Observasi Pada Indikator Hotel di Wisata Tebing Breksi, 142
- Tabel 18. Hasil Observasi Pada Indikator Restoran Halal di Wisata Tebing Breksi, 149
- Tabel 19. Hasil Observasi Pada Indikator Masjid di Desa Wisata Gamplong, 160
- Tabel 20. Hasil Observasi Pada Indikator Restoran Halal di Desa Gamplong, 163
- Tabel 21. Hasil Observasi Pada Indikator Bandara, 167
- Tabel 22. Daftar Alamat Mall di Kabupaten Sleman, 169
- Tabel 23. Tabel Pembahasan, 18

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang**

Indonesia telah lama dikenal dengan pesona pariwisatanya. Beragam destinasi wisata yang dipadukan dengan keindahan alam serta kemajemukan budaya di sepanjang wilayah Indonesia inilah yang mampu menarik minat calon wisatawan, baik wisatawan domestik maupun mancanegara. Hal ini membuat kunjungan wisatawan cenderung stabil dan meningkat di tiap tahunnya. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (KEMENPAREKRAF) mencatat bahwa di tahun 2019, Indonesia kedatangan wisatawan mancanegara sebanyak 16.106.954 orang. Lebih tinggi dari tahun-tahun sebelumnya, yakni 15.810.305 wisatawan di tahun 2018, 14.039.799 wisatawan di tahun 2017, dan 12.023.971 wisatawan di tahun 2016.<sup>1</sup> Untuk lebih jelasnya, berikut adalah tabel perbandingannya:

---

<sup>1</sup> Kemenparekraf, "Data Kunjungan Wisatawan Mancanegara Ke Indonesia", dikutip dari <https://www.kemenparekraf.go.id/post/data-kunjungan-wisatawan-mancanegara-bulanan-tahun-2019.>, diakses pada hari Kamis 10 September 2020 Pukul 14.35 WITA

Tabel 1 Jumlah Wisatawan Mancanegara  
yang Berkunjung ke Indonesia

Tahun	Jumlah Kumulatif Wisatawan Mancanegara yang Berkunjung ke Indonesia
2019	16.106.954 wisatawan
2018	15.810.305 wisatawan
2017	14.039.799 wisatawan
2016	12.023.971 wisatawan

Sumber: Kemenparekraf.go.id

Dengan menggeliatnya sektor pariwisata ini, otomatis akan menarik sektor lainnya untuk berkembang pula. Ini dikarenakan adanya hal yang berkesinambungan antara sektor pariwisata dengan sektor lainnya, seperti sektor pertanian, peternakan, perkebunan, kesenian/kerajinan *home industry*, dan lain sebagainya. Dari satu kesatuan itulah yang nantinya mampu menghasilkan penambahan devisa serta dapat digunakan pula sebagai sarana untuk menyerap tenaga kerja sehingga outputnya dapat mengentaskan angka pengangguran dan kemiskinan. Keinginan untuk meningkatkan pengembangan pariwisata di Indonesia pada dasarnya didasari oleh beberapa faktor, yakni:<sup>2</sup>

1. Berkurangnya minyak sebagai penghasil devisa utama
2. Menurunnya nilai ekspor non migas
3. Prospek pariwisata yang memiliki kecenderungan meningkat
4. Potensi pariwisata

Hal inipun disadari oleh pemerintah sebagai sebuah peluang untuk meningkatkan taraf perekonomian nasional. Menurut Menteri Pariwisata dan

---

<sup>2</sup> James J. Spillane, *Ekonomi Pariwisata Sejarah Dan Prospeknya* (Yogyakarta: Kanisius, 1987), hlm. 40.

Ekonomi Kreatif, di tahun 2014 sektor pariwisata kala itu menduduki peringkat keempat sebagai penyumbang devisa negara dengan nominal sebesar 10,05 miliar dollar AS di bawah migas, batu bara, dan CPO. Namun, seiring berjalannya waktu di tahun 2016 sektor pariwisata berhasil naik ke posisi dua dengan perolehan 13,56 miliar dollar AS.<sup>3</sup> Karena itu, pemerintah yakin bahwa sektor pariwisata ini akan menjadi sumber devisa utama untuk menambah pundi-pundi APBN.

Isu terbaru yang ada kaitannya terhadap sektor pariwisata datang dari rencana pengembangan pariwisata ramah Muslim atau pariwisata halal yang semakin gencar digalakkan oleh banyak negara Muslim, seperti yang dilakukan oleh negara-negara anggota OKI (Organisasi Kerjasama Islam), termasuk Indonesia. Perlu diketahui bahwa industri ramah Muslim memiliki potensi yang sangat besar. Pariwisata ramah Muslim telah mendapatkan banyak perhatian dari negara serta pemangku kepentingan di industri ini sejak awal diluncurkannya bisnis perhotelan yang berkonsep syarī'ah. *Muslim Friendly Tourism* atau pariwisata ramah muslim adalah salah satu industri jasa yang fokusnya ada pada penyediaan jasa di bidang pariwisata serta perhotelan yang sangat menitikberatkan pada akomodasi, makanan dan minuman serta kegiatan *travelling*. Seluruh layanan ini berbasis syarī'ah yang bertujuan untuk memanjakan wisatawan yang membutuhkan layanan yang ramah Muslim.<sup>4</sup>

---

<sup>3</sup> "Infrastruktur Berperan Penting Untuk Kemajuan Pariwisata", dikutip dari <https://travel.kompas.com/read/2019/06/24/113626327/infrastruktur-berperan-penting-untuk-kemajuan-pariwisata?page=all>, diakses pada hari Kamis tanggal 10 September 2020 pukul 14.55 WITA.

<sup>4</sup> Azreen Hamiza Binti Abdul Aziz, "Muslim Friendly Tourism: Concept, Practices and Challenges in Malaysia," *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences* 8, no. 11 (2018), hlm. 355–363.



Esensi pariwisata ramah Muslim sendiri terletak pada usaha meninggalkan segala hal yang membahayakan dan mendekatkan manusia pada hal yang nantinya membawa manfaat bagi dirinya serta lingkungan. Esensi lain dari pariwisata ramah Muslim adalah melakukan perjalanan atau berwisata untuk mengajak orang lain mendekatkan diri kepada Allah dan untuk menyampaikan kepada umat manusia ajaran Islam yang diwahyukan kepada Nabi Muhammad SAW.<sup>5</sup> Ada beberapa pandangan dalam Islam terkait pariwisata. *Pertama*, perjalanan dianggap sebagai ibadah, karena perjalanan termasuk salah satu kewajiban dari rukun Islam, yaitu haji pada bulan tertentu dan umrah yang dilaksanakan sepanjang tahun menuju baitullah. *Kedua*, berwisata dalam Islam bertujuan untuk mendapat ilmu pengetahuan dan berpikir. Islam melihat kegiatan berwisata ini begitu penting untuk dilakukan oleh setiap Muslim sebagai cara untuk mengambil ibrah dan pelajaran dari kegiatan berwisata ini. Sebagaimana firman Allah SWT dalam al-Qur'an Surat Al-Mulk ayat 15 yang berbunyi:

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ ذُلُولًا فَامْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا  
مِنْ رِزْقِهِ <sup>ط</sup> وَإِلَيْهِ النُّشُورُ

---

<sup>5</sup> Aan Jaelani, "Halal Tourism Industry in Indonesia: Potential and Prospects," *SSRN Electronic Journal*, no. 76237 (2017), hlm. 5.

*“Dialah yang menjadikan bumi untuk kamu yang mudah dijelajahi, maka jelajahilah di segala penjurunya dan makanlah sebagian dari rezeki-Nya. Dan hanya kepada-Nyalah kamu (kembali setelah) dibangkitkan”.*<sup>6</sup>

Berdasar dari ayat al-Qur’an yang telah dipaparkan sebelumnya, bahwa Allah SWT menganjurkan kita selaku hambanya di muka bumi untuk melakukan perjalanan dan mengambil hikmah dari setiap perjalanan yang telah dilalui. *Ketiga*, tujuan utama dari perjalanan wisata dalam Islam adalah sebagai sarana untuk mengajak orang lain untuk mendekatkan diri kepada Allah serta untuk menyampaikan ajaran Islam yang diwahyukan kepada Nabi Muhammad SAW. Inilah misi Nabi serta para sahabat beliau. Sahabat-sahabat Nabi menyebar ke seluruh penjuru dunia, mengajarkan kebaikan dan mengajak mereka untuk berjalan pada kebenaran, sehingga akan membuat jiwa manusia lebih beriman akan keesaan Allah dan akan membantu seseorang untuk memenuhi kewajiban hidupnya.<sup>7</sup>

Ada banyak cara untuk memaksimalkan potensi perkembangan pariwisata ramah Muslim, dan hal tersebut dapat dilakukan dari berbagai sektor, diawali dari fasilitas, destinasi, media, bisnis, serta paket-paket wisata yang ada. Dari segi fasilitas misalnya, banyak peluang bisnis yang selama ini belum dikembangkan, seperti SPA dan salon yang operasionalnya sesuai dengan ajaran Islam. Optimalisasi kawasan tempat singgah, contohnya adalah hotel serta restoran juga dapat menjadi penunjang tambahan. Selain segi fasilitas, yang dapat

---

<sup>6</sup> Tim Penerjemah Kementerian Agama RI, Al-Qur’an Tajwid dan Terjemahan, (Bandung, SYGMA EXAMEDIA ARKANLEEMA), hlm. 563.

<sup>7</sup> Aan Jaelani, “Halal ...”, hlm. 6.

dikembangkan adalah segi destinasi wisata. Yakni dengan memberi penjelasan terkait lokasi wisata melalui pramuwisata serta media lain sehingga kawasan atau lokasi wisata jauh dari sesuatu yang mengundang *kemudhorotan* dan kesesatan. Pada dasarnya, pariwisata halal atau ramah Muslim ini hampir sama dengan pariwisata yang dikenal pada umumnya, namun pada pariwisata halal terdapat beberapa hal yang wajib diwujudkan yaitu terkait sarana serta prasarana yang digunakan, dan beberapa fasilitas yang dapat memudahkan wisatawan Muslim untuk melaksanakan seluruh aktifitas yang ada kaitannya dengan ibadah serta aktifitas lain yang sesuai dengan ajaran Islam.<sup>8</sup>

Dalam kaitannya dengan ekonomi Islam, Yusuf Qardhawi menyatakan, pada dasarnya karakter ekonomi Islam itu meliputi empat hal utama, yaitu *ulûhiyyah*, *insâniyyah*, *akhlaqiyyah*, dan *wasathîyyah*.<sup>9</sup> Sedangkan menurut Syed Nawab Haider Naqvi, ciri-ciri ekonomi Islam adalah meliputi kesatuan (*tauḥid*), keseimbangan (*al-‘adl wa al-iḥsan*), kehendak bebas (*ikhtiar*), serta tanggung jawab (*fardh-responsibility*).<sup>10</sup> Terakhir sebagai pelengkap adalah pendapat dari Adiwarman A. Karim yang pendapatnya antara lain *tauḥid*, *‘adl khilafah*, *nubûwwah*, dan *ma’ad (return)*.<sup>11</sup> Bertolak dari ketiga pandangan di atas, dapat disimpulkan bahwa paling tidak ekonomi Islam memiliki ciri-ciri, yaitu ketuhanan (*ulûhiyyah-rubûbiyyah*), kemanusiaan (*insâniyyah*), norma etika (*akhlaqiyyah*),

---

<sup>8</sup> Azhar Hapiz Rangkuti, “Analisis Potensi Pengembangan Pariwisata Ramah Muslim Daerah Istimewa Yogyakarta”, *Tesis*, Yogyakarta: UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2017, hlm. 3-4.

<sup>9</sup> Yusuf Qardhawi, *Dawr Al-Qiyam Wa Al-Akhlaq Fi Al-Iqtishad Al-Islami*, (Kairo: Maktabah Wahbah, 1995).

<sup>10</sup> Syed Nawab Haider Naqvi, *Islam, Economics, and Society*, (London and New York: Kegan Paul International, 1994).

<sup>11</sup> Adiwarman A. Karim, *Ekonomi Mikro Islami*, (Jakarta: The International Institute of Islamic Thought Indonesia, 2002), hlm. 7.

keseimbangan (*wasathiyah*), kehendak bebas (*ikhtiari*), serta tanggung jawab (*mas'uliyah*) bagi para pelaku yang berkecimpung di dalamnya.<sup>12</sup>

Terkait dengan pariwisata ramah Muslim, Indonesia sebenarnya memiliki potensi besar dalam pengembangan pariwisata halal. Indonesia adalah negara kepulauan terbesar yang memiliki 88% populasi pemeluk agama Islam, yaitu 207.176.162 jiwa. Serta ditambah dengan 17.000 pulau, 300 suku, serta 800.000 masjid yang memiliki potensi besar dalam pengembangan pariwisata halal karena pada dasarnya, budaya Indonesia telah memiliki DNA gaya hidup halal atas seluruh data yang dipaparkan sebelumnya.<sup>13</sup> Hal inipun didukung oleh tingkat pertumbuhan pasar pariwisata ramah Muslim yang pesat hingga diproyeksikan di tahun 2020, wisatawan Muslim akan meningkat hingga di angka 180 juta wisatawan dengan tingkat pertumbuhannya rata-rata adalah 9,08%.<sup>14</sup> Potensi ini kian baik dengan tambahan data dari *Mastercard-Crescentrating* yang melaporkan bahwa Indonesia sudah merangsek naik menuju posisi kedua dengan skor yang identik dengan negara Malaysia sebagai pemuncak peringkat. Adapun peringkat dan skor GMTI *report* Indonesia selama 4 tahun terakhir seperti yang ada dalam tabel di bawah ini:<sup>15</sup>

---

<sup>12</sup> Muhammad Djakfar, *Pariwisata Halal Perspektif Multidimensi*, (Malang: UIN-Maliki Press, 2019), hlm. 137.

<sup>13</sup> Faizul Abrori, *Pariwisata Halal Dan Peningkatan Kesejahteraan*, (Malang: Literasi Nusantara, 2020), hlm. 2.

<sup>14</sup> Muhammad Djakfar, *Pariwisata...*, hlm. ixi.

<sup>15</sup> Mastercard-Crescentrating GMTI Series Report, *Indonesia Muslim Travel Index 2019*, hlm. 8.

Tabel 2 Peringkat Indonesia dalam GMTI *Index*

	Tahun			
	2016	2017	2018	2019
Peringkat	4	3	2	2
Skor	70,6	72,6	72,8	78

Sumber: GMTI Report, 2019

Oleh karena itu, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (KEMENPAREKRAF) mulai melihat beberapa kawasan di Indonesia yang berpotensi untuk dijadikan sebagai tujuan destinasi wisata halal. Menurut KEMENPAREKRAF, terdapat 13 provinsi yang telah disiapkan untuk dijadikan destinasi wisata halal, diantaranya adalah Nusa Tenggara Barat (NTB), Nanggroe Aceh Darussalam (NAD), Sumatera Barat, Riau, Lampung, Banten, DKI Jakarta, Jawa Barat, Jawa Tengah, Jawa Timur, Yogyakarta, Sulawesi Selatan, dan Bali.<sup>16</sup> Minat terhadap pengembangan pariwisata halal harus direspons dengan pengembangan usaha wisata halal di Indonesia, sehingga nantinya dapat menggerakkan perekonomian nasional.

Namun, faktanya saat ini wisata halal di Indonesia sendiri masih belum optimal. Indonesia sendiri merupakan bagian dari masyarakat global. Sebagai anggota G20, Indonesia tentu berkontribusi besar dalam pembentukan produk domestik bruto (PDB) dunia. Selain itu, Indonesia juga memiliki penduduk mayoritas Muslim terbesar di dunia yang ikut menentukan tren ekonomi syari'ah global. Dengan besarnya penduduk Muslim yang ada, Indonesia menjadi konsumen terbesar dalam mengonsumsi produk halal di pasar internasional. Hal

---

<sup>16</sup> Indah Puspita, & Sunarti, "Analisis Pulau Santen Dengan Konsep Wisata Syari'ah," *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 55, (2018), hlm. 9.

ini berbanding terbalik jika dilihat ketika Indonesia menjadi produsen atau memproduksi produk halal yang masih belum optimal. Ini tercermin dalam ranking Indonesia di tahun 2018 sebagai konsumen pertama di bidang makanan halal, ketiga di bidang *fashion* terkini, kelima di bidang *halal travel* dan rekreasi, serta keenam di bidang farmasi dan kosmetik halal.<sup>17</sup> Khusus di bidang wisata halal, terbukti masih sebatas pengembangan wisata konvensional saja, padahal wisata halal ini berpotensi mendongkrak cadangan devisa negara bagi pasar wisatawan Muslim mancanegara.<sup>18</sup> Industri yang bergerak di sektor pariwisata halal yang pada dasarnya berkiblat pada prinsip-prinsip syari'ah, para pemangku kepentingan/*stakeholders* yang terlibat di dalamnya, seharusnya tidak terjebak kepada kepentingan yang nantinya justru kontraproduksi dengan misi agung yang tersirat dalam makna halal dalam arti yang luas.<sup>19</sup>

*Global Muslim Travel Index* (GMTI) sendiri yang telah disebutkan pada paragraf sebelumnya adalah sekumpulan faktor untuk mengukur dan menunjukkan keramahan wisata yang ada kaitannya dengan konsep pariwisata ramah Muslim. GMTI ditemukan sebagai indeks yang mengukur serta mengamati pertumbuhan dan perkembangan industri pariwisata halal atau ramah Muslim yang ditetapkan secara global. GMTI digunakan untuk menganalisis pola perilaku wisatawan muslim di dunia.<sup>20</sup> Sebagai indeks global, GMTI sendiri terdiri dari

---

<sup>17</sup> Faizul Abrori, *Pariwisata ...*, hlm. 9.

<sup>18</sup> Firdaus Hadi, "Kajian Potensi Dan Strategi Pengembangan Wisata Pantai Syari'ah (Studi Di Pulau Santren, Kabupaten Banyuwangi)," *Jurnal MD*, Vol. 3, (2017), hlm. 102.

<sup>19</sup> Muhammad Djakfar, *Pariwisata Halal Perspektif Multidimensi*, (Malang: UIN Maliki Press, 2017), hlm. 139.

<sup>20</sup> Sainudeen Nisthar and Abdul Majeed Mohamed Mustafa, "An Econometric Analysis of Global Muslim Travel Index: A Study on the Perspectives of Permitted Tourism Industry in the

berbagai macam kriteria yang disingkat menjadi ACES (*Access, Communication, Environment, Services*). Dimana dari masing-masing indikator tersebut dapat terbagi lagi menjadi poin-poin yang lebih spesifik. Terbaru, *Global Muslim Travel Index* (GMTI) telah merevisi ACES Model yang digunakannya.<sup>21</sup> Adapun ACES Model terbaru tersebut adalah sebagai berikut:

Tabel 3 Penjabaran Indikator dalam ACES Model

Access	Communication	Environment	Services
Visa Requirements	Outreach	Safety	Core Needs (Halal Food and Prayer Facilities)
Connectivity	Ease of Communication	Faith Restrictions	Core Services (Hotels and Airports)
Transport Infrastructure	Digital Presence	Visitor Arrivals	Unique Experiences
		Enabling Climate	

Sumber: Global Muslim Travel Index (GMTI), 2019

*Global Muslim Travel Index* (GMTI) sendiri telah ada sejak tahun 2015 yang fungsinya sebagai standar atau patokan penyelenggaraan pariwisata ramah Muslim dalam pasar pariwisata ramah Muslim di dunia. GMTI sendiri memiliki seri-seri khusus yang mewakili negara-negara yang tercakup didalamnya, seri ini diberi nama sesuai negara-negara tersebut, dan Indonesia pun memiliki

---

Global Context,” *International Journal of Economics and Financial Issues* 9, no. 5, (2019), hlm. 44.

<sup>21</sup> Mastercard-CrescentRating, *Global Muslim Travel Index 2019*, hlm.23.

indeksnya sendiri dari hasil pengembangan GMTI ini, yang bernama *Indonesia Muslim Travel Index (IMTI)*.<sup>22</sup>

Dari sekian banyak wilayah di Indonesia yang memiliki potensi destinasi wisatanya, Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) adalah salah satu destinasi wisata unggulan yang dimiliki Indonesia. Daerah Istimewa Yogyakarta unggul dalam hal budaya serta memiliki banyak warisan dari para leluhur yang lestari hingga sekarang.<sup>23</sup> Pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta pada masa kerjanya sekarang, menjadikan pengembangan pariwisata sebagai prioritas utama bersamaan dengan sektor pendidikan dan kebudayaan. Ini juga terlihat dalam visi pembangunan Daerah Istimewa Yogyakarta tahun 2025 yang mewujudkan Daerah Istimewa Yogyakarta sebagai pusat pendidikan, budaya, serta daerah tujuan wisata terkemuka di Asia Tenggara dalam lingkungan masyarakat yang Maju, Mandiri, Sejahtera.<sup>24</sup>

Daerah yang dijadikan destinasi wisata harus memiliki objek wisata serta daya tarik wisata sebagai alat untuk menarik minat calon wisatawan. Sebagai daerah yang sangat kental akan kearifan lokalnya, Daerah Istimewa Yogyakarta menetapkan dan menitikberatkan pariwisatanya menuju pengembangan berbasis sejarah dan budaya. Hal ini akan membuat segala aktivitas pariwisata di Daerah Istimewa Yogyakarta dibingkai dengan kebudayaan serta kearifan lokal.

---

<sup>22</sup> Mastercard-Crescentrating GMTI Series Report, *Indonesia...*, hlm. 8.

<sup>23</sup> Karisma Wahyu Agustina Sunarti dan Rozikan, "Kelayakan Wisata Yogyakarta Sebagai Wisata Halal Tinjauan Dari Fatwa DSN-MUI Nomor : 108/DSN-MUI/X/2016 Tentang Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata Syari'ah (Studi Kasus Di Kota Yogyakarta)", (2016), hlm. 5.

<sup>24</sup> Pemda Daerah Istimewa Yogyakarta, "LKPJ Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta," 2013, diakses pada tanggal 11 September 2020, pukul 13.55 WIB.



Sebenarnya, Daerah Istimewa Yogyakarta tak hanya memiliki potensi wisata dalam bentuk kebudayaan dan sejarah saja, Daerah Istimewa Yogyakarta juga memiliki potensi pariwisata alam yang tak kalah dari potensi sebelumnya. Kondisi topografi di Daerah Istimewa Yogyakarta sangat beraneka ragam, dari yang berbentuk daratan, lereng gunung, serta daerah pantai. Secara topografi, Daerah Istimewa Yogyakarta dapat dikategorikan menjadi empat satuan wilayah, yaitu: 1) Satuan Gunung Merapi, 2) Satuan Pegunungan Selatan atau Pegunungan Seribu, 3) Satuan Pegunungan Kulon Progo, dan 4) Satuan Dataran Rendah.<sup>25</sup> Contoh saja di daerah Gunungkidul sebagai salah satu kabupatennya yang memiliki bentang alam yang indah. Pariwisata di Gunungkidul didominasi oleh destinasi pantai. Menurut data yang dihimpun dari *website* Dinas Pariwisata Gunungkidul, terdapat 22 Pantai sepanjang  $\pm 65$  KM garis pantai yang terhampar di Gunungkidul.<sup>26</sup> Ini menambah opsi bagi para calon wisatawan untuk berkunjung ke Daerah Istimewa Yogyakarta.

Potensi pariwisata yang dimiliki Daerah Istimewa Yogyakarta terbukti telah memberi pemasukan bagi Daerah. Data dari Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta menyebut bahwa capaian indikator PDRB Daerah Istimewa Yogyakarta yang awalnya sebesar Rp. 9.855.064,- di tahun 2019, sampai dengan bulan Desember 2019 terealisasi sebesar Rp. 10.217.676,-. Dengan demikian, maka capaian ini telah melampaui target. Capaian indikator yang dimaksud meliputi 3 (tiga) program pendukung, yaitu: Program Pengembangan Pemasaran,

---

<sup>25</sup> Dinas Pariwisata DIY, *Statistik Kepariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta 2018* (Daerah Istimewa Yogyakarta, 2018).

<sup>26</sup> Heri. Sudarsono, "Pengembangan Potensi Wisata Di Kawasan Pantai Selatan Kabupaten Gunung Kidul, Yogyakarta," *Agriekonomika* 8, (2019), hlm. 82.

Program Pengembangan Industri pariwisata, dan Program Peningkatan SDM dan Kelembagaan Pariwisata.<sup>27</sup> Salah satu indikator lain untuk melihat perkembangan pariwisata di suatu destinasi adalah banyaknya kunjungan wisatawan. Dari data yang bersumber dari Statistik Kepariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta tahun 2019 menunjukkan bahwa adanya pertumbuhan positif jumlah kunjungan wisatawan menuju Daya Tarik Wisata (DTW) di Daerah Istimewa Yogyakarta selama kurun waktu dari tahun 2015 hingga 2019.<sup>28</sup> Berikut adalah tabel selengkapnya:

Tabel 4 Jumlah Wisatawan yang Berkunjung ke Daerah Istimewa Yogyakarta Periode 2015-2019

Tahun	Wisatawan Mancanegara	Wisatawan Nusantara	Jumlah
2015	308.485	3.813.720	4.122.205
2016	355.313	4.194.261	4.549.574
2017	397.951	4.831.347	5.229.298
2018	416.373	5.272.718	5.689.091
2019	433.027	6.116.354	6.549.381

Sumber: Statistik Kepariwisata DIY, 2019

Dengan prospek serta potensi yang begitu besar dan menjanjikan dari tingginya minat wisatawan baik domestik maupun mancanegara yang datang ke Daerah Istimewa Yogyakarta, diharapkan mampu memberikan kontribusi terhadap peningkatan PDB, devisa, Pendapatan Asli Daerah (PAD), dapat membuka

<sup>27</sup> Pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta, *Laporan Kinerja Instansi Pemerintah* (Daerah Istimewa Yogyakarta, 2019), hlm. 3.

<sup>28</sup> Dinas Pariwisata DIY, *Statistik Kepariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta Tahun 2019* (Daerah Istimewa Yogyakarta, 2019), hlm 7.

banyak peluang usaha, dan menambah kesempatan kerja atau dalam kata lain dapat memicu adanya *multiplier effect*.

Daerah Istimewa Yogyakarta sendiri masuk ke dalam 13 provinsi di Indonesia yang akan dijadikan destinasi wisata halal oleh KEMENPAREKRAF. Hal ini pula telah termuat dalam rilis terbaru IMTI (*Indonesia Muslim Travel Index*) Report 2019 yang berisikan 10 provinsi di Indonesia yang berpotensi sebagai daerah pengembangan pariwisata ramah Muslim yang dikeluarkan oleh *Mastercard-Crescentrating* GMTI sebagai lembaga penyusun indeks pariwisata halal skala global. Namun, dari observasi peneliti terhadap data-data sekunder terkait *Indonesia Muslim Travel Index* yang didalamnya terdapat Daerah Istimewa Yogyakarta sebagai salah satu provinsi yang ada dalam indeks, bahwa peringkat Daerah Istimewa Yogyakarta dalam indeks berada pada posisi tujuh dari sepuluh Provinsi lain yang berada di atasnya, seperti Provinsi Nusa Tenggara Barat (NTB), Nangroe Aceh Darussalam (NAD), Riau dan Kepulauan Riau, DKI Jakarta, Sumatera Barat, dan Jawa Barat. Turun dua peringkat dari tahun sebelumnya. Hal ini mencerminkan bahwa Daerah Istimewa Yogyakarta masih perlu perbaikan di segala lini untuk memperkuat potensinya sebagai salah satu provinsi yang disiapkan oleh KEMENPAREKRAF untuk menjadi destinasi wisata halal (*Muslim Friendly Tourism*) di Indonesia. Sorotan utama terkait pengembangan destinasi wisata di Daerah Istimewa Yogyakarta yang perlu ditingkatkan lagi adalah dalam sektor *services* atau pelayanan. Sektor ini masuk dalam salah satu indikator pada ACES Model yang ada di *Global Muslim Travel Index* (GMTI) yang disebut sebagai empat kunci strategi dimana keseluruhan

indikatornya meliputi: *access* (akses), *communication* (komunikasi), *environment* (lingkungan), *service* (layanan) dengan masing-masing indikator juga memiliki pelebaran poin yang lebih spesifik.<sup>29</sup> Sebagai penambah data, adapun skor masing-masing indikator ACES Model Daerah Istimewa Yogyakarta dalam IMTI *Report* pada periode tahun 2019 adalah sebagai berikut:

Tabel 5 Skor IMTI Daerah Istimewa Yogyakarta

	Access (10%)	Communication (15%)	Environment (30%)	Services (45%)	Total
Yogyakarta	89	58	42	48	52

Sumber: Crescentrating-Mastercard IMTI, 2019

Dari empat indikator ini, Daerah Istimewa Yogyakarta memiliki persentase yang kecil pada indikator *environment*, dan indikator *services* yang skornya masing-masing masih dibawah 50. Jika dilihat dari persentase per indikator, *services* memiliki indikator yang tertinggi, yakni 45%. Namun, hal ini berbanding terbalik dengan skor Daerah Istimewa Yogyakarta yang menunjukkan kecilnya skor pada indikator *services*. Kecilnya skor pada indikator ini mengindikasikan adanya permasalahan, khusus pada sektor layanan (*services*). Indikator *services* (layanan) ini berhubungan dengan para *stakeholder*. *Stakeholder* dibutuhkan untuk mengoptimalkan pelaksanaan pembangunan termasuk dalam pembangunan di sektor pariwisata. Adapun *stakeholder* adalah individu, kelompok atau organisasi yang memiliki kepentingan, terlibat, atau dipengaruhi (baik secara positif maupun negatif) oleh kegiatan atau program

<sup>29</sup> Mastercard-Crescentrating GMTI Series Report, *Indonesia ...*, hlm. 13.

pembangunan.<sup>30</sup> Jika dilihat dari peringkat Daerah Istimewa Yogyakarta dalam peringkat IMTI 2019 juga terlihat Daerah Istimewa Yogyakarta hanya menempati urutan ke-7 (tujuh) dari 10 provinsi. Peneliti merasa permasalahan ini perlu diteliti lebih dalam untuk melihat implementasi serta menemukan permasalahan yang ada dengan melaksanakan studi lapangan (*field reseach*) yang diawali dengan menganalisis data-data sekunder terkait. Sehingga diharapkan hasil dari penelitian ini dapat berkontribusi bagi *stakeholders* yang ada dalam lingkup pengembangan pariwisata ramah Muslim sebagai tambahan informasi untuk menciptakan destinasi wisata halal yang baik bagi daerah Daerah Istimewa Yogyakarta sehingga outputnya dapat menaikkan perekonomian daerah.

Terkait dengan lokasi penelitian, perlu diketahui terlebih dahulu bahwa Daerah Istimewa Yogyakarta sendiri terbagi menjadi empat Kabupaten dan satu Kota, yaitu Kabupaten Sleman, Bantul, Gunungkidul, Kulon Progo, dan Kota Yogyakarta.<sup>31</sup> Lebih spesifik, lokasi penelitian dikerucutkan di Kabupaten Sleman dengan alasan bahwa Kabupaten Sleman adalah Kabupaten/Kota terbesar yang didatangi oleh wisatawan Nusantara menurut statistik kepariwisataan Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta tahun 2019.<sup>32</sup>

Lebih spesifik kembali, lokasi penelitian ini didapatkan atas hasil rangkuman data dari statistik kepariwisataan Daerah Istimewa Yogyakarta. Di dalam data tersebut, terdapat statistik jumlah wisatawan yang berkunjung pada

---

<sup>30</sup> Ni'mah A.Hidayah, Simon, & Dedy, "Analisis Peran Stakeholder Dalam Pengembangan Wisata Talang Air Peninggalan Kolonial Belanda Di Kelurahan Pajaresuk Kabupaten Pringsewu Peran Stakeholder Dibutuhkan Untuk Mengoptimalkan Pelaksanaan Pembangunan Termasuk Pembangun," *Jurnal Administrasi Publik* 7 (2019), hlm. 57.

<sup>31</sup> Dinas Pariwisata DIY, *Statistik...*, hlm. iii

<sup>32</sup> *Ibid*, hlm. xxi.

destinasi wisata yang ada di seluruh Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta, dan salah satunya adalah Kabupaten Sleman selama kurun waktu satu tahun. Namun karena adanya kendala perijinan dan rekomendasi dari Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman, adapun dua destinasi wisata pilihan yang telah menjadi lokasi penelitian adalah *pertama*, Tebing Breksi yang didatangi wisatawan domestik sebanyak 1.647.819. lalu *kedua*, adalah Desa Wisata Gamplong yang didatangi oleh 1.133.856 wisatawan domestik. Hal inilah yang melatarbelakangi penulis untuk menentukan lokasi penelitian. Dari beberapa masalah yang telah peneliti paparkan sebelumnya, maka peneliti merasa perlu mengkaji lebih dalam mengenai: **“PENGEMBANGAN *SERVICES INDICATOR* PARIWISATA RAMAH MUSLIM DI KABUPATEN SLEMAN, PROVINSI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA”**.

## **B. Fokus dan Pertanyaan Penelitian**

Untuk menghindari penyimpangan dari pokok-pokok permasalahan yang akan diteliti, adapun rumusan masalah yang diperlukan adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengembangan pariwisata ramah Muslim di Kabupaten Sleman, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta?
2. Bagaimana pengembangan indikator layanan (*services*) pariwisata ramah Muslim pada destinasi wisata di Kabupaten Sleman, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta?

### **C. Tujuan**

Berdasarkan pertanyaan penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya, adapun tujuan penelitian yang ingin dicapai dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengembangan pariwisata ramah Muslim di Kabupaten Sleman, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.
2. Untuk menganalisis pengembangan indikator layanan (*services*) dalam pariwisata ramah Muslim pada destinasi wisata di Kabupaten Sleman, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.

### **D. Manfaat Penelitian**

#### 1. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan mampu untuk memberikan kontribusi pemikiran terhadap keilmuan ekonomi Islam, khususnya dalam ranah pariwisata ramah Muslim sebagai turunan dari praktik ekonomi Islam secara tidak langsung. Selain itu penelitian ini diharapkan mampu menjadi bahan rujukan bagi para akademisi, praktisi, dinas pemerintahan yang terkait, mahasiswa, serta masyarakat umum yang kedepannya mencari referensi mengenai hasil penerapan pariwisata ramah Muslim yang ada di Indonesia, khususnya di Daerah Istimewa Yogyakarta.

#### 2. Secara Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi kontribusi peneliti kepada Universitas Islam Indonesia (UII) sebagai almamater yang telah mendidik peneliti untuk menjadi seseorang yang terdidik serta sebagai ladang ilmu bagi

peneliti yang dimana ladang ilmu tersebut begitu penting bagi kehidupan peneliti kedepannya, khususnya di bidang ekonomi Islam. Diharapkan pula tulisan ini dapat menjadi sumbangan karya ilmiah sebagai pengembangan potensi ekonomi Islam di Indonesia.

#### **E. Sistematika Pembahasan**

Sistematika pembahasan dalam penelitian ini secara keseluruhan terbagi menjadi lima bab yang independen namun saling berkaitan. Di dalam masing-masing bab, terdapat sub bab yang tidak dapat dipisahkan. Adapun pemaparannya sebagai berikut:

BAB I. Dalam bab ini peneliti memaparkan mengenai pendahuluan permasalahan yang dimulai dari latar belakang pengambilan masalah yang akan penulis telaah. Kemudian peneliti memberikan sedikit penjabaran mengenai rumusan masalah yang akan dijawab. Lalu peneliti memberikan penjelasan mengenai tujuan serta kegunaan yang akan diberikan baik kepada peneliti sendiri, pembaca dan lembaga terkait.

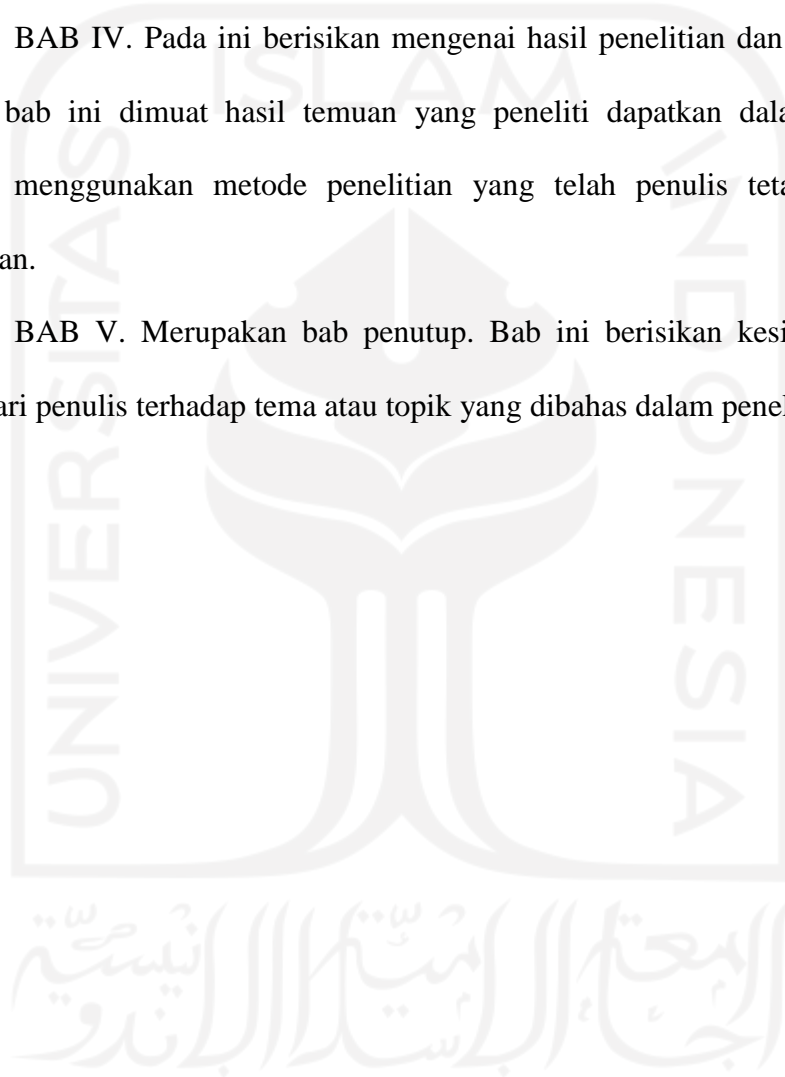
BAB II. Pada bab ini peneliti memberikan penjelasan mengenai kajian penelitian terdahulu dimana berisikan beberapa penelitian yang pernah dilakukan dan relevan serta memiliki kesamaan dalam topik yang peneliti gunakan. peneliti juga memberikan penjelasan mengenai kerangka teori yang dapat menjadi dasar dalam penelitian ini. peneliti memasukkan beberapa teori mengenai pariwisata, pariwisata halal, pengembangan pariwisata halal, keterkaitannya dengan ekonomi Islam dan juga ACES Model sebagai tolok ukur pengembangan pariwisata halal skala global.



BAB III. Pada bab ini peneliti memberikan informasi mengenai metode penelitian yang digunakan. Seperti jenis penelitian dan pendekatan, lokasi penelitian, informan penelitian, teknik penentuan informan, teknik pengumpulan data, keabsahan data dan teknik analisis data.

BAB IV. Pada ini berisikan mengenai hasil penelitian dan pembahasan. Dalam bab ini dimuat hasil temuan yang peneliti dapatkan dalam penelitian dengan menggunakan metode penelitian yang telah penulis tetapkan diawal penelitian.

BAB V. Merupakan bab penutup. Bab ini berisikan kesimpulan serta saran dari penulis terhadap tema atau topik yang dibahas dalam penelitian ini.



## **BAB II**

### **KAJIAN PENELITIAN TERDAHULU DAN KERANGKA TEORI**

#### **A. Kajian Penelitian Terdahulu**

Kajian penelitian terdahulu dibutuhkan untuk menjadi bahan rujukan dalam penentuan metode untuk menganalisis data penelitian. Berikut adalah penelitian-penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini, diantaranya sebagai berikut:

*Pertama*, jurnal penelitian dari Kurniawan Gilang di tahun 2015. Jurnal penelitian ini mengkaji potensi pariwisata halal di Indonesia. Peneliti ini menggunakan aspek pariwisata Timur Tengah dengan outputnya diharapkan dapat menarik minat wisatawan mancanegara khususnya wisatawan dari Timur Tengah untuk berkunjung ke Indonesia. Adapun teori-teori yang digunakan peneliti ini adalah wisata syari'ah, konsep wisata syari'ah, fundamental wisata syari'ah, dan psikologi wisatawan. Analisa yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisa deskriptif kualitatif dengan menggunakan data primer dan sekunder sebagai sumber utama data. Hasil yang didapat peneliti dari ini menyatakan bahwa untuk menggaet wisatawan mancanegara, khususnya yang berasal dari Timur Tengah, langkah-langkah yang perlu direalisasikan adalah, Pertama, perlu adanya peningkatan strategi promosi dengan penggunaan bahasa Arab pada sisi-sisi bandara. Kedua, hubungan dengan agen perjalanan wisata lokal harus ditingkatkan dan dijaga dengan baik. Ketiga, perlu diaktifkan kembali *Tourism*

*Representative Office* (VITO) sebagai pemberi informasi bagi wisatawan mancanegara, terkhusus wisatawan yang berasal dari Timur Tengah.<sup>1</sup>

*Kedua*, jurnal artikel dengan tema “*Halal Tourism: Concepts, Practises, Challenges, and Future*” yang disusun oleh Mohamed Battour dan Mohd Nazari Ismail di tahun 2016. Jurnal artikel ini membahas tentang konsep pariwisata halal beserta komponen-komponen yang membentuk industri serta peluang dan tantangan dalam pengembangan ditambah dengan pemasaran pariwisata halal juga dibahas di dalamnya. Adapun penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan sumber datanya bersifat sekunder dari berbagai macam artikel serta data-data pemerintah. Terdapat temuan-temuan penting dalam penelitian ini yakni salah satu cara yang efektif untuk mengakses pasar wisatawan Muslim adalah dengan menyediakan makanan halal secara luas pada destinasi tujuan. Selain itu, hotel ramah Muslim harus tersedia dalam destinasi wisata atau setidaknya ada bagian terpisah di hotel yang tidak menyediakann minuman beralkohol, daging babi, dan lainnya. Lalu, bandara yang ramah Muslim dianggap sebagai titik awal yang dapat digunakan sebagai alat promosi untuk memasarkan destinasi tersebut sebagai destinasi yang ramah terhadap kaum Muslim.<sup>2</sup>

*Ketiga*, adalah jurnal artikel yang disusun oleh Aan Jaelani di tahun 2017 yang berjudul “*Halal Tourism Industry in Indonesia: Potential and Prospects*”. Jurnal artikel ini bertujuan untuk mendeskripsikan tentang beberapa konsep wisata halal yang menjadi tren ekonomi Islam global dari sisi perkembangan,

---

<sup>1</sup> Kurniawan Gilang Widagdyo, “Analisis Pasar Pariwisata Halal Indonesia,” *The Journal of Tauhidinomics* 1, no. 1 (2015), hlm. 73–80.

<sup>2</sup> Mohamed Battour, & Mohd Nazari Ismail, “Halal Tourism: Concepts, Practises, Challenges and Future,” *Tourism Management Perspectives* 19, no. December (2016): 150–154.

istilah, serta praktik keagamaan khususnya di Indonesia ditambah dengan penelusuran terkait bagaimana perkembangan wisata halal di Indonesia hingga tahun 2016, serta bagaimana pula kebijakan pariwisata pemerintah Indonesia tentang praktik wisata halal dari sisi potensi dan prospek pembangunannya. Adapun teori yang digunakan adalah: 1) Pariwisata dalam Perspektif Al-Qur'an dan Hadist, 2) Konsep tentang Wisata Religi, Wisata syari'ah, dan Wisata Halal dengan menggunakan metode kualitatif dengan tahapan pertamanya dengan menelusuri informasi yang sumbernya dari media cetak dan elektronik serta literatur pariwisata tentang perkembangan wisata halal di dunia dan Indonesia. Lalu, mengumpulkan data yang berupa kebijakan pemerintah tentang pariwisata serta perkembangannya hingga dari KEMENPAREKRAF RI, dan terakhir baru di analisis dengan mendeskripsikan serta menafsirkan data secara khusus. Adapun temuan penelitian dari jurnal artikel ini adalah bahwa untuk mewujudkan Indonesia sebagai kiblat wisata halal dunia, maka strategi pengembangannya diarahkan kepada pemenuhan indeks daya saing pariwisata sebagai indikator utamanya, diantaranya melakukan pembenahan infrastruktur, promosi, penyiapan SDM, khususnya peningkatan kapasitas pelaku usaha pariwisata.<sup>3</sup>

*Keempat*, merupakan penelitian yang disusun oleh Nor Hidayatun Abdul Razak di tahun 2018 yang bertemakan "*Malaysian Accomodation Provider Understanding of Halal Hospitality*". Dimana penelitian ini menyelidiki pemahaman tentang perhotelan halal di antara penyedia akomodasi di Malaysia. Adapun studi ini membahas tiga pertanyaan pokok terkait dengan pemahaman

---

<sup>3</sup> Aan Jaelani, "Halal Tourism Industry in Indonesia: Potential and Prospects", *SSRN Electronic Journal*, (2017), hlm, 1-17.

penyedia akomodasi di Malaysia tentang perhotelan halal dan pemanfaatan situs web masing-masing untuk menginformasikan penyediaan perhotelan halal. Pertama, apa pemahaman penyedia akomodasi Malaysia tentang konsep perhotelan halal? Kedua, apa cara komersial yang penyedia lakukan untuk menyediakan keramahan yang sifatnya halal? Ketiga, bagaimana penyedia akomodasi mengkomunikasikan dimensi sosial, teknis, dan komersial dari perhotelan halal di situs web mereka? Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan wawancara semi-terstruktur sebagai cara untuk mengeksplorasi isu-isu sensitif seputar topik terkait dengan keyakinan agama. Hasil penelitian menunjukkan bahwa banyak penyedia akomodasi Muslim yang memahami konsep perhotelan halal berdasarkan hukum dan peraturan Islam. Namun, baik responden Muslim maupun non-Muslim mengalami kesulitan dalam memenuhi persyaratan perhotelan halal yang ditetapkan oleh pemerintah. Analisis situs web menunjukkan bahwa promosi atribut halal oleh penyedia akomodasi ini sifatnya terbatas. Temuan analisis situs web ini sedikit mengejutkan mengingat fokus yang diakui Malaysia sebagai cara untuk mempromosikan dirinya sebagai tujuan wisata halal internasional.<sup>4</sup>

*Kelima*, merupakan jurnal artikel yang disusun oleh Mohamed Battour pada tahun 2018 yang bertemakan “*Muslim Travel Behavior in Halal Tourism*”. Adapun aspek kajian yang dibahas adalah bagaimana pentingnya untuk mendapatkan terminologi yang tepat dalam bidang pariwisata ramah Muslim atau halal. Disamping itu juga jurnal artikel ini juga membahas bagaimana pentingnya

---

<sup>4</sup> Nor Hidayatun Abdul Razak, “Malaysia Accomodation Providers Understanding of Halal Hospitality” *Tesis*, Selandia Baru: University of Canterbury, 2018, hlm 1-257.

sektor-sektor penunjang kebutuhan wisatawan Muslim seperti: 1) Hotel halal dan ramah Muslim, 2) Makanan halal, 3) Aplikasi telepon ramah Muslim, 4) Bandara ramah Muslim, 5) Liburan halal, 6) Fasilitas dan layanan kesehatan halal, 7) Pelayaran halal, 8) Pakaian renang halal, dan 9) Situs web halal. Temuan penelitian ini adalah bahwa kesadaran di kalangan umat Islam diharapkan meningkat untuk memilih perjalanan Halal dan pilihan ramah Muslim untuk memenuhi kebutuhan mereka dari pilihan umum yang saat ini ditawarkan. Oleh karena itu, destinasi yang lebih baru diharapkan menjadi lebih ramah Muslim seperti Afrika Selatan, Prancis, Spanyol, Australia, Maladewa, dan Korea. Tantangan untuk destinasi baru yang berencana membuat konsep wisata ramah Muslim adalah untuk menyelaraskan tuntutan pengembangan perjalanan halal dengan kebutuhan mereka untuk mencari pariwisata internasional modern.<sup>5</sup>

*Keenam*, adalah sebuah jurnal artikel bersama yang disusun oleh Ying-Chan Liu, I-Jing Li, Shang-Yun, dan Peter J.Sher dengan judul “*What Makes Muslim Friendly Tourism? An Empirical Study on Destination Image, Tourist Attitude, and Travel Intention*” pada tahun 2018. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menguji dan menganalisis keterkaitan antara *Muslim Friendly Tourism* (MFT), sikap wisatawan terhadap destinasi, citra destinasi, dan niat perjalanan dalam industri pariwisata. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner. Adapun hasil dan temuan yang didapat dari penelitian ini adalah pertama, hanya 6 masjid dan sedikit tempat umum serta area di Taiwan yang menyediakan akses ruang untuk

---

<sup>5</sup> Mohamed Battour, “Muslim Travel Behavior in Halal Tourism,” *Mobilities, Tourism and Travel Behavior - Contexts and Boundaries*, no. October 2017 (2018), hlm. 3-16.

sholat yang menyebabkan ketidaknyamanan sholat bagi kaum Muslim yang harus dilakukan lima kali sehari. Kedua, menurut catatan *Chinese Muslim Association*, hanya 104 restoran dan hotel di Taiwan yang telah mendapatkan sertifikasi halal dan sebagian besar berlokasi di kawasan metropolitan. Lalu terakhir, catatan Kementerian Tenaga Kerja menunjukkan bahwa, hingga September 2016, dari enam ratus ribu pekerja migran di Taiwan, hampir dua ratus empat puluh ribu berasal dari Indonesia, dimana lebih dari Sembilan puluh persen beragama Islam. Sehingga diperlukan lingkungan yang bersahabat bagi kaum Muslim agar dapat memberi kesan yang baik bagi umat Islam.<sup>6</sup>

*Ketujuh*, adalah artikel penelitian yang disusun oleh Alwafi Ridho Subarkah pada tahun 2018 dengan tema “Potensi dan Prospek Wisata Halal dalam Meningkatkan Ekonomi Daerah” yang memilih studi kasus di Nusa Tenggara Barat. Dalam pembahasannya, artikel ini lebih mengarah kepada pariwisata halal yang dijadikan sebagai instrumen diplomasi publik Indonesia dengan tujuan agar dapat meningkatkan kunjungan wisatawan serta meningkatkan ekonomi daerah. Menurutnya, kebijakan luar negeri Indonesia dengan menggunakan potensi wisata halal sebagai instrumen diplomasi publik nantinya akan dapat mencapai kepentingan nasional untuk menarik kunjungan wisata, investasi, dan membangun citra sebagai negara yang ramah terhadap wisatawan Muslim. Terdapat dua teori yang digunakan dalam artikel ini, yaitu teori diplomasi publik, dan konsep pariwisata halal. Adapun artikel ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan sifat deduktif yang menjelaskan kebijakan Indonesia dengan menjadikan

---

<sup>6</sup> Ying-chan Liu et al., “What Makes Muslim Friendly Tourism ? An Empirical Study on Destination Image , Tourist Attitude and Travel Intention” 8, no. 5 (2018), hlm. 27–43.

wisata halal sebagai instrumen untuk mencapai kepentingan nasional serta sebagai upaya menaikkan kunjungan dari wisatawan mancanegara. Adapun temuan penting yang didapat dalam artikel ini bahwa diplomasi publik dengan *introducing*, *increasing positive appreciation*, *engaging*, *influencing*, yang dilakukan oleh Indonesia melalui pembangunan wisata halal di Nusa Tenggara Barat dianggap berhasil. Hal ini terlihat dari kunjungan wisatawan Muslim yang mengalami peningkatan serta menarik perhatian investor asing dalam mengembangkan wisata.<sup>7</sup>

*Kedelapan*, merupakan artikel ilmiah yang disusun oleh M. Zaky Mubarak Lubis di tahun 2018 dengan tema “Prospek Destinasi Wisata Halal Berbasis OVOP”, dimana OVOP adalah *One Village One Product*. Lokasi penelitian ini adalah di Sumatera Barat dengan alasan akademiknya adalah karena Sumatera Barat mendapat penghargaan dalam kategori destinasi wisata halal terbaik di Indonesia versi *Travel Detik.com*. Adapun teori-teori yang digunakan adalah teori destinasi pariwisata, wisata syari’ah, dan konsep pengembangan wisata halal berbasis OVOP (*One Village One Product*). Artikel ilmiah ini menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif dengan penyusunan yang berbasis literatur, wawancara, dan observasi. Salah satu temuan yang penting dari penelitian ini adalah bahwa konsep pariwisata halal berbasis *One Village One Product* di Sumatera Barat dapat dilakukan dengan mendorong masing-masing daerah untuk menunjukkan keunikan lokalnya sehingga dapat menjadi ikon pada masing-masing daerah sehingga tidak memangsa pangsa pasar wisatawan yang

---

<sup>7</sup> Alwafi Ridho Subarkah, “Potensi Dan Prospek Wisata Halal Dalam Meningkatkan Ekonomi Daerah (Studi Kasus: Nusa Tenggara Barat)”, *Jurnal Sosial Politik* 4, no. 2 (2018), hlm. 49-67.



datang seperti Istana Pagaruyung yang merupakan konsep OVOP yang berbasis sejarah.<sup>8</sup>

*Kesembilan*, sebuah artikel ilmiah yang dibuat oleh Hanik Fitriani di tahun 2018 yang mengangkat tema tentang “Proyeksi Potensi Pengembangan Pariwisata Perhotelan dengan Konsep Syari’ah”. Penyusun artikel ini berpendapat bahwa ekonomi berbasis Islam akhir-akhir ini sedang mengalami tren peningkatan. Seperti pada sektor kuliner, keuangan Islam, *fashion*, kosmetik, terkhusus lagi pada sektor pariwisata. Menurutnya, industri pariwisata sangat erat hubungannya dengan bisnis akomodasi, khususnya di bidang perhotelan. Potensi pengembangan pariwisata hotel syari’ah menurut penyusun artikel masih belum terpetakan. Perencanaan dan pengembangan kegiatan wisata di suatu wilayah perlu untuk dikembangkan agar tidak stagnan. Adapun teori-teori yang digunakan adalah konsep pariwisata syari’ah, hotel dalam konsep syari’ah, dan hotel sebagai akomodasi syari’ah. Temuan penting yang didapat dari artikel ini bahwa perkembangan hotel syari’ah di Indonesia dapat dikatakan masih stagnan, walaupun MUI telah mengeluarkan standarisasi label syari’ah kepada bisnis perhotelan, namun bentuk serta tahapan pembentukan format syari’ah ini masih belum jelas.<sup>9</sup>

*Kesepuluh*, jurnal penelitian bersama yang disusun oleh Mulyono Jamal, Hamid Fahmi Zarkasyi, Haerul Akmal, dan Tesa Mellina di tahun 2019. Tema jurnal penelitian ini masih dalam kaitannya dengan pariwisata halal, atau lebih

---

<sup>8</sup> Zaky Mubarak Lubis, “Prospek Destinasi Wisata Halal Berbasis OVOP (One Village One Product)”, *Jurnal Kajian Ekonomi Islam* 3, no. 1 (2018): 30–47.

<sup>9</sup> Hanik Fitriani, “Proyeksi Potensi Pengembangan Pariwisata Perhotelan Dengan Konsep Syari’ah”, *Muslim Heritage*, Vol.3, no. 1 (2018), hlm. 41–60.

tepatnya membahas tentang implementasi wisata syarî'ah dalam perspektif syarî'ah. Penelitian ini dilaksanakan di Lombok, Nusa Tenggara Barat. Peneliti memiliki pandangan bahwa untuk mengukur tingkat kesyarî'ahan suatu wisata syarî'ah tidak hanya dari sisi halal dan haram saja, melainkan menggunakan *Maqâsid syarî'ah* sebagai tolok ukurnya. Peneliti beralasan bahwa suatu wisata syarî'ah harus memenuhi lima segmen yang terkandung dalam *Maqâsid syarî'ah*, yaitu: penjagaan terhadap agama, jiwa, akal, keturunan, serta harta. Teori-teori yang digunakan adalah teori wisata syarî'ah, dan teori *Maqâsid syarî'ah*. Adapun penelitian ini bersifat kualitatif dengan metode pengumpulan datanya dilakukan dengan cara wawancara, FGD (*Focus Group Discussion*). Ditambah penelitian ini menggunakan analisis data deskriptif. Temuan penting dari penelitian ini menyatakan bahwa adapun hubungan antara penerapan wisata syarî'ah dengan *Maqâsid syarî'ah*, tercermin pada peraturan yang mewajibkan shalat lima waktu pada obyek wisata syarî'ah, yakni dengan menghentikan semua aktivitas pada waktu-waktu sholat, menghilangkan sarana kesyirikan yang tujuannya untuk merealisasikan penjagaan terhadap agama. Penjagaan terhadap jiwa dapat dilihat dalam penjagaan atas kenyamanan, keamanan para wisatawan selama berada dalam kawasan wisata. Penjagaan terhadap keturunan terlihat ketika tidak diperbolehkannya pembauran antara dua orang yang bukan *mahram*, ditambah dengan pemisahan antara tempat laki-laki dan perempuan. Lalu, penjagaan harta yang dapat dilihat dalam kontribusi hasil wisata kepada lembaga-lembaga zakat (ZISWAF).<sup>10</sup>

---

<sup>10</sup> Mulyono Jamal, Hamid Fahmi Zarkasyi, Haerul Akmal, dan Tessa Mellina.,

*Kesebelas*, jurnal penelitian bersama yang dibuat oleh Hendry Ferdiansyah dan kolega dengan tema pengembangan pariwisata halal di Indonesia melalui konsep *smart tourism* yang dibuat pada tahun 2019. Adapun tujuan disusunnya penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi potensi dan pengembangan wisata halal di Indonesia dengan konsep *smart tourism* yang dimana menurut peneliti, konsep *smart tourism* yang merupakan bentuk pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi dalam kegiatan pariwisata. Adapun jurnal penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif untuk mencari tahu kebijakan Indonesia untuk menjadikan pariwisata halal sebagai alat untuk mencapai kesejahteraan ekonomi dengan menaikkan minat terhadap ranah pariwisata halal. Temuan penting dalam jurnal penelitian ini menyatakan bahwa konsep *smart tourism* yang dapat diterapkan pada destinasi wisata halal di Indonesia meliputi: 1) Membangun unsur yang *informative*, 2) Membangun unsur yang *accessibility*, 3) Membangun unsur yang *interactivity*, dan 4) Membangun unsur yang *personalization*.<sup>11</sup>

*Keduabelas*, sebuah penelitian yang disusun oleh Muhammad Zaini di tahun 2019 dengan tema “Pengembangan Pariwisata Halal Berbasis Masyarakat Untuk Meningkatkan Kesejahteraan” dengan mengambil studi kasus di Desa Sembalun yang ada di Kabupaten Lombok Timur, Provinsi Nusa Tenggara Barat. Tujuan dari penelitian ini adalah menganalisis pengembangan wisata halal di Desa Sembalun pasca terjadinya gempa hebat di tahun 2018 yang sempat

---

“Implementasi Wisata Syari’ah Lombok Dalam Perspektif Maqashid Syari’ah,” *Al-Istinbath* 4, no. 2 (2019), hlm. 159–160.

<sup>11</sup> Hendry Ferdiansyah, Endyana, Rachmat, & Khadijah, “Pengembangan Pariwisata Halal Di Indonesia Melalui Konsep Development of Halal Tourism in Indonesia Through Smart Tourism Concept,” *Journal of Sustainable Tourism Research* 2, no. 1 (2020), hlm. 30–34.

menghancurkan Desa tersebut. Adapun kerangka teori yang digunakan meliputi teori pengembangan pariwisata, konsep pariwisata halal berbasis masyarakat, dan konsep kesejahteraan. Penelitian ini pula menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan datanya berupa observasi partisipatif, wawancara mendalam, dan dokumentasi ditambah dengan teknik analisis datanya dengan pengumpulan data, mereduksi data, menyajikan data, dan ditutup dengan kesimpulan. Adapun temuan-temuan penting penelitian ini meliputi: 1) strategi pengembangan pariwisata halal berbasis masyarakat di Desa Sembalun adalah dengan pengembangan produk atau obyek destinasi wisata, promosi melalui media internet, lalu menerbitkan regulasi yang berlaku dalam destinasi tersebut yang sesuai dengan prinsip syari'ah, melengkapi sarana-sarana peribadatan, menyiapkan akomodasi serta infrastruktur lainnya yang sesuai dengan standar syari'ah. 2) Adapun peran masyarakat dalam pengembangan wisata halal ini adalah dengan menjadi pengelola wisata, pemandu wisata, produsen berbagai kreatifitas, pedagang, anggota kelompok kesenian, serta penyedia layanan penginapan, dan 3) implikasi terhadap kesejahteraan masyarakat adalah dengan telah terpenuhi kelima indikator kesejahteraan yang dibuat oleh BKKBN.<sup>12</sup>

*Ketigabelas*, jurnal artikel yang berjudul “*Halal Tourism: Conceptual and Practical Challenges*” yang disusun oleh Erhan Bogan dan Mehmet Sarusik dari Turki pada tahun 2019. Menurutnya, masih adanya kesalahpahaman istilah serta kesalahan praktis dari penyebutan pariwisata halal ini. Sebagai tujuan penelitian ini adalah untuk memperjelas konsep pariwisata halal dan pariwisata

---

<sup>12</sup> Muh Zaini, “Pengembangan Pariwisata Halal Berbasis Masyarakat Untuk Meningkatkan Kesejahteraan”, *Tesis*, Yogyakarta: UIN Maulana Malik Ibrahim Malang, 2019.

Islam dalam beberapa tantangan konseptual dan praktis dalam industri pariwisata halal. Adapun teori yang digunakan meliputi: 1) Pariwisata Islami dan halal, 2) Tantangan konseptual pariwisata halal, 3) Tantangan praktis pariwisata halal. Artikel ilmiah ini menggunakan penilaian kritis dari literatur yang bersifat kualitatif. Temuan yang ditemukan peneliti adalah bahwa peneliti yang bersangkutan menyarankan untuk menggunakan istilah pada hotel yang menyediakan barang dan layanan dalam industri pariwisata halal dengan istilah “Hotel Halal” dan turis sebagai “Turis Muslim”. Salah satu tantangan utama dalam praktisisasi pariwisata halal adalah standar kehalalan yang kurang, terutama hotel. Karena cara Muslim memahami dan menyesuaikan kehidupan mereka dengan Islam sangatlah berbeda, yang artinya pasar bersifat heterogen, peneliti yang bersangkutan menyarankan bahwa hotel halal harus disesuaikan dengan kualitas yang berbeda di negara masing-masing.<sup>13</sup>

*Keempatbelas*, adalah jurnal artikel yang dibuat oleh Sainudeen Nisthar, dan Abdul Majeed Mohamed Mustafa yang berjudul “*An Econometric Analysis of Global Muslim Travel Index: A Study on the Perspectives of Permitted Tourism Industry in The Global Context*” pada tahun 2019. Tujuan disusunnya jurnal artikel ini adalah untuk menilai hubungan antara peringkat pada *Global Muslim Travel Index* (GMTI) dan komponen layanan seperti tempat sholat, fasilitas bandara, pengalaman unik, hotel, dan restoran yang merupakan variabel bebas. Perlu diketahui bahwa GMTI terdiri dari beberapa indikator, yang terdiri dari: 1) *Access*, 2) *Communication*, 3) *Environment*, 4) *Service*. Adapun penelitian ini

---

<sup>13</sup> Erhan Boğan, & Mehmet Sarıışık, “Halal Tourism: Conceptual and Practical Challenges”, *Journal of Islamic Marketing* 10, no. 1 (2019), hlm. 87–96.

menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan analisis korelasi, ANOVA, regresi berganda, histogram, dan PP-Plot dengan temuan penelitian ini adalah bahwa peringkat global negara-negara dalam GMTI sebagian besar ditentukan oleh faktor atau indikator hotel. Dua faktor lain seperti bandara (*airport*), dan pengalaman unik sama-sama mempengaruhi peringkat global negara-negara tersebut. Faktor-faktor lain diperkirakan secara signifikan dalam tingkatan yang berbeda-beda. Semua ini sangat membuktikan bahwa penentuan faktor-faktor yang mempengaruhi peringkat global GMTI tahun 2018.<sup>14</sup>

*Kelimabelas*, adalah penelitian yang disusun oleh Aula Nurul Ma'rifah yang bertemakan “Analisis *Halal Tourism* dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Wisatawan Berkunjung Pada Destinasi Wisata di Indonesia” di tahun 2020. Menurutnya, kebutuhan aksesibilitas pariwisata mampu menjadi alasan wisatawan untuk memberikan keputusan kunjungannya menuju suatu destinasi wisata. Di Indonesia sendiri jumlah lokasi *halal tourism* masih begitu sedikit dibandingkan dengan total jumlah lokasi pariwisata nasional serta masih terdapat beberapa destinasi wisata yang aksesibilitasnya rendah sehingga diperlukan perbaikan sebagai penunjangnya. Terdapat empat teori yang digunakan oleh peneliti, diantara: 1) Pariwisata, 2) Halal Tourism, 3) Aksesibilitas, 4) Keputusan Wisatawan. Adapun penelitian ini menggunakan metode pendekatan kuantitatif yang berdasar atas filsafat positivism dengan desain penelitian kausalitas yang disusun untuk meneliti kemungkinan adanya hubungan sebab-akibat antar variabel ditambah dengan menggunakan aplikasi statistik dalam menganalisis

---

<sup>14</sup> Nisthar and Mustafa, “An Econometric ...”, hlm. 44-49.”

datanya. Hasil temuan penelitian ini adalah bahwa variabel *halal tourism* dan aksesibilitas berpengaruh secara bersama-sama atau simultan terhadap keputusan wisatawan mengunjungi destinasi wisata. Artinya, hasil penelitian ini adalah bahwa wisatawan akan mengambil keputusan dari berbagai pilihan alternatif destinasi pariwisata dengan mempertimbangkan *halal tourism* yang memudahkan dalam beribadah umat Muslim dan akan mempertimbangkan juga tingkat aksesibilitas untuk mencapai destinasi wisata tersebut.<sup>15</sup>

Posisi peneliti yang kaitannya dengan penelitian-penelitian sebelumnya adalah terletak pada kekhususan bahasan yang mengacu pada suatu indeks yang dimana dalam indeks tersebut masih akan dibedah kembali sesuai indikator-indikator yang ada, sehingga ruang lingkungannya lebih dipersempit dengan harapan akan mendapat hasil yang lebih spesifik dan menyentuh pada inti permasalahan. Selengkapnya, berikut adalah penelitian-penelitian terdahulu yang disusun dan dirangkum dengan menggunakan tabel:

Tabel 6 Penelitian Terdahulu

No	Peneliti dan Judul Penelitian	Metode Penelitian	Persamaan	Perbedaan
----	-------------------------------	-------------------	-----------	-----------

<sup>15</sup> Aula Nurul Ma'rifah, "Analisis Halal Tourism Dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Wisatawan Berkunjung Pada Destinasi Wisata Di Indonesia", *Tesis*, Lampung: UIN Raden Intan Lampung, 2020, hlm. 1-284.

1	Kurniawan Gilang Widagdyo (2015) dengan judul "Analisis Pasar Pariwisata Halal di Indonesia"	kualitatif	Persamaan penelitian ini adalah bahasanya sama-sama untuk menganalisis pariwisata halal di Indonesia, dan sama-sama menggunakan metode penelitian yang sama	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang telah dilaksanakan terletak pada spesifikasi bahasanya. Dimana dalam rencana penelitian ini lebih spesifik kepada salah satu indeks, yakni ACES Model
2	Mohammed Battour (2016) dengan judul "Halal Tourism: Concepts, Practises, Challenges, and Future"	Menggunakan metode kualitatif dengan sumber datanya bersifat sekunder dari berbagai macam artikel serta data-data pemerintah.	Letak persamaannya salah satunya adalah sama-sama menganalisis pengembangan pariwisata halal dengan salah satunya adalah dengan melihat sektor makanan halal, dan hotel yang sama-sama ada dalam indikator services	Letak perbedaannya ada pada cakupan penelitian serta penggunaan variabelnya. Dalam penelitian ini, cangkupannya bersifat global dengan menggunakan variabel Concepts, Practises, Challenge, dan Future.



3	<p>Aan Jaelani (2017) yang berjudul "Halal Tourism Industry in Indonesia: Potential and Prospects"</p>	<p>Menggunakan metode kualitatif dengan tahapan pertamanya dengan menelusuri informasi yang sumbernya dari media cetak dan elektronik serta literatur pariwisata tentang perkembangan wisata halal di dunia dan Indonesia. Lalu, mengumpulkan data yang berupa kebijakan pemerintah tentang pariwisata serta perkembangannya hingga dari KEMENPAR RI, dan terakhir baru di analisis dengan mendeskripsikan serta menafsirkan data secara khusus.</p>	<p>Persamaannya adalah sama-sama menganalisis pengembangan pariwisata halal di Indonesia dengan salah satunya adalah dengan melihat sektor fasilitas layanan (Services)</p>	<p>Letak perbedaannya ada pada ruang lingkup bahasannya. Penelitian ini cangkupannya adalah Indonesia secara seluruhan, sedangkan dalam penelitian ini cangkupannya dipersempit. Selain itu, penelitian ini menambahkan ACES Model sebagai variabelnya.</p>
---	--	--	---	---

4	<p>Nor Hidayatun Abdul Razak (2018) yang berjudul "Malaysian Accomodation Provider Understanding of Halal Hospiltality"</p>	<p>Menggunakan metode kualitatif dengan wawancara semi-terstruktur sebagai cara untuk mengeksplorasi isu-isu sensitif seputar topik terkait</p>	<p>Salah satu persamaannya adalah saam-sama membahas tentang akomodasi, yakni hotel yang juga sama-sama ada dalam indikator dalam penelitian yang peneliti susun</p>	<p>Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang telah peneliti susun terletak pada pemilihan indikatornya. Dimana dalam penelitian ini, peneliti yang bersangkutan memilih menggunakan sektor penyedia akomodasi (accomodation provider), sedangkan dalam penelitian ini, peneliti memilih untuk menggunakan sektor <i>services</i> (layanan) yang ada dalam ACES Model. Perbedaan lain juga ada pada cakupan temanya yang dimana dalam penelitian ini luas cangkupannya. sedangkan cakupan penelitian ini lebih dipersempit</p>
---	---	---	--	---

5	Mohammed Battour (2018) yang berjudul "Muslim Travel Behavior in Halal Tourism"	Kualitatif	Persamaan terletak pada pembahasan utamanya yang sama-sama membahas kebutuhan wisatawan Muslim, seperti Hotel halal, makanan halal, serta beberapa atribut ramah Muslim yang diterapkan	Perbedaan terletak pada pemilihan variabel "Behavior" dengan beberapa sektor-sektor juga ikut dibahas seperti 1) Hotel halal dan ramah Muslim, 2) Makanan halal, 3) Aplikasi telepon ramah Muslim, 4) Bandara ramah Muslim, 5) Liburan halal, 6) Fasilitas dan layanan kesehatan halal, 7) Pelayaran halal, 8) Pakaian renang halal, dan 9) Situs web halal.
6	Ying-Chan Liu, I-Jing Li, dan Peter J. Sher (2018) dengan judul "What Makes Muslim Friendly Tourism? An Empirical Study on Destination Image, Tourism Attitude, and Travel Intention"	Menggunakan metode kuantitatif dengan teknik pengumpulan data dengan menggunakan kuesioner.	Adapun persamaan ada pada bahasan yang menitikberatkan pada keberadaan masjid/tempat ibadah, serta restoran halal yang berada dalam suatu area yang diteliti	Perbedaan pertama ada pada metode penelitiannya. Kedua, lokasi penelitian yang juga berbeda. Ketiga, penelitian ini tidak menggunakan suatu indeks tertentu dalam menganalisis variabelnya.

7	Alwafi Ridho Subarkah (2018) yang berjudul "Potensi dan Prospek Wisata Halal dalam Meningkatkan Ekonomi Daerah"	Menggunakan metode penelitian kualitatif yang bersifat deduktif	persamaannya yaitu menitikberatkan pada aspek pemenuhan dasar wisatawan Muslim, yaitu: fasilitas dan lauanan ibadah yang memadai, serta akomodasi yang ramah terhadap wisatawan Muslim	Letak perbedaannya jika dalam penelitian ini menggunakan ACES Model, sedangkan dalam penelitian milik Alwafi ini tidak. Penelitian ini menggunakan pendekatan diplomatik untuk melihat prospek dari pengembangan pariwisata halal
8	M. Zaky Mubarak Lubis (2018) yang berjudul "Prospek Destinasi Wisata Halal Berbasis OVOP"	Menggunakan metode analisis deskriptif kualitatif dengan penyusunan yang berbasis literatur, wawancara, dan observasi	Persamaannya adalah ada pada bahasan desa sebagai basis pengembangan wisata, serta sama-sama menggunakan metode kualitatif dengan observasi sebagai salah satu cara mendapatkan datanya	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang telah dilaksanakan terletak pada penggunaan OVOP sebagai variabelnya. Dimana OVOP secara singkatnya adalah satu Desa, satu Produk. Dimana pendekatannya berbasis kreativitas antar Desa. Berbeda dengan penelitian yang telah peneliti susun yang menganalisis pengembangan pariwisata halal berbasis ACES Model
9	Hanik Fitriani (2018) dengan judul "Proyeksi Potensi Pengembangan Pariwisata Perhotelan dengan Konsep Syari'ah"	Menggunakan metode kualitatif	Persamaan ada pada titik bahasan yang membahas tentang hotel syari'ah yang dimana hotel syari'ah juga dibahas dalam indikator services	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang telah peneliti susun ada pada spesifikasi penggunaan variabelnya. Jika penelitian ini menggunakan variabel perhotelan dengan konsep syari'ah sebagai variabelnya, namun dalam penelitian peneliti ini, menggunakan ACES Model yang disandingkan dengan variabel pengembangan

				pariwisata halal sebagai variabelnya
10	Mulyono Jamal, Hamid Fahmi Zarkasyi, Haerul Akmal, dan Tesa Mellina (2019) dengan judul "Implementasi Wisata Syari'ah Lombok Dalam Perspektif Maqâsid Syari'ah"	Kualitatif dengan metode pengumpulan datanya dilakukan dengan cara wawancara, FGD (Focus Group Discussion).	Persamaannya yaitu ada pada pembahasan prospek pariwisata syari'ah atau ramah Muslim pada suatu daerah dengan menggunakan pendekatannya masing-masing. Serta sama-sama menggunakan metode wawancara dalam pencarian datanya	Perbedaannya terletak pada penggunaan variabel maqashid syari'ah. sedangkan dalam penelitian yang telah disusun ini tidak menggunakannya. Ditambah dengan penggunaan variabel ACES Model sebagai variabel dalam penelitian yang telah tersusun yang tidak ada dalam penelitian ini.
11	Hendry Ferdiansyah, Cipta Endyana, Heryadi Rachmat, Ute Lies Siti Khadijah (2019) dengan judul "Pengembangan Pariwisata Halal di Indonesia Melalui Konsep Smart Tourism"	Menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif	Letak persamaannya yaitu sama-sama membahas potensi Indonesia dalam menjalankan pariwisata ramah Muslim dengan melihat pengembangan di sektor yang sama, yaitu layanan dan fasilitas ramah Muslim	Perbedaannya terletak pada bagian variabel akhir dimana dalam penelitian ini menggunakan variabel Konsep Smart Tourism, sedangkan dalam penelitian peneliti menggunakan variabel ACES Model

12	Muhammad Zaini (2019) dengan judul "Pengembangan Pariwisata Halal Berbasis Masyarakat Untuk Menciptakan Kesejahteraan"	Menggunakan pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan datanya berupa observasi partisipatif, wawancara mendalam, dan dokumentasi ditambah dengan teknik analisis datanya dengan pengumpulan data, mereduksi data, menyajikan data, dan ditutup dengan kesimpulan	Letak persamaannya adalah sama-sama membahas suatu daerah yang berpotensi untuk mengembangkan pariwisata ramah Muslim/halal dengan melihat potensi-potensi yang ada.	Letak perbedaannya ada pada penggunaan variabel kedua yakni berbasis masyarakat. Adapun penelitian yang telah tersusun ini berbasis ACES Model sebagai pembedanya
13	Erhan Bogan dan Mehmet Sarusik (2019) dengan judul "Halal Tourism: Conceptual and Practical Challenges"	Menggunakan penilaian kritis dari literatur yang bersifat kualitatif	Persamaannya adalah sama-sama membahas praktik pariwisata halal/ramah Muslim dengan hotel sebagai titik bahasan yang banyak di bahas. Hotel juga termasuk dalam indikator <i>services</i>	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang telah peneliti susun adalah ada pada ruang lingkungannya. Penelitian ini ruang lingkungannya cukup luas, sedangkan penelitian yang telah tersusun ini lebih spesifik pada satu sektor.

14	<p>Sainudeen Nisthar, dan Abdul Majeed Mohamed Mustafa (2019) yang berjudul "An Econometric Analysis of Global Muslim Travel Index: A Study on the Perspectives of Permitted Tourism Industry in The Global Context"</p>	<p>Menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan menggunakan analisis korelasi, ANOVA, regresi berganda, histogram, dan PP-Plot</p>	<p>Yakni sama-sama membahas indikator layanan (<i>services</i>) yang ada dalam <i>Global Muslim Travel Index</i> (GMTI)</p>	<p>Letak Perbedaannya ada pada cangkupannya. Penelitian ini mengambil konteks global, sedangkan rencana penelitian penyusun cangkupannya lebih dipersempit dengan mengambil salah satu daerah sesuai peringkat yang ada dalam Global Muslim Travel Index (GMTI). selain itu, perbedaan lainnya adalah ada pada metode penelitiannya yang menggunakan metode kuantitatif, sedangkan dalam penelitian yang peneliti susun ini menggunakan metode kualitatif</p>
15	<p>Aula Nurul Ma'rifah (2020) dengan judul "Analisis Halal Tourism dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Wisatawan Berkunjung Pada Destinasi Wisata di Indonesia"</p>	<p>Menggunakan metode pendekatan kuantitatif yang berdasar atas filsafat positivism dengan desain penelitian kausalitas yang disusun untuk meneliti kemungkinan adanya hubungan sebab-akibat antar variabel ditambah dengan menggunakan aplikasi statistik dalam menganalisis datanya</p>	<p>Persamaan ada pada bahasan utamanya yakni potensi pariwisata halal/ramah Muslim yang ditemukan dengan masalah-masalah realisasinya, termasuk aksesibilitas dan layanan</p>	<p>Perbedaan yang ada antara penelitian ini dengan penelitian yang telah tersusun adalah ada pada metode penelitiannya. Selain itu, variabel "Keputusan Wisatawan Berkunjung Pada Destinasi Wisata di Indonesia" juga tidak dijadikan acuan akhir pada penelitian yang telah peneliti laksanakan</p>

Sumber: Berbagai Jurnal

Dari keseluruhan kajian penelitian terdahulu yang telah dipaparkan sebelumnya, peneliti mendapat beberapa poin penting yang nantinya akan dijadikan alasan akademik terhadap pemilihan topik yang akan diteliti. Peneliti menemukan beberapa perbedaan dari seluruh rangkuman penelitian terdahulu. *Pertama*, secara umum bahasan penelitian-penelitian sebelumnya mengarah kepada potensi, implementasi pariwisata halal, dan pengembangan wisata halal. *Kedua*, keluasan cakupan yang ada dalam penelitian-penelitian sebelumnya yang membuat hasil penelitian bersifat umum (*general*), walaupun ada sebagian kecil yang cangkupannya dipersempit pada suatu wilayah tertentu. *Ketiga*, belum adanya penelitian yang menganalisis suatu indeks tertentu yang ada kaitannya dengan pariwisata halal, seperti indeks yang telah dikeluarkan *Mastercard-Crescentrating Global Muslim Travel Index (GMTI)* dalam bentuk *ACES Model*.

Oleh karena itu penyusun merasa perlu untuk meneliti pengembangan pariwisata halal berbasis *ACES Model* dengan memilih salah satu indikator yang sebelumnya telah dianalisis sesuai persentase antar wilayah yang masuk dalam pemeringkatan GMTI yang penyusun anggap belum memasuki kriteria baik. Lokasi yang telah penyusun analisis persentasenya adalah Daerah Istimewa Yogyakarta, dengan Yogyakarta sebagai Kota yang akan menjadi lokasi penelitian. Pemilihan Kota Yogyakarta juga didapat dari analisis peneliti terhadap statistik kepariwisataan yang telah di muat dalam *website* Dinas Pariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta. Adapun penyusun memilih indikator *services* dalam *ACES Model* terhadap wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta karena



penyusun menganggap bahwa indikator ini memiliki persentase paling rendah dari seluruh indikator *ACES Model* yang ada.

## B. Kerangka Teori

### 1. Pariwisata

#### a. Pengertian Pariwisata

Menurut Oka A. Yoeti, kata pariwisata memiliki sinonim dengan pengertian *tour*. Kata *pariwisata* berasal dari dua suku kata, yakni kata *pari* dan *wisata*. *Pari*, artinya banyak, berkali-kali, berputar-putar, dan lengkap. Sedangkan *wisata* memiliki arti perjalanan, bepergian yang dalam hal ini sinonim dari kata *travel* yang ada di dalam bahasa Inggris.<sup>16</sup> Sedangkan kata wisata berarti darma wisata atau pariwisata.<sup>17</sup>

Istilah pariwisata baru hadir di masyarakat pada abad ke-18 pasca revolusi industri di Inggris. Pariwisata berasal dari wisata (*tour*), yaitu suatu aktivitas perubahan tempat tinggal sementara dari seseorang, di luar tempat tinggal sehari-harinya dengan suatu alasan apapun selain melaksanakan kegiatan yang bisa menghasilkan gaji ataupun upah. Pariwisata adalah aktivitas, pelayanan dan produk hasil industri pariwisata yang mampu menciptakan pengalaman perjalanan bagi pelakunya (wisatawan).<sup>18</sup> Dalam sebuah teori yang digagas oleh Henniker Kraft pada tahun 1996 mengemukakan bahwa pariwisata

---

<sup>16</sup> FaizulAbrori, *Pariwisata...*, hlm. 15.

<sup>17</sup> WJS. Poerwadarminta, *Kamus Besar Bahasa Indonesia* (Jakarta: Balai Pustaka, 1986), hlm. 1151.

<sup>18</sup> Muljadi A.J., *Kepariwisata dan Perjalanan* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2012).

adalah sejumlah hubungan antar fenomena yang timbul dari perjalanan dan tidak membuat tempat tinggal yang permanen dan tidak terhubung dengan aktivitas penghasilan. Kemudian, Urry di tahun 1997 berpendapat bahwa pariwisata sebagai suatu produk dan perilaku khususnya pada hal ekonomi.<sup>19</sup>

Adapun definisi pariwisata yang dikemukakan oleh lembaga resmi yang pertama dari *World Tourism Organization* menyatakan bahwa pariwisata sebagai suatu kegiatan manusia yang melakukan perjalanan di luar lingkungan kesehariannya.<sup>20</sup> Sedangkan di Indonesia sendiri, pariwisata memiliki definisi yang didefinisikan sebagai suatu kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh individu maupun sekelompok orang untuk mengunjungi suatu lokasi tertentu dengan tujuannya adalah rekreasi, pengembangan pribadi, ataupun dengan tujuan mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam waktu yang sementara dimana usaha dan sarana wisatanya berupa layanan, biro perjalanan, pramu wisata, akomodasi, dan lain sebagainya yang berkaitan dengan pariwisata.<sup>21</sup> Dalam Undang-undang yang sama, “Pariwisata” dirumuskan sebagai “berbagai macam kegiatan wisata yang didukung dengan berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat,

---

<sup>19</sup> Adrian Franklin, & Mike Crang., “The Trouble With Tourism and Travel Theory,” *Sage Publications London* Vol. 1, no. Issue 1, (2001), hlm. 5-22.

<sup>20</sup> “UNWTO Tourism Definitions” United Nation - World Tourism Organization (UNWTO), dikutip dari [UNWTO Tourism Definitions | Définitions du tourisme de l'OMT | Definiciones de turismo de la OMT | World Tourism Organization \(e-unwto.org\)](http://www.unwto.org). diakses pada hari Jumat, Tanggal 20 November 2020, Pukul 20.28 WIB.

<sup>21</sup> *Undang-Undang Republik Indonesia*, No. 10 Tahun 2009, Pemerintah Republik Indonesia, 2009.

pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah.”<sup>22</sup> Menurut Djakfar, rumusan ini jelas lebih komprehensif yang pada dasarnya bahwa aktivitas kepariwisataan meliputi beraneka macam kegiatan wisata yang dapat dinikmati oleh para wisatawan yang dilengkapi dengan berbagai macam infrastruktur yang dibutuhkan dalam melayani kepentingan mereka. Tidak kalah pentingnya juga, bahwa kegiatan wisata itu diperlukan adanya keterlibatan masyarakat serta pengusaha maupun pemerintah, baik yang ada di pusat maupun di daerah.<sup>23</sup>

Dari sudut pandangan pengelolaan pariwisata dapat dikatakan bahwa pariwisata adalah suatu kegiatan yang perlu diciptakan oleh negara atau bangsa untuk dapat dinikmati oleh para wisatawan baik wisatawan domestic maupun wisatawan mancanegara agar mereka mempunyai pengalaman perjalanan yang tidak terlupakan. Sehingga dalam rangka mewujudkan pengalaman tersebut, baik wisatawan maupun pemerintah perlu untuk mempersiapkan, merencanakan, serta mengupayakan segala sesuatu dengan baik dan terstruktur. Hal ini mengingat bahwa pariwisata yang baik akan dapat menarik kedatangan wisatawan domestik maupun mancanegara yang nantinya akan berdampak baik pada segala aspek, seperti pada aspek sosial, ekonomi, budaya, politik, dan lainnya.

Berbagai definisi pariwisata yang telah dipaparkan sebelumnya jika kita lihat, sangatlah sederhana. Namun untuk memahaminya,

---

<sup>22</sup> *Ibid.*

<sup>23</sup> Muhammad Djakfar, *Pariwisata ...*, hlm. 27.

ternyata sangatlah tidak sederhana karena beberapa pernyataan membutuhkan penjelasan yang cukup mendalam, contohnya seperti: siapa yang dimaksud dengan wisatawan, fenomena apa yang membentuk pariwisata, aktivitas dan dimensi apa saja dalam pariwisata, bagaimana permintaan serta penawaran dalam pariwisata, bagaimana proses pengambilan keputusan oleh wisatawan, aspek apa saja yang ada kaitannya dengan industri pariwisata, produk dan layanan apakah yang ada dalam industri pariwisata, dan cara memasarkan pariwisata serta peran pariwisata dalam konteks nasional maupun internasional.<sup>24</sup>

#### b. Jenis-jenis Pariwisata

Pada dasarnya, pariwisata mengandung empat unsur, yaitu kegiatan perjalanan yang telah dilakukan seseorang secara sukarela, mempunyai sifat yang sementara, memiliki tujuan untuk menikmati obyek dan daya tarik wisata. Dalam artian bahwa seseorang yang melakukan perjalanan pariwisata bukan berdasarkan atas paksaan, melainkan atas kehendak diri sendiri yang sifatnya sementara waktu tanpa ada keinginan untuk menetap dengan tujuan untuk menikmati suatu lokasi dengan daya tarik pariwisata. Atas dasar ini, pariwisata dapat dibagi menjadi Sembilan jenis atau kategori sebagai berikut:<sup>25</sup>

Tabel 7 Jenis-Jenis Pariwisata

No	Kategori	Jenis	Keterangan
----	----------	-------	------------

<sup>24</sup> Rimsky K. Judisseno, *Aktivitas Dan Kompleksitas Kepariwisata: Mengkaji Kebijakan Pembangunan Kepariwisata*, (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2017), hlm. 12.

<sup>25</sup> I Ketut Suwena, & I Gst Ngr Widyatmaja, *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*, (Denpasar: Pustaka Larasan, 2017), hlm. 19-22.

1	Letak Geografis	Pariwisata lokal	Jenis kepariwisataan yang ruang lingkungannya lebih sempit serta terbatas dalam tempat-tempat tertentu saja.
		Pariwisata Regional	Kegiatan kepariwisataan yang dikembangkan dalam suatu wilayah tertentu, dapat regional dalam bentuk lingkungan nasional maupun regional dalam ruang lingkup internasional
		Pariwisata Nasional	Pariwisata yang dikembangkan dalam wilayah suatu negara
		Pariwisata Regional-Internasional	kegiatan kepariwisataan yang berkembang di suatu wilayah internasional yang terbatas, tetapi melewati batas-batas lebih dari dua atau tiga negara dalam wilayah tersebut
		Pariwisata Internasional	kegiatan kepariwisataan yang terdapat dan dikembangkan di banyak negara di dunia
2	Pengaruh Terhadap Neraca Pembayaran	Pariwisata Aktif	Kegiatan kepariwisataan yang ditandai dengan gejala masuknya wisatawan asing ke suatu negara tertentu
		Pariwisata Pasif	kegiatan kepariwisataan yang ditandai dengan gejala keluarnya warga negara sendiri bepergian ke luar negeri sebagai wisatawan
3	Alasan/Tujuan	<i>Business Tourism</i>	Jenis pariwisata dimana pengunjungnya datang untuk tujuan dinas, usaha dagang atau yang berhubungan dengan pekerjaannya, seminar, kongres, dan lainnya
		<i>Vacational Tourism</i>	Jenis pariwisata yang dimana orang-orang yang melakukan perjalanan wisata terdiri dari orang-orang yang sedang berlibur, cuti, dan lainnya
		<i>Educational Tourism</i>	Jenis pariwisata dimana pengunjung atau orang melaksanakan perjalanan dengan tujuan belajar atau mempelajari suatu bidang ilmu pengetahuan
		<i>Familiarization Tourism</i>	Suatu perjalanan anjagsana yang dimaksudkan untuk mengenal lebih lanjut bidang atau daerah yang memiliki kaitan dengan pekerjaannya
		<i>Scientific Tourism</i>	Perjalanan wisata yang memiliki tujuan pokok untuk memperoleh pengetahuan atau penyelidikan terhadap suatu bidang ilmu pengetahuan
		<i>Special Mission Tourism</i>	Suatu perjalanan wisata yang dilaksanakan dengan suatu maksud khusus, semisal misi kesenian, misi olahraga, dan lainnya
4	Saat atau Waktu Berkunjung	<i>Seasonal Tourism</i>	Jenis pariwisata yang kegiatannya berlangsung pada musim-musim tertentu
		<i>Occasional Tourism</i>	Jenis pariwisata dimana perjalanan wisatawan dihubungkan dengan kejadian maupun suatu <i>event</i>

5	Objeknya	<i>Cultural Tourism</i>	Jenis pariwisata dimana motivasi wisatawan untuk melakukan perjalanan disebabkan karena adanya daya tarik dari seni dan budaya suatu tempat atau daerah
		<i>Recuperational Tourism</i>	Jenis pariwisata dimana motivasi wisatawan untuk melaksanakan perjalanan adalah untuk menyembuhkan penyakit
		<i>Commercial Tourism</i>	Jenis pariwisata dimana motivasi wisatawan untuk melakukan perjalanan ini dikaitkan dengan kegiatan perdagangan nasional dan internasional
		<i>Sport Tourism</i>	Jenis pariwisata dimana wisatawan memiliki motivasi melakukan perjalanan untuk melihat atau menyaksikan pesta olah raga di suatu wilayah
		<i>Political Tourism</i>	Jenis pariwisata dimana motivasi wisatawan untuk melakukan perjalanan yang tujuannya untuk melihat atau menyaksikan suatu peristiwa yang berhubungan dengan kegiatan suatu negara
		<i>Social Tourism</i>	Jenis pariwisata dimana dari segi penyelenggarannya tidak menekankan untuk mencari keuntungan, semisal piknik, <i>study tour</i> , dan lainnya
		<i>Religion Tourism</i>	Jenis pariwisata dimana motivasi wisatawan untuk melaksanakan perjalanan tujuannya adalah untuk melihat atau menyaksikan upacara-upacara keagamaan
		<i>Marine Tourism</i>	Kegiatan wisata yang ditunjang oleh sarana dan prasarana untuk memancing, berenang, menyelam, serta olah raga lainnya, termasuk sarana dan prasarana akomodasi, makan dan minum
6	Jumlah Orang yang Melakukan Perjalanan	<i>Individual Tourism</i>	Yaitu seorang wisatawan atau satu keluarga yang melaksanakan perjalanan secara bersama-sama
		<i>Family Group Tourism</i>	Suatu perjalanan wisata yang dilakukan oleh satu rombongan keluarga yang masih memiliki hubungan kekerabatan satu dengan lainnya
		<i>Group Tourism</i>	Jenis pariwisata dimana yang melakukan perjalanan wisata itu terdiri dari banyak orang yang bergabung dalam satu rombongan yang biasa diorganisasikan oleh sekolah, <i>tour operator</i> dan lainnya
7	Alat Pengangkutan yang Digunakan	<i>Land Tourism</i>	Jenis pariwisata yang dalam kegiatannya menggunakan transportasi darat, seperti bus, kereta api, dan lainnya
		<i>Sea Tourism</i>	Kegiatan kepariwisataan yang menggunakan angkutan laut untuk mengunjungi suatu daerah tujuan wisata
		<i>Air Tourism</i>	Jenis pariwisata yang menggunakan angkutan udara dari dan ke daerah tujuan wisata
8	Umur yang Melakukan Perjalanan	<i>Youth Tourism</i>	Jenis pariwisata yang dikembangkan untuk para remaja yang senang melakukan perjalanan wisata dengan harga yang relatif terjangkau

		<i>Abdult Tourism</i>	Kegiatan pariwisata yang diikuti oleh orang-orang yang berusia lanjut
9	Jenis Kelamin	<i>Masculine Tourism</i>	Jenis pariwisata yang kegiatannya hanya diikuti oleh kaum pria saja
		<i>Feminime Tourism</i>	Jenis pariwisata yang hanya diikuti oleh kaum perempuan saja
10	Harga dan Tingkat Sosial	<i>Delux Tourism</i>	Perjalanan wisata yang menggunakan fasilitas standar tinggi atau mewah
		<i>Middle Class Tourism</i>	Jenis perjalanan wisata yang diperuntukkan bagi mereka yang menginginkan fasilitas dengan harga yang tidak terlalu mahal
		<i>Social Tourism</i>	Perjalanan wisata yang penyelenggaraannya dilakukan secara bersama dengan biaya yang diperhitungkan semurah mungkin dengan fasilitas cukup memadai selama dalam perjalanan

Sumber: Suwena dan Widyatmaja (2017:19-22)

### c. Pentingnya Pariwisata Bagi Perekonomian

Dalam buku yang berjudul “*Tourism Management*”, Prof. Dr. Salah Wahab memberi pendapat tentang bagaimana pentingnya pariwisata bagi perekonomian suatu negara. Adapun pendapatnya adalah, “*It is important factor of economic development, as it motivates the development of several sectors on the national economy.*”<sup>26</sup> Pariwisata adalah faktor penting dalam pembangunan ekonomi di suatu negara, karena sektor ini dapat mendorong perkembangan beberapa sektor perekonomian nasional lainnya, misalnya adalah:

- a. Peningkatan kegiatan perekonomian sebagai imbas dibangunnya sarana dan prasarana demi pengembangan pariwisata, sehingga dengan ini memungkinkan orang-orang untuk melakukan aktivitas ekonominya dari satu tempat ke tempat lainnya, baik dalam satu

<sup>26</sup> Salah Wahab, *Tourism Management*, (London: Tourism International Press, 1977), hlm. 12.

wilayah negara tertentu, maupun dalam skala internasional sekalipun.

- b. Meningkatkan industri-industri baru yang ada kaitannya dengan pariwisata, contohnya seperti: *Transportation, Accommodation (Hotel, Motel, Camping Sites, etc)*.
- c. Dapat meningkatkan hasil pertanian serta peternakan untuk memenuhi kebutuhan hotel dan restoran, seperti contohnya sayur, lauk pauk, buah-buahan, telur, susu, dan lainnya karena adanya kenaikan untuk memenuhi permintaan pariwisata.
- d. Meningkatkan permintaan terhadap segala pernak-pernik atau kerajinan yang dibuat menjadi oleh-oleh, seperti *handicraft, souvenir goods*, dan lainnya.
- e. Meningkatkan devisa negara sehingga dapat mengurangi biaya atau beban defisit neraca pembayaran.
- f. Memperluas barang-barang, makanan, serta minuman lokal untuk lebih dikenal oleh dunia internasional.
- g. Mempercepat perputaran ekonomi negara karena adanya kunjungan wisatawan.

Betapa penting sektor pariwisata ini bagi pertumbuhan ekonomi suatu negara, dapat disimak dalam kutipan yang disampaikan oleh *International Union of Official Travel Organization (IUOTO)* dalam



*Roma Convention, The United Nation Conference in International Travel and Tourism* tahun 1964 sebagai berikut:<sup>27</sup>

*“Tourism as a factor economic development, role and importance of international tourism, because tourism was not as a sources foreign exchange, but also a factor in the location of industry and the development of areas in the natural resources.”*

Pentingnya arti pariwisata dalam perekonomian dunia, konferensi ini merekomendasikan poin-poin pentingnya sebagai berikut:<sup>28</sup>

1. Konferensi menekankan pentingnya pariwisata sebagai suatu faktor ekonomi dan menyatakan sifatnya yang kompleks serta selalu bertumbuh sejalan dengan perjalanan internasional.
2. Konferensi menyatakan bahwa pariwisata itu sangatlah penting, bukan hanya sekadar sebagai sumber devisa negara saja, akan tetapi juga sebagai suatu faktor untuk menentukan lokasi industri dan dalam pengembangan daerah-daerah yang miskin akan sumber-sumber alam. Pengaruh pariwisata sebagai suatu industri ketiga (*tertiary industry*) dapat melahirkan kemakmurann melalui perkembangan komunikasi, transportasi, akomodasi, dan lainnya dalam bentuk pelayanan bagi konsumen atau wisatawan, untuk mendapat perhatian yang sungguh-sungguh dari konferensi.

---

<sup>27</sup> Oka Yoeti, *Ekonomi Pariwisata: Introduksi, Informasi, Dan Aplikasi*, (Jakarta: Kompas, 2008), hlm. 28.

<sup>28</sup> *Ibid.*, hlm. 29-30.

3. Konferensi memberikan perhatian khusus pada nilai-nilai sosial dan kebudayaan dari pariwisata, walaupun ada anggapan bahwa kebebasan melakukan perjalanan dapat memberikan keuntungan sosial yang bernilai, namun akan sangat dihargai apabila hasil-hasil yang dicapai itu mengakibatkan nilai-nilai ekonomi.
4. Konferensi menekankan pentingnya pariwisata dalam negeri, baik dalam segi sosial (nilai sosial) yang diberikan, maupun dampak ekonomi yang ditimbulkan.
5. Kongres merekomendasikan agar pemerintah yang ikut mengembangkan pariwisata sebagai industri di negaranya, hendaknya untuk tidak memandang sektor pariwisata dari segi aspek neraca pembayaran saja, namun juga meningkatkan peran pariwisata dalam perdagangan di tingkat nasional maupun tingkatan di atasnya, yaitu internasional.
6. Kongres merekomendasikan agar pemerintah negara-negara yang mengembangkan pariwisata sebagai suatu industri, untuk memberikan perhatian dan bantuan berupa pelatihan.

Setelah melihat faktor-faktor yang telah diuraikan di atas, hasil konferensi secara bulat memperkuat arti dasar pariwisata dalam rangka pertumbuhan ekonomi nasional maupun internasional. Maka dari itu, sangat dianjurkan agar negara-negara yang mengembangkan pariwisata di negaranya masing-masing untuk meminimalisir masalah-masalah yang sedianya dapat menghambat pengembangan pariwisata, jika perlu

organisasi-organisasi pariwisata internasional dapat memberikan bantuannya.<sup>29</sup>

#### **d. Pariwisata Sebagai Industri**

Untuk mengadakan perjalanan, orang harus mengeluarkan biaya, yang diterima oleh orang-orang yang menyelenggarakan angkutan, menyediakan bermacam-macam layanan, atraksi, dan lainnya. Keuntungan ekonomis untuk daerah yang dikunjungi wisatawan itulah merupakan salah satu tujuan pembangunan pariwisata. Dalam hubungannya dengan aspek ekonomis dari pariwisata ini, orang telah mengembangkan konsep “industri pariwisata”. Pemahaman tentang istilah “industri” ini sendiri dapat dilakukan dari berbagai sudut pandang. Bila kita mendengar istilah “industri” maka akan selalu dihubungkan dengan pengertian yang terkandung di dalamnya, yakni “proses produksi” yang menghasilkan suatu produk, baik dalam kaitan perubahan bentuk, peningkatan nilai maupun kegunaannya. Namun, dalam beberapa hal istilah “industri” ini diartikan juga dalam pengertian yang lebih modern, yaitu sekumpulan usaha di bidang produksi yang menghasilkan produk (barang atau layanan) yang sejenis. Misalnya industri ban, kimia, farmasi, dan sebagainya. Selain itu, istilah “industri” juga dapat diterapkan sebagai sebutan terhadap kelompok usaha produksi dengan

---

<sup>29</sup> *Ibid.*, hlm. 31.

proses yang sama, seperti industri batik, rekaman, tata busana, dan lainnya.<sup>30</sup>

Dalam dunia industri, terdapat konsumen dengan adanya permintaan (*demand*), dan penawaran (*supply*). Serta ada produsen yang menghasilkan produk untuk memenuhi permintaan konsumen. Dalam hal ini industri pariwisata itu agaknya jelas bahwa konsumen itu ialah wisatawan. Wisatawanlah yang memiliki kebutuhan dan permintaan-permintaan yang harus dipenuhi dan untuk itu wisatawan mengeluarkan dana atau uangnya. Harus diperhatikan bahwa meskipun kita dapat berbicara tentang industri pariwisata, akan tetapi industri di sini tidak dalam ruang lingkup arti ekonomis biasa. Terdapat perbedaan-perbedaan yang nyata. Industri pariwisata merupakan industri yang kompleks, yang di dalamnya meliputi industri-industri lain seperti industri perhotelan, industri rumah makan, kerajinan, agen perjalanan dan lainnya. Adapun poin-poin penting bagaimana pariwisata dijadikan industri yang kompleks, yaitu:<sup>31</sup>

1. Produk tidak dibawa ke tempat kediaman wisatawan, melainkan harus dinikmati di tempat dimana produk itu tersedia.
2. Wujud produk wisata akhirnya ditentukan oleh konsumen itu sendiri, yaitu wisatawan. Bagaimana bentuk komponen-komponen produk wisata itu akhirnya tersusun menjadi suatu produk wisata yang utuh, pada dasarnya wisatawanlah yang menyusunnya.

---

<sup>30</sup> *Ibid.*, hlm. 135.

<sup>31</sup> *Ibid.*, hlm. 136.

Seperti atraksi apa yang dipilihnya, angkutan apa yang digunakannya, berapa lama dan di hotel mana ia akan menginap, hal yang seperti ini wisatawan lah yang berhak menentukannya.

3. Apa yang diperoleh wisatawan sebagai konsumen jika ia membeli produk kepariwisataan tidak lain karena sebuah pengalaman (*experience*).

Sebagai suatu industri, pariwisata tidak dapat diukur. Karena tidak memiliki standar nomor klasifikasi seperti yang dikatakan oleh Robert Christie Mill dan Alais M. Morison dengan pernyataannya: “*There is no standard industrial classification number for tourism*”. Maka dari itu, seperti apa pariwisata sebagai suatu industri ini sulit untuk menjelaskannya. Akan tetapi, keberadaannya dapat dijelaskan dengan adanya sekelompok perusahaan yang hidup dan kelangsungan hidupnya sangat bergantung dari hasil kunjungan wisatawan. Dengan kata lain, bila tidak ada wisatawan, maka dapat dikatakan kelompok perusahaan ini tidak dapat eksis, karena tidak ada orang yang akan dilayaninya.<sup>32</sup>

## 2. Pariwisata Ramah Muslim

### a. Pengertian Pariwisata Ramah Muslim

Wisata Ramah Muslim diterminologikan oleh berbagai negara dengan menggunakan istilah seperti *Islamic tourism*, *halal, tourism*, *halal travel*, atau *Muslim friendly tourism*. Definisi wisata ramah Muslim sendiri adalah kegiatan yang didukung oleh berbagai

---

<sup>32</sup> Robert Christie Mill, *The Tourism International Business*, (Jakarta: Raja Grafiika Persada, 2000).

fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah yang memenuhi ketentuan syari'ah.<sup>33</sup> Pariwisata ramah Muslim dapat dimanfaatkan oleh banyak kalangan karena karakteristiknya yang bersifat universal.<sup>34</sup> Dalam laporan Committee for Economics and Commercial Cooperation of the Organization of Islamic Cooperation (COMCEC), *Muslim Friendly Tourism* adalah sebuah produk yang kemudian akan berujung pada industri profesional. Pemahaman mengenai *Muslim Friendly Tourism* menurut COMCEC pula adalah kegiatan pariwisata halal yang dimana memiliki definisi sebagai kegiatan pariwisata yang tidak memberikan kompromi terhadap agama mereka (Islam) ketika bepergian untuk melaksanakan suatu tujuan wisata.<sup>35</sup> Produk serta jasa, objek, dan tujuan dalam wisata ramah Muslim ini sama dengan produk, jasa, objek, dan tujuan wisata pada umumnya selama tidak ada suatu hal yang bertentangan dengan nilai-nilai serta etika agama Islam. Jadi, wisata ramah Muslim sebenarnya terbatas untuk wisatawan yang beragama Islam, dan tidak hanya wisata religi.<sup>36</sup>

---

<sup>33</sup> KEMENPAREKRAF, "Kemenparekraf Promosikan Indonesia Sebagai Destinasi Pariwisata Syari'ah" dikutip dari <http://www.kemenpar.go.id/asp/detil.asp?c=16&id=2042> diakses hari Jumat, 22 Januari 2021, Pukul 14.40 WIB.

<sup>34</sup> Detyani Putri Asyafri, dan Brillyanes Sanawiri, "Analisis Islamic Religious Attributes Pada Atribut Produk Wisata Sebagai Pembentuk Citra Destinasi Wisata Ramah Muslim (Studi Pada Korea Selatan Sebagai Negara Non-Oki Penyedia Destinasi Wisata Ramah Muslim)," *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*, Vol. 76, no. 1 (2019), hlm. 14.

<sup>35</sup> Commercial Cooperation of the Organization of Islamic Cooperation (COMCEC), *Muslim Friendly Tourism: Understanding the Demand and Supply Sides In the OIC Member Countries*, COMCEC Coordination Office (Ankara, 2016), hlm. 17 .

<sup>36</sup> Detyani Putri Asyafri, dan Sanawiri, "Analisis...", hlm. 14.

Sebenarnya, terdapat banyak definisi yang melingkupi pariwisata ramah Muslim. Menurut laporan COMCEC yang dirilis pada 2016 lalu, tercatat setidaknya memiliki tiga pengertian berbeda yang dilihat dari pengaruhnya dalam masyarakat. *Pertama*, menurut Duman (2011) menyatakan bahwa Pariwisata Islami dapat didefinisikan sebagai kegiatan umat Islam yang bepergian dan tinggal di tempat-tempat di luar lingkungan biasanya selama tidak lebih dari satu tahun berturut-turut untuk berpartisipasi dalam kegiatan yang bersumber dari ajaran Islam yang tidak terkait dengan pelaksanaan kegiatan yang dibayar dari di dalam tempat yang dikunjungi. *Kedua*, menurut Akyol dan Kilink (2014) menyatakan bahwa pariwisata yang ramah Muslim meliputi; hotel halal, transportasi halal (maskapai halal), restoran makanan halal, paket wisata halal dan keuangan halal. Oleh karena itu, pariwisata halal terdiri dari berbagai sektor yang saling terkait satu dengan lainnya. dan terakhir dari Sureerat (2015) yang menyatakan bahwa pariwisata ramah Muslim sebagai kegiatan penawaran paket dan tujuan wisata yang dirancang khusus untuk memenuhi pertimbangan dan kebutuhan wisatawan Muslim.<sup>37</sup>

Menurut Jaelani (2017), adanya wisata ramah Muslim ini tidak hanya memberi keuntungan spiritual, tetapi juga memberi keuntungan fisik. Selain itu, Organisasi Konferensi Islam (OKI) telah menekankan untuk mengembangkan kegiatan wisata bagi seluruh

---

<sup>37</sup> Commercial Cooperation of the Organization of Islamic Cooperation (COMCEC), *Muslim ...*, hlm. 17.

anggota negara yang ada. Semakin banyak wisatawan Muslim dalam dunia Islam dapat menyebabkan pemahaman yang lebih baik, memancing untuk berkolaborasi dan melayani kepentingan umum.<sup>38</sup>

#### **b. Konsep Pariwisata Ramah Muslim**

Di tahun 2000-an, industri halal mulai menggeliat ke dalam berbagai sektor yang berhubungan dengan gaya hidup (*lifestyle industry*) termasuk di dalamnya adalah sektor pariwisata. Pariwisata dengan motif keagamaan ini bukanlah suatu hal yang baru. Wisata religi telah lama menjadi motif integral, dan dianggap sebagai bentuk tertua dari sebuah aktivitas perjalanan. Setiap tahunnya, jutaan orang melaksanakan perjalanan menuju tempat-tempat ziarah utama yang menyebar di seluruh dunia. Diperkirakan kurang lebih 240 juta orang per tahun pergi untuk berziarah menuju tempat-tempat yang disakralkan atau peninggalan-peninggalan sejarah keagamaan, seperti Islam, Kristen, Hindu, dan Budha.<sup>39</sup> Oleh karena itu, agama berperan penting dalam pengembangan wisata selama berabad-abad dan telah memberi pengaruh kepada cara orang memanfaatkan waktu luang.<sup>40</sup>

Hubungan yang bervariasi antara pariwisata dengan agama dapat dikonseptualisasikan sebagai kontinum atas dasar tingkat intensitas motivasi keagamaan yang melekat. Di satu sisi yang

---

<sup>38</sup> Jaelani, "Halal...", hlm. 5.

<sup>39</sup> Jaelani, "Halal ...", hlm. 1-2.

<sup>40</sup> Ujang Suyatman, Ruminda, dan Ika Yatmikasari, "Pengembangan Muslim Friendly Tourism Dalam Konsep Pariwisata Di Pulau Dewata", *Penelitian Terapan Pengembangan Nasional*, Bandung: UIN Sunan Gunung Djati 2019. hlm. 16.



ekstrem ditemukan bentuk ziarah yang bersifat suci, sebuah perjalanan yang didorong oleh iman, agama, serta pemenuhan spiritualitas; sedangkan di sisi lainnya terdapat wisatawan yang mungkin berusaha untuk memenuhi kepentingan pribadinya atau kebutuhan rohani melalui pariwisata. Smith (1992) dalam Jaelani (2017) menegaskan bahwa dalam perjalanan haji, ada beberapa wisatawan mungkin berperan sebagai peziarah agama, sedangkan yang lain mungkin berperan sebagai wisatawan biasa.<sup>41</sup>

Islam mungkin dianggap sebagai agama yang sangat menuntut dengan berbagai kewajiban yang juga mencerminkan diri para pemeluknya dalam kehidupan sehari-hari. Di kebanyakan negara Islam, Islam sendiri digunakan sebagai dasar hukum dalam pemerintahan dan juga kehidupan secara umum. Dalam Islam sendiri, hanya ada sedikit surat dalam Al-Qur'an yang mendorong umat Islam untuk berkelana dan menjelajahi dunia yang berbarengan tujuannya untuk melestarikan pengalamannya untuk bertaqwa kepada Allah SWT. Adapun Sembilan ayat dalam Al-Qur'an yang mendorong umat Islam untuk berkeliling dunia, yakni:<sup>42</sup>

---

<sup>41</sup> Jaelani, "Halal...", hlm. 2

<sup>42</sup> Azreen Hamiza Binti Abdul Aziz, "Muslim ..., hlm. 358.

Tabel 8 Surat Dalam Al-Qur'an yang Berhubungan  
Dengan Pariwisata

No	Surah	Nomor Ayat
1	Al-Mulk	15
2	Muhammad	10
3	Luqman	31
4	Yusuf	109
5	Ar-Rum	42
6	Ali 'Imran	137
7	Ar-Rum	9
8	An-Naml	69
9	Al-An'am	11

Sumber: Al-Qur'an

Kepariwisataan menurut Islam salah satunya ada pada QS. Al-An'am ayat 11 adalah bagaimana upaya umatnya mengambil pelajaran dalam kegiatan pariwisatanya. Adapun bunyi ayat beserta artinya sebagai berikut:

قُلْ سِيرُوا فِي الْأَرْضِ ثُمَّ أَنْظِرُوا كَيْفَ كَانَ عَاقِبَةُ  
الْمُكْذِبِينَ

Artinya: “Katakanlah “Berjalanlah di muka Bumi, kemudian perhatikanlah bagaimana kesudahan orang-orang yang mendustakan itu.”

Keperluan tertentu di muka bumi harus diiringi oleh keharusan untuk memperhatikan serta mengambil hikmah atau pelajaran dari peninggalan peradaban bangsa terdahulu.<sup>43</sup> Pada bagian lain di Al-Qur'an, adanya penekanan jaminan keamanan suatu daerah atau negara serta pemberian fasilitas bagi para wisatawan sangat perlu untuk diadakan. Adapun hal ini ada pada QS. As-Saba' ayat ke 18, yaitu:

وَجَعَلْنَا بَيْنَهُمْ وَبَيْنَ الْقُرَىٰ الَّتِي بَرَكْنَا فِيهَا قُرَىٰ ظُهْرًا  
وَقَدَرْنَا فِيهَا السَّيْرَ ۖ وَسِيرُوا فِيهَا لَيَالِيَ وَأَيَّامًا ءَامِنِينَ

Artinya: “*dan Kami jadikan antara mereka dan antara negeri-negeri yang Kami limpahkan berkat kepadanya, beberapa negeri yang berdekatan dan Kami tetapkan antara negeri-negeri itu (jarak-jarak) perjalanan. Berjalanlah kamu di kota-kota itu pada malam hari dan siang hari dengan aman.*”

Ayat ini menjelaskan bahwa seluruh manusia haruslah taat kepada Allah dan selalu dekat dengan Allah. Termasuk dalam kegiatan menyusuri suatu tempat (berwisata) dengan itu untuk mengenal Allah, berwisata melihat keagungan-Nya, berwisata mengenal betapa besar kasih dan sayang-Nya, serta berwisata mengenal keindahan dan kekayaan dunia sebenarnya. Di suatu sisi,

<sup>43</sup> Muh Zaini, “Pengembangan..., hlm. 36.

dengan berwisata kita dapat berhijrah seperti berhijrah dari kejahilan menuju kearifan, hijrah dari kekufuran menjadi semakin bersyukur atas karunia Allah, hijrah dari kesombongan menjadi rendah hati, dan lainnya. Keindahan rasa dekat dengan Allah yang Maha segalanya serta kebahagiaan dunia dan akhirah adalah harapan seluruh insan.<sup>44</sup>

Selain beberapa komitmen baiknya seperti mengatakan kebenaran, menghormati kehidupan, dan tidak mencuri seperti di kebanyakan agama lain, Islam memiliki persyaratan yang lebih nyata seperti ritual fisik yang dapat dilihat dalam sholat lima waktu sehari, puasa di bulan Ramadhan dan lainnya. Ada juga beberapa kode etik berpakaian di depan umum dengan berbagai interpretasi di masyarakat Muslim yang berbeda. Peran wanita juga memiliki definisi berbeda dari pria di sebagian besar budaya Muslim. Hal inipun tercermin ketika para wisatawan Muslim melaksanakan suatu kegiatan wisata yang cenderung menghormati berbagai agama. Khususnya pada destinasi resor, menjadi tantangan tersendiri untuk mengakomodasi seluruh kebutuhan ini sekaligus memenuhi permintaan wisatawan lainnya. Oleh karena itu, produk serta layanan ramah Muslim juga harus diintegrasikan dalam tujuan perencanaan wisata mereka seperti: ruang sholat di area umum, kekhususan saat bulan Ramadhan sambil

---

<sup>44</sup> Mustofa Edwin Nasution, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam* (Jakarta: Kencana, 2007), hlm. 115.

mempertahankan tingkat pengalaman yang ditawarkan pengelola destinasi kepada wisatawan lain.<sup>45</sup>

Masalah lain yang membuat pariwisata ramah Muslim penting adalah daya tariknya sebagai segmen pasar yang tumbuh di atas rata-rata yang diharapkan meningkat dari 108 juta pada tahun 2014 menjadi 150 juta wisatawan pada tahun 2020. Konsep Islam yang berbeda juga menjadikan pariwisata ramah Muslim sebagai konsep yang relatif. Meskipun kebutuhan pasar yang berbeda dalam pariwisata ramah Muslim bisa jadi berubah-ubah, namun ada juga kewajiban umum yang dapat digunakan untuk menyusun kerangka kerja pariwisata ramah Muslim. Semisal adalah tidak makan babi adalah sebuah kewajiban umum. Tetapi beberapa aturan agama termasuk kode berpakaian akan lebih fleksibel tergantung pada latar belakang budayanya. Bahkan sebagian kasus ada beberapa turis yang mengaku dirinya Islam tetap menggemari minum minuman keras selama liburan mereka. Inilah yang membuat standarisasi pariwisata ramah Muslim menjadi lebih menantang.<sup>46</sup>

Di Indonesia sendiri, melalui standar yang telah dikeluarkan oleh KEMENPAREKRAF (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif) dan DSN-MUI (Dewan Syari'ah Nasional), landasan tentang panduan penyelenggaraan telah dikeluarkan. KEMENPAREKRAF

---

<sup>45</sup> Gürel Çetin & Mithat Zeki Dinçer, "Muslim Friendly Tourism (MFT): A Discussion," *Journal of Tourismology*, Vol. 2, no. 1 (2016), hlm. 65-66.

<sup>46</sup> *Ibid*, hlm. 66.

melalui Deputi Bidang Pengembangan Industri dan Kelembagaan Kementerian Pariwisata mengeluarkan Panduan Penyelenggaraan Pariwisata Halal serta DSN-MUI mengeluarkan fatwa No. 108 tahun 2016 tentang Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata Berdasarkan Prinsip Syari'ah. Namun, keberadaannya masih perlu ditelusuri. Meskipun telah ada panduannya, belum tentu masing-masing daerah yang terpilih dalam pemeringkatan IMTI (*Indonesia Muslim Travel Index*) ini menjalankan pariwisata ramah Muslim. Pro dan kontra di tengah masyarakat kerap menghambat proses terealisasinya pariwisata ramah Muslim.

**c. Pariwisata Ramah Muslim dan Pariwisata Halal**

Sejalan dengan perkembangan *global halal market*, istilah-istilah yang digunakan dalam pariwisata yang konteksnya keislaman juga mengalami perkembangan. Sebut saja term pariwisata ramah Muslim (*Muslim Friendly Tourism*) dengan pariwisata halal (*Halal Tourism*). Baik pariwisata ramah Muslim atau halal ini sendiri telah mendapat perhatian banyak negara dan pemangku kepentingan dalam industri ini sejak awal diperkenalkannya pelaku bisnis perhotelan yang mengikuti kepatuhan syari'ah. Pengertian antara kedua term tersebut sebenarnya hampir sama. Pariwisata ramah sendiri muncul ketika isu 11 September 2001 dan Islamopobia mulai menduia. Banyak negara, baik negara Muslim maupun non-Muslim bercita-cita untuk memanfaatkan ceruk ini dalam industri pariwisata, namun gagal untuk

menyepakati satu term atau istilah umum yang dapat mewakili lahirnya pariwisata Islam. Negara seperti Jepang, Korea Selatan, Taiwan, dan baru-baru ini China menggunakan istilah pariwisata halal atau perjalanan halal dalam mempromosikan pariwisata mereka kepada wisatawan Muslim. Sedangkan negara seperti Malaysia, Indonesia, dan Brunei juga tidak berhasil untuk memunculkan istilah serupa di mata dunia.<sup>47</sup>

Battour (2016) menerangkan bahwa istilah ramah Muslim dalam industri pariwisata menunjukkan upaya untuk membuat pengalaman wisata menjadi menyenangkan bagi umat Islam yang taat. Karena itu antara pariwisata ramah Muslim dengan pariwisata halal memiliki kemiripan, namun dalam konteks yang lebih luas untuk memudahkan umat Islam dalam menjalankan syariat agama. Atau dalam kata lain, destinasi ramah Muslim tidak hanya menawarkan banyak layanan “halal” seperti makanan dan minuman halal, kolam renang yang terpisah antara laki-laki dan perempuan, tetapi juga tempat yang nyaman bagi umat Islam untuk melaksanakan ibadah sholat harian (sholat wajib lima waktu). Battour menambahkan bahwa pariwisata ramah Muslim adalah upaya untuk mengubah pengalaman wisata sebagai kesenangan bagi para pelancong Muslim dan

---

<sup>47</sup> Aziz, “Muslim...”, hlm. 359.

membiarkan mereka untuk menjalankan kewajibannya saat melakukan wisata.<sup>48</sup>

Sedangkan, pariwisata halal sendiri merupakan konsep wisata yang mempertimbangkan nilai-nilai dasar umat Islam di dalam penyajiannya yang dimulai dari restoran, akomodasi, hingga aktivitas wisata yang mengacu pada norma-norma keislaman.<sup>49</sup> Atau dapat juga diartikan sebagai pariwisata yang melayani dan menyesuaikan gaya hidup liburan sesuai dengan kebutuhan dan permintaan *traveller* Muslim.<sup>50</sup> Jika dilihat dari sudut pandang industri, konsep pariwisata halal merupakan suatu produk pelengkap yang sifatnya tidak menghilangkan jenis pariwisata konvensional. Konsep pariwisata halal adalah salah satu bentuk wisata berbasis budaya yang mengedepankan nilai dan syariat Islam sebagai landasan dasarnya. Sebagai konsep baru dalam industri pariwisata, tentunya pariwisata halal membutuhkan pengembangan lebih lanjut yang disertai dengan pemahaman komprehensif terkait kolaborasi nilai-nilai keislaman yang disematkan dalam kegiatan pariwisata.<sup>51</sup>

#### **d. Panduan Penyelenggaraan Pariwisata Ramah Muslim**

Ketika suatu daerah atau provinsi hendak melaksanakan konsep pariwisata yang ramah Muslim, tentu pemerintah setempat

---

<sup>48</sup> M. Battour, "Halal Tourism or Muslim-Friendly Tourism," dikutip dari <https://www.crescentrating.com/magazine/opinion/3925/halal-tourism-or-muslim-friendly-tourism.html>, diakses Hari Jum'at 22 Januari 2021, Pukul 21.43 WIB.

<sup>49</sup> Aminul Islam dan Karkkainen, *Islamic Tourism as a Prosperous Phenomenon in Lapland*, (Finlandia: Rovaniemi University Of Applied Sciences, 2013), hlm. 17.

<sup>50</sup> Abrori, *Pariwisata...*, hlm. 34.

<sup>51</sup> Ujang Suyatman, Ruminda, dan Yatmikasari, "Pengembangan...", hlm. 18.



harus mengikuti panduan serta pedoman yang telah ada. Hal ini tidak bisa dilakukan dengan membuat panduan atau pedoman sendiri, tentu nanti akan menimbulkan pemahaman yang tidak subjektif. Jikapun hendak membuat panduan atau pedoman sendiri, para praktisi harus membuatnya atas dasar turunan dari panduan serta pedoman yang telah ada. Adapun tujuan disusunnya panduan penyelenggaraan pariwisata halal atau ramah Muslim adalah untuk memberikan panduan bagi pengelola destinasi yang melayani wisatawan Muslim sebagai target pasarnya atau ingin mengembangkan pariwisata ramah Muslim di daerahnya. Pihak destinasi wisata dapat melakukan pengembangan pariwisata ramah Muslim dimulai dari penyediaan amenities serta layanan yang dapat memenuhi kebutuhan dasar wisatawan Muslim, seperti ketersediaan air untuk bersuci, makanan yang halal, paket wisata, fasilitas ibadah yang mumpuni, serta *visitor guide* hingga mengembangkan pariwisata ramah Muslim secara lebih luas.<sup>52</sup>

Terdapat dua pedoman atau panduan penyelenggaraan pariwisata ramah Muslim yang peneliti ambil sebagai acuan. Pertama, adalah pedoman yang dikeluarkan oleh DSN-MUI melalui Fatwa No. 108/DSN-MUI/X/2016 tentang Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata Berdasarkan Prinsip Syari'ah yang didalamnya terdapat 10 ketentuan, yaitu: ketentuan umum, ketentuan hukum, ketentuan terkait para pihak

---

<sup>52</sup> Anang Sutono et al., *Panduan Penyelenggaraan Pariwisata Halal*, Kementerian Pariwisata Tahun 2019, hlm. 5.

dan akad, ketentuan hotel syari'ah, ketentuan wisatawan, ketentuan destinasi wisata, ketentuan Spa, sauna dan *massage*, ketentuan biro perjalanan wisata syari'ah, ketentuan pemandu wisata syari'ah, serta ketentuan penutup.<sup>53</sup> Kedua, Adapun dorongan Pemerintah Provinsi atau Kabupaten/Kota yang telah menetapkan pariwisata halal atau ramah Muslim sebagai salah satu ikon harus melihat beberapa aspek berikut:<sup>54</sup>

- a. Menyusun kebijakan tentang pariwisata ramah Muslim. Sebelum menyusun kebijakan, Pemerintah Provinsi atau Kabupaten/Kota terlebih dahulu harus mengkonsultasikan konsep kebijakan tersebut dengan Kementerian Pariwisata.
- b. Membuat basis data guna mendukung sertifikasi produk dan usaha pariwisata halal yang dapat diakses oleh pelaku pariwisata halal atau ramah Muslim. Selibhnya, adapun panduan penyelenggaraan pariwisata ramah Muslim yang dikeluarkan oleh Deputy Bidang Pengembangan Industri dan Kelembagaan Kementerian Pariwisata ini dilaksanakan atas dasar kriteria sebagai berikut:

**Tabel 9 Kriteria Destinasi Pariwisata yang dikeluarkan**

**Oleh Deputy Bidang Pengembangan Industri dan Kelembagaan KEMENPAR**

---

<sup>53</sup> Dewan Syari'ah, Nasionat Mui, and Berdasarkan Prinsip Syari'ah, *Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata Berdasarkan Prinsip Syari'ah* (Indonesia, 2016), hlm. 4-9.

<sup>54</sup> Sutono et al., *Panduan Penyelenggaraan Pariwisata Halal*, vol. 5, p. .

No	Variabel	Dimensi
1	Dukungan Pemerintah	Kebijakan
2	Daya Tarik Wisata	Daya Tarik Wisata Umum
		daya Tarik Wisata Alam (Misal: Pantai, Pemandangan, Pusat Kebugaran)
		Daya Tarik Wisata Budaya (Misal: Pertunjukan Seni)
3	Fasilitas Umum	Masjid/Musholla
		Toilet Umum
4	Fasilitas Pariwisata	Jasa Kawasan Pariwisata
		Jasa Perjalanan Wisata
		Jasa Makanan dan Minuman (Misal: Rumah Makan, Restoran, Kafe, Jasa Boga)
		Jasa Makanan dan Minuman Lainnya (Misal: Pusat Oleh- oleh Makanan atau Kerajinan)
		Jasa Akomodasi
		Jasa Hiburan dan Rekreasi
		Jasa Pramuwisata
		SPA
		Mal (Pusat Pembelanjaan)
		5
6	Investasi	Iklm Investasi
7	Dukungan Pemerintah	Kebijakan
		Pembinaan

Sumber: KEMENPAREKRAF, 2019

### 3. Pariwisata Ramah Muslim Perspektif Ekonomi Islam

Ekonomi Islam pada perkembangannya hanya sebatas membahas pada ranah industri keuangan, namun belakangan ini, berkembang pula

pada kajian yang melingkupi gaya hidup (*lifestyle*) berupa makanan dan minuman, kesehatan, rekreasi, serta perawatan.<sup>55</sup> Semakin banyak peminat dalam hal ini adalah wisatawan terhadap pariwisata halal, maka diprediksi pariwisata halal ini akan memiliki prospek yang menjanjikan.<sup>56</sup>

Predikat kata “Islam” dalam terminologi ekonomi Islam, tentu akan membawa konsekuensi atau makna yang berbeda dengan pengertian ekonomi pada umumnya atau konvensional. Islam sebagai agama langit bersumber pokok ajarannya pada Al-Qur’an dan Hadist Nabi. Sebab itu antara keduanya secara prinsip mempunyai karakter yang berbeda antara yang satu dengan yang lainnya.<sup>57</sup> Dalam hal ini, Yusuf Qardhawi menyatakan bahwa pada dasarnya karakter ekonomi Islam memiliki empat nilai, yaitu *ulûhiyyah*, *insâniyyah*, *akhlaqiyyah*, dan *washatiyyah*.<sup>58</sup> Sedangkan Syed Nawab Haider Naqvi berpendapat bahwa ciri ekonomi Islam meliputi kesatuan (*tawhid*), keseimbangan (*al-'adl wa al-ihsan*), kehendak bebas (*ikhtiyar*), serta tanggung jawab (*fardh-responsibility*).<sup>59</sup> Lalu, sebagai tambahan Adiwarman Karim melengkapinya, antara lain *tawhid*, *'adl*, *khilafah*, *nubuwwah*, dan *ma'ad* (*return*).<sup>60</sup>

---

<sup>55</sup> Achmad Room Fitrianto. Ihsan, Rafiqi. Deddy Setyawan, Ariza Qanita, “Studi Komparatif Pariwisata Halal Dan Pariwisata Berkelanjutan (Suatu Kajian Pemikiran Ekonomi Islam Tentang Pariwisata),” dalam *Proceeding Semnas Pariwisata* (Surabaya, 2019), hlm. 98.

<sup>56</sup> *Ibid.*

<sup>57</sup> Muhammad Djakfar, *Pariwisata...*, hlm. 136.

<sup>58</sup> Yusuf Qardhawi, *Dawr Al-Qiyam Wa Al-Akhlaq Fi Al-Iqtishad Al-Islami*, (Kairo: Maktabah Wahbah, 1995).

<sup>59</sup> Naqvi, *Islam, Economics, and Society*, (London & New York: Kegan Paul International, 1994).

<sup>60</sup> Adiwarman Karim, *Ekonomi Mikro Islami*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2007), hlm. 52.

Kesimpulan dari ketiga pendapat di atas yakni, ketuhanan (*ulūhiyyah-rububiyyah*), kemanusiaan (*insāniyyah*), norma etika (*akhlaqiyyah*), keseimbangan (*washatiyyah*), kehendak bebas (*ikhtiyar*), serta tanggung jawab (*masuliyyahi*) bagi seluruh pelakunya. Nilai-nilai inilah yang seharusnya dipatuhi oleh para pemangku kepentingan pariwisata halal agar tidak terjebak ke dalam praktik wisata sekuler yang teralienasi dari nilai-nilai transenden. Karena, bagaimanapun dan apapun yang diperbuat kelak akan dipertanggungjawabkan di hadapan Allah SWT.<sup>61</sup>

Tentu saja bagi siapa pun yang sanggup mempertanggungjawabkan seluruh perbuatannya, maka ia akan dapat meraih *falah* di akhirat kelak. Karena di dunia ia telah sanggup menata kehidupan sesuai dengan prinsip syarī'ah. Inilah sejatinya yang menjadi tujuan dari ekonomi Islam yang perlu dipahami serta diimplementasikan oleh seluruh pelaku bisnis.<sup>62</sup> Dalam uraian di bawah ini, terdapat lima nilai yang terkandung dalam Islam yang disangkut pautkan dengan sektor pariwisata. Sebagai tambahan, peneliti akan menghubungkannya dengan ACES Model sebagaimana berikut ini:

---

<sup>61</sup> Muhammad Djakfar, *Pariwisata...*, hlm. 137.

<sup>62</sup> P3EI UII Yogyakarta Bekerjasama dengan Bank Indonesia, *Ekonomi Islam* (Jakarta: PT Raja Grafindo Persada, 2008), hlm. 54.

**a. Nilai *Rubûbiyyah* (*Ulûhiyyah*)**

Nilai-nilai ketuhanan (*ulûhiyyah*) dalam ekonomi Islam pada dasarnya menjadi kausa utama nilai-nilai karakter yang lain.<sup>63</sup> Sebab itu, posisi *ulûhiyyah* ini mendahului posisinya dari yang lain. Hal ini menunjukkan bahwa betapa pentingnya nilai *ulûhiyyah* ini terhadap nilai-nilai lainnya. Bahkan nilai *ulûhiyyah* ini adalah kausa utama nilai-nilai turunan tersebut. Artinya, jika para pelaku kepentingan industri ini imannya sudah kokoh, niscaya mereka akan menghargai martabat wisatawan sebagai manusia yang wajib dihormati dan dilayani semaksimal mungkin. Mereka juga akan memiliki kepekaan terhadap nilai-nilai moral dan seterusnya.<sup>64</sup>

Dengan kata lain, sejatinya aktivitas ekonomi yang bertolak pada nilai-nilai *ulûhiyyah* yang berasaskan akidah, menurut Qardhawi akan mengarahkan semua pelakunya dalam suasana aktivitas ekonomi yang berdasarkan iman (*tawhid*). Selain itu, sebagai pelaku, mereka wajib menyadari bahwa apa yang dikelola dalam industri bisnis wisata pada hakikatnya adalah milik Allah sebagai pemilik mutlak. Sebab itu mereka harus mempertanggung jawabkan segala yang telah dilakukan.<sup>65</sup> Kaitannya dengan ACES Model, tentu seluruh aspek seperti *Access* (Akses), *Communication* (Komunikasi), *Environment* (Lingkungan), dan *Services* (Layanan) harus berlandaskan nilai

---

<sup>63</sup> Qardhawi, *Dawr ...*, hlm. 25.

<sup>64</sup> Djakfar, *Pariwisata ...*, hlm. 138.

<sup>65</sup> *Ibid.*

*ulûhiyyah*. Untuk bisa merealisasikan hal ini, maka titik yang harus diubah adalah para pelaku industri wisatanya. Maknanya, bahwa bagi seluruh pelaku bisnis Muslim bagaimana pun perasaan berimannya seyogianya harus menjadi pengendali utama dalam melaksanakan aktivitas bisnis.<sup>66</sup>

**b. Wahana *Ukhuwah* Universal (*Insâniyyah*)**

Sebagaimana telah dipaparkan sebelumnya, bahwasanya wisata ramah Muslim dalam sistematika ajaran Islam termasuk dalam ranah kajian muamalah yang mengatur interaksi antar manusia dari satu individu dengan individu lainnya secara universal. Universal disini berarti bahwa dalam melaksanakan muamalah tidak dibatasi oleh isu SARA sempit yang bersifat eksklusif yang kurang menguntungkan secara bisnis.<sup>67</sup>

Maka dari itu, wisatawan dalam pariwisata ramah Muslim tidaklah dibatasi oleh faktor perbedaan suku, agama, ras, dan golongan. Jika terjadi penggolongan atau pembatasan, tentu hal ini akan kontraproduktif dengan watak dasar ajaran agama Islam yang *rahmatan lil 'âlamîn* bagi semua kehidupan manusia. Disinilah arti penting pelaku pariwisata ramah Muslim untuk mengedepankan nilai-nilai kemanusiaan secara universal, antara lain dengan memberi

---

<sup>66</sup> *Ibid.*

<sup>67</sup> *Ibid.*, hlm. 139.

pelayanan secara prima dan maksimal agar wisatawan merasakan kepuasan.<sup>68</sup>

Nilai ini pula harus ada dalam ACES Model. Dimana keempat indikator harus saling berakselerasi untuk menciptakan kenyamanan bagi seluruh agama, termasuk agama Islam sendiri. Setiap individu atau wisatawan merupakan bagian integral dari komunitas yang saling berinteraksi antar satu dengan yang lainnya. Sebab itu, sebagai kesatuan yang saling berhubungan atau bersosial, Islam menjanjikan hak serta kewajiban perseorangan secara berkesinambungan. Sehingga diharapkan seluruh wisatawan dari berbagai unsur akan merasa nyaman dan tenang dalam melakukan kegiatan wisatanya.<sup>69</sup>

**c. Panduan Nilai-Nilai Etis (*Akhlâqiyyah*)**

Nabi Muhammad SAW menyatakan bahwa beliau diutus adalah untuk menyempurnakan akhlak insan yang ada di dunia.<sup>70</sup> Oleh sebab itu, kita sebagai umatnya wajib untuk merefleksikan sifat terpuji beliau ke dalam berbagai aspek kehidupan. Kaitannya dengan hal ini,

---

<sup>68</sup> *Ibid.*

<sup>69</sup> Mahmud Abu Saud, *Garis-Garis Besar Ekonomi Islam* (Jakarta: Gema Insani Press, 1996), hlm. 19.

<sup>70</sup> Muhammad Al-Ghazali, *Khuluq Al-Muslim*, (Mekkah: Dar al-Khutub al-Haditsah, 1964), hlm. 6.



Yusuf Qardhawi secara tegas menyatakan bahwa segala aspek kehidupan ini tidak lepas dari nilai-nilai akhlaki.<sup>71</sup>

Pada dasarnya, pernyataan Qardhawi ini menerjemahkan ajaran Nabi SAW sebelumnya dalam ranah kehidupan. Oleh sebab itu, untuk mengaplikasikan nilai-nilai akhlak ke dalam industri pariwisata ramah Muslim adalah merupakan suatu keniscayaan. Wujudnya antara lain berkaitan dengan masalah pelayanan dan masalah lain yang berkaitan dengan aktivitas wisata secara umum. Berarti, tidak ada satu pun aktivitas dalam wisata halal atau ramah Muslim yang bebas nilai, seluruhnya tetap dalam batasan-batasan nilai dari ajaran akhlak.<sup>72</sup>

Dimana dalam ACES Model, nilai akhlaki harus dijunjung sedemikian tinggi. Contohnya saja pada salah satu indikatornya, yakni indikator layanan (*services*) yang didalamnya meliputi ketersediaan fasilitas-fasilitas Islami berupa restoran halal, masjid, bandara, hotel, serta atraksi.<sup>73</sup> Adanya fasilitas ini tentu akan membuat wisatawan Muslim secara langsung ataupun tidak langsung patuh terhadap syariat agamanya saat melakukan kegiatan wisata. Adanya pemisahan antara wisatawan laki-laki dengan perempuan pada salah satu fasilitasnya juga termasuk cara pengelola untuk menjaga nilai akhlaki para wisatawannya.

---

<sup>71</sup> Muhammad Djakfar, *Etika Bisnis Menangkap Spirit Ajaran Langit Dan Pesan Moral Ajaran Bumi*, (Depok: Penebar Plus, 2012), hlm. 29.

<sup>72</sup> Muhammad Djakfar, *Pariwisata...*, hlm. 140

<sup>73</sup> Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syari'ah, *Laporan Perkembangan Pariwisata Ramah Muslim Daerah 2019-2020* (Jakarta, 2020), hlm. 9.

#### d. Keseimbangan (*Wasâtiyyah*)

Pariwisata ramah Muslim sebagai sebuah industri, tentu tak lepas dengan pencarian keuntungan (*profit*) secara materi. Tujuan ini tentu sah-sah saja ditujukan. Namun, Islam mengajarkan bahwa bagaimanapun korporat tidak selayaknya hanya mendahulukan kepentingannya sendiri tanpa memperdulikan kepentingan *stakeholder* lainnya yang harus dihargai.<sup>74</sup>

Jika korporat lebih tertuju pada kepentingan pribadinya, maka berpotensi menimbulkan praktik bisnis yang tidak adil, melanggar tatanan hukum dan etika yang sejatinya harus dijunjung tinggi. Hal ini dikarenakan di masa kini, untuk mengendalikan ego korporat ini pemerintah mewajibkan setiap perusahaan besar agar menjalankan program CSR (*Corporate Social Responsibility*). Inilah sejatinya yang harus diimplementasikan ke dalam dunia pariwisata halal atau ramah Muslim.<sup>75</sup> Begitu pula dengan adanya ACES Model yang harus dijalankan dengan seimbang dan saling beriringan guna menemukan titik kenyamanan seluruh wisatawan, khususnya wisatawan Muslim. Dalam konteks inilah yang dimaksud perlu adanya keseimbangan antara sesuatu yang material (lahir) dengan

---

<sup>74</sup> Muhammad Nejatullah Siddiqi, *The Economics Enterprise in Islam*, (Lahore: Islamic Publication Ltd, 1979), hlm. 41.

<sup>75</sup> Muhammad Djakfar, *Pariwisata...*, hlm. 142

sesuatu yang sifatnya spiritual (batin-transenden) yang harus mewarnai dunia pariwisata ramah Muslim.<sup>76</sup>

**e. Kehendak Bebas dan Tanggung Jawab (*Masuliyah*)**

Dalam prinsipnya, Islam memberi kebebasan kepada umat manusia dalam kapasitasnya sebagai khalifah di muka bumi untuk melaksanakan ikhtiar demi kelangsungan hidupnya.<sup>77</sup> Namun, kebebasan ini tidak dalam artian yang sebebas-bebasnya tanpa batasan. Karena bagaimanapun harus tetap dalam bingkai syari'ah sebagaimana yang telah diajarkan. Manusia bebas untuk memilih sektor bisnisnya, karena ini adalah indikasi adanya kebebasan terbatas menurut ajaran Islam. Terkhusus dalam hal ini adalah bisnis industri pariwisata ramah Muslim dengan pertimbangan karena saat ini merupakan bisnis yang banyak dikembangkan di berbagai negara di dunia.

Terlebih ketika dimaknai bebas dari pengawasan Allah, sehingga dalam melaksanakan amanah itu para pemangku kepentingan pariwisata ramah Muslim wajib mempertanggung jawabkan amanah yang dibebankan padanya.<sup>78</sup>

**4. ACES Model**

**a. Pengertian**

---

<sup>76</sup> *Ibid.*

<sup>77</sup> Mustaq Ahmad, *Etika Bisnis Dalam Islam*, (Jakarta: Al-Kautsar, 2001), hlm. 93.

<sup>78</sup> Muhammad Djakfar, *Pariwisata...*, hlm. 143.

ACES Model adalah sebuah model atau kerangka indikator untuk mengukur kelayakan suatu wilayah atau negara untuk membangun pariwisata halal atau ramah Muslim. ACES Model diresmikan pada tahun 2017 yang berbarengan dengan peluncuran *Global Muslim Travel Index (GMTI) report 2017*.<sup>79</sup> GMTI sendiri ditemukan sebagai indeks yang mengukur dan mengamati pertumbuhan serta perkembangan industri pariwisata yang diizinkan dalam skala global. GMTI digunakan untuk menganalisis pola perilaku wisatawan Muslim di kancah dunia.<sup>80</sup> Adapun ACES Model ini memiliki empat faktor kunci, yaitu:

- 1) Kemudahan akses menuju destinasi wisata.
- 2) Komunikasi internal dan eksternal yang baik dalam destinasi wisata tersebut.
- 3) Lingkungan dalam destinasi wisata tersebut.
- 4) Layanan yang disediakan dalam destinasi wisata tersebut.

Masing-masing faktor kunci ini dinilai menggunakan pengukuran di beberapa kriteria. Setiap skor kriteria diturunkan dengan menggunakan beberapa sub-kriteria. Secara total, lebih dari 40 kumpulan data digunakan dalam menyusun skor GMTI berdasarkan Model ACES. Sejak formalisasi ini diresmikan pada tahun 2017, model ini telah berevolusi untuk mengimbangi perkembangan pasar

---

<sup>79</sup> Mastercard-Crescentrating GMTI Series Report, *Indonesia ...*, hlm. 4.

<sup>80</sup> Nisthar and Mustafa, "An Econometric ...", hlm. 44.

pariwisata ramah Muslim.<sup>81</sup> Adapun ACES Model ini diadaptasi oleh *Indonesia Muslim Travel Index* (IMTI) dengan indikator-indikator yang sama, yaitu: *Access* (akses), *Communication* (komunikasi), *Environment* (Lingkungan), dan *Services* (Layanan).<sup>82</sup>

Keempat indikator ini telah mewakili komponen penting yang menjadi tujuan untuk meningkatkan sendi-sendi penting dalam pengembangan pariwisata Muslim. Kemampuan untuk meningkatkan tingkat di masing-masing indikator sangatlah penting untuk perkembangan pariwisata ramah Muslim dan akan berdampak pada tujuan wisatawan Muslim dalam menyikapi perjalanannya.<sup>83</sup>

**b. Access (Akses)**

Dalam *Indonesia Muslim Travel Index* (IMTI) *Report* 2019, indikator yang ada dalam *access* (akses) ini meliputi: akses udara, akses rel, akses laut, dan infrastruktur jalan raya. Indikator ini mengukur kemudahan-kemudahan yang terkait dengan kemudahan aksesibilitas suatu destinasi wisata melalui beberapa moda transportasi. Destinasi yang memiliki akses buruk, tentu tidak akan dipertimbangkan oleh wisatawan Muslim.

**c. Communication (Komunikasi)**

Adapun subkriteria yang ada dalam indikator ini meliputi: panduan bagi pengunjung Muslim, pendidikan bagi para pemangku

---

<sup>81</sup> Report, *Indonesia Muslim Travel Index*.

<sup>82</sup> Mastercard-Crescentrating GMTI Series Report, *Indonesia ...*, hlm. 13.

<sup>83</sup> Mastercard-Crescentrating, *Indonesia Muslim Travel Index (IMTI 2019)*.

kepentingan, jangkauan pasar, kemampuan berbahasa asing bagi para pemandu wisata, dan pemasaran digital. Indikator ini mengukur tingkat kesadaran serta tingkat jangkauan pasar pariwisata ramah Muslim. Hal ini pula yang akan menjadikan wisatawan mudah untuk berkomunikasi secara tidak langsung antara wisatawan dengan destinasi wisata tersebut. destinasi wisata yang tingkat komunikasinya buruk cenderung akan membuat wisatawan merasa asing.

**d. *Environment (Lingkungan)***

Subkriteria yang ada dalam indikator ini meliputi: kedatangan turis domestik, turis mancanegara, cakupan Wi-Fi di Bandara serta komitmen destinasi wisata untuk berikrar menjadi wisata ramah Muslim. Indikator ini mengukur tujuan wisatawan Muslim serta keamanan lingkungan secara keseluruhan yang berbasis kenyamanan. Lingkungan yang tidak bersahabat bagi wisatawan Muslim cenderung akan membuat suatu pengalaman yang tak diinginkan bagi wisatawan.

**e. *Services (Layanan)***

Indikator ini mempertimbangkan subkriteria seperti: restoran halal, masjid, bandara, hotel, dan atraksi. Indikator ini lebih mengukur pada kebutuhan yang berbasis agama yang disediakan oleh pengelola destinasi wisata. Indikator ini sangatlah penting untuk memungkinkan wisatawan Muslim untuk bepergian dengan bebas dengan tetap memuaskan dan bahkan tetap setia pada syariat agamanya saat mereka bepergian.

## 5. *Services* (Layanan)

### a. Pengertian Layanan

Layanan adalah konsep yang sangat kompleks.<sup>84</sup> Awal kata layanan ini berasal dari bahasa latin, yaitu “*Servitium*” yang berarti situasi hamba, dan seseorang yang melayani orang lain.<sup>85</sup> Adapun menurut Gummesson, layanan adalah sesuatu yang dapat diperjualbelikan, namun tidak dapat dikontrol. Lovelock menyatakan pendapat lain, yaitu layanan adalah proses yang terdiri dari serangkaian aktivitas yang tidak selalu nyata, yang terjadi dalam interaksi antara pelanggan, karyawan layanan, dan (atau) sumber daya fisik dan barang, dan (atau) sistem penyedia layanan yang ditawarkan sebagai solusi bagi masalah pelanggan.<sup>86</sup> Lalu menurut Kotler, layanan merupakan aktivitas atau manfaat apapun yang dapat ditawarkan satu pihak kepada pihak yang lain yang umumnya tidak berwujud dan tidak menghasilkan kepemilikan material apapun.<sup>87</sup>

Selain itu, adapun definisi layanan atau pelayanan secara umum yang ada dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah menyediakan segala apa yang dibutuhkan orang lain.<sup>88</sup> Sedangkan menurut Tjiptono, definisi layanan adalah kegiatan yang dilaksanakan

---

<sup>84</sup> S Grove, R Fisk & J John, “The Future of Services, Marketing: Forecast From Ten Services Experts”, *Journal of Services Marketing*, Vol.17 (2003), hlm. 107-121.

<sup>85</sup> A. M. Sanchez, “Relationships Between Services, Growth, Productivity and Welfare”, *ServPPIN*, (2009), hlm. 6.

<sup>86</sup> C. Lovelock, *Services Marketing*, (London: Prentice Hall Inc, 1996), hlm. 42.

<sup>87</sup> Kotler, *Managementul Marketingului*, (Bucuresti: Teora, 1997), hlm. 401.

<sup>88</sup> W.J.S. Poerwadarminto, *Kamus...*, hlm. 245.

perusahaan kepada pelanggan yang telah membeli produknya.<sup>89</sup> Moenir mengatakan bahwa pelayanan merupakan proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung. Standar dalam pelayanan adalah ukuran yang telah ditentukan sebagai suatu pembakuan pelayanan yang baik. Dalam standar pelayanan ini juga terdapat baku mutu layanan. Adapun mutu adalah kondisi dinamis yang ada hubungannya dengan produk, manusia, layanan, lingkungan, serta proses yang memenuhi atau melampaui harapan pihak yang menginginkan.<sup>90</sup>

Secara umum, layanan ini erat kaitannya dengan pelayanan. Pelayanan adalah setiap kegiatan yang diperuntukkan untuk memberi kepuasan kepada pelanggan atau konsumen, melalui pelayanan ini. Atau, keinginan dan kebutuhan pelanggan dapat terpenuhi.<sup>91</sup> Satu definisi atau pengertian yang dapat peneliti simpulkan bahwa layanan atau pelayanan merupakan serangkaian kegiatan yang merupakan suatu proses untuk memenuhi kebutuhan melalui aktivitas orang lain, semisal dalam tema penelitian ini aktivitasnya berupa aktivitas pariwisata.

#### **b. Layanan Dalam ACES Model**

ACES model merupakan suatu model indikator yang dikeluarkan oleh *Mastercard-Crescentrating* sebagai upaya untuk

---

<sup>89</sup> Fendy Tjiptono, *Manajemen Layanan*, (Yogyakarta: Andi Offset, 2004), hlm. 94.

<sup>90</sup> M. Nur Rianto, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syariah*, (Bandung: Alfabeta, 2010), hlm.211-212.

<sup>91</sup> Kasmir, *Manajemen Perbankan*, (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2010), hlm. 22.



memetakan potensi pariwisata ramah Muslim di dunia. ACES model ini memiliki empat bidang yang diantaranya adalah: *Access*, *Communication*, *Environment*, dan *Services*. Empat indikator ini telah mewakili komponen penting yang menjadi tujuan atau fokus untuk meningkatkan pasar pariwisata halal.<sup>92</sup> Dalam ACES Model, indikator layanan (*services*) ini begitu penting. Disamping karena indikator ini memiliki persentase yang paling tinggi dari indikator lainnya, yaitu 45% dari 100%. Indikator ini juga memiliki peran yang penting.<sup>93</sup>

Dalam ACES model, indikator *services* (layanan) mempertimbangkan sub-kriteria berikut: restoran halal, masjid, bandara, hotel, dan atraksi atau pagelaran. Komponen ini mengukur layanan kebutuhan yang berbasis agama dalam tujuan atau destinasi wisata. Indikator ini sangat penting untuk memungkinkan para wisatawan Muslim untuk berpergian dengan bebas dengan tetap memuaskan dan bahkan menjaga agar wisatawan Muslim untuk tetap taat pada syariat Islam saat mereka berpergian.<sup>94</sup>

Indikator ini pula memiliki peran kunci untuk menarik wisatawan Muslim. Indikator ini didalamnya termasuk semua hal yang bersertifikat halal seperti pendirian restoran, hotel-hotel syari'ah, ruang dan fasilitas sholat yang memadai, produk yang inovatif, serta pengalaman wisatawan seperti pengalaman religi, atau pengalaman

---

<sup>92</sup> Mastercard-Crescentrating GMTI Series Report, Indonesia..., hlm. 13 .

<sup>93</sup> *Ibid.*, hlm. 15.

<sup>94</sup> *Ibid.*, hlm 13.

kuliner halal, dan yang tak kalah pentingnya adalah adanya pemisahan gender dalam fasilitas seperti SPA dan pusat kebugaran (*Gymnasium*).<sup>95</sup> Dalam *IMTI Report*, terdapat empat indikator yang salah satu dari indikator tersebut adalah indikator layanan (*services*). Dalam *IMTI Report* pula, tiap-tiap indikator memiliki persentasenya sendiri-sendiri. Adapun persentase dari indikator layanan (*services*) ini yang paling besar nilainya dibanding tiga indikator lainnya. Menandakan bahwa indikator *services* (layanan) ini begitu penting keberadaannya. Berikut adalah besaran persentase dari tiap indikator:

Tabel 10 Persentase Masing-masing Indikator  
Dalam IMTI 2019

Indikator	Besaran Persentase
<i>Access</i> (Akses)	10%
<i>Communication</i> (Komunikasi)	15%
<i>Environment</i> (Lingkungan)	30%
<i>Services</i> (Layanan)	45%

Sumber: IMTI, 2019

Terkait dengan layanan, berikut adalah poin-poin penting yang ada di dalam *annual report* yang dirilis oleh *Mastercard Crescentrating*:<sup>96</sup>

1) Memperjuangkan keberlanjutan

Dengan bentang alam yang indah, Indonesia mampu untuk mengemas suatu layanan perjalanan yang menonjolkan keberlanjutan (*sustainability*) dan peduli terhadap lingkungan.

<sup>95</sup> Mastercard-Crescentrating GMTI Series Report, *Indonesia...*, hlm. 25.

<sup>96</sup> *Ibid.*, hlm. 32-33.

Hal ini selanjutnya dapat menarik wisatawan Muslim kaum millennial (*Muslim Millennial Travelers*) untuk memenuhi pangsa pasar wisatawan Muslim dalam melestarikan lingkungan sambil menikmati pengalaman perjalanan mereka, dan wisatawan pada umumnya yang menghargai pariwisata berkelanjutan.

## 2) Posisi dalam Memanfaatkan Kehalalan Bagi Seluruh Tamu

Meskipun pariwisata halal menargetkan wisatawan Muslim sebagai pasarnya, konsep ini pula sebenarnya dapat memiliki daya tarik yang sifatnya universal bagi wisatawan non-Muslim. Karena di dalamnya terdapat banyak manfaat, seperti perdamaian dan keamanan, lingkungan yang ramah terhadap keluarga. Adanya pelarangan terhadap minuman beralkohol di beberapa hotel dan restoran juga dapat menjadi tarik bagi keluarga yang mencari lingkungan yang ramah bagi keluarganya.

Terlebih lagi, di Indonesia telah ada fatwa yang mengatur tentang Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata

Berdasarkan Prinsip Syari'ah yang termuat dalam fatwa DSN-MUI No.108/DSN-MUI/X/2016 yang didalamnya juga memuat tentang bagaimana ketentuan-ketentuan terkait pengadaan Hotel Syari'ah seperti: tidak boleh menyediakan fasilitas akses pornografi, hiburan yang mengarah pada kemusyrikan, kemaksiatan, makanan dan minuman yang wajib mendapat sertifikasi dari MUI, pengadaan fasilitas ibadah yang memadai.

Serta dari sisi intern seperti kewajiban karyawan/karyawati untuk mengenakan pakaian yang sesuai syariat, kewajiban hotel memiliki prosedur pelayanan sesuai prinsip syari'ah, dan menggunakan jasa lembaga keuangan syari'ah dalam melakukan pelayanan.<sup>97</sup>

### 3) Peningkatan Layanan Global dan Standar Tata Kelola

Dorongan untuk mengembangkan ruang pariwisata merupakan sebuah kesempatan bagi Indonesia untuk lebih memperkuat level layanannya dalam sektor perhotelan dan standar tata kelola. Pengembangan infrastruktur dan keterampilan, memadai dan jaminan Halal yang terintegrasi di seluruh rantai nilai layanannya yang mengkomunikasikan izin serta kualitas tinggi adalah kunci untuk menarik wisatawan Muslim dan non-Muslim. Staf hotel harus dilatih dan dididik tentang nilai-nilai dan ajaran wisatawan Muslim untuk dapat melayani wisatawan yang sadar akan tingkat kehalalan sesuai dengan prinsip syari'ah.

Fasilitas pemisahan gender seperti pada *gymnasium*, spa dan hiburan keluarga akan semakin meningkatkan penawaran untuk segmen pasar yang bersangkutan.

Hal ini pula telah tertuang pada fatwa DSN-MUI No.108/DSN-MUI/X/2016 tentang Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata Berdasarkan Prinsip Syari'ah. dimana di dalamnya

---

<sup>97</sup> Dewan Syari'ah Nasional-Majelis Ulama Indonesia, *Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata Berdasarkan Prinsip Syari'ah* (Indonesia, 2016), hlm. 6-7.

telah berisi ketentuan-ketentuan seperti: memiliki ikhtiar untuk mewujudkan kemaslahatan umum, memelihara amanah, keamanan dan kenyamanan, memiliki fasilitas ibadah yang layak pakai, makanan dan minuman yang tersertifikasi halal MUI, dan destinasi wisata yang wajib terhindar dari khufarat, maksiat, zina, dan lain sebagainya.<sup>98</sup>

#### 4) Sertifikasi dan Peningkatan Kehalalan

Sertifikasi dan pemeringkatan halal diperlukan untuk mengurangi kemungkinan sikap skeptis serta untuk menanamkan kepercayaan pada wisatawan Muslim. Dengan demikian, jaminan halal tersebut akan dibutuhkan oleh wisatawan Muslim dalam hal pencarian hotel dan restoran yang ideal bagi mereka. Indonesia mengesahkan UU No. 33/2014 tentang produk jaminan halal pada tahun 2014 yang mengharuskan semua produk bersertifikasi halal pada tahun 2019. Dengan demikian, hal ini akan menguntungkan Produk Indonesia juga untuk melayani wisatawan Muslim dalam pasar konsumen Muslim global. Mengikuti tren standarisasi ini, crescentrating melalui skema peringkat kehalalan global ini skema juga dapat membantu negara yang ada di dalamnya untuk mendapatkan penerimaan yang lebih baik dari tamu internasional.

Selain UU No.33/2014 ini, ada pula aturan-aturan penunjang yang ada, seperti fatwa DSN-MUI No.108/DSN-

---

<sup>98</sup> *Ibid.*, hlm. 7.

MUI/X/2016 tentang Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata Berdasarkan Prinsip Syari'ah yang isinya mengatur pihak-pihak dalam penyelenggaraan pariwisata ramah Muslim untuk menjalankan prinsip syari'ah seperti: wisatawan, biro perjalanan wisata syari'ah, pengusaha pariwisata, hotel syari'ah, pemandu wisata, dan terapis. Ditambah dengan adanya panduan penyelenggaraan pariwisata halal yang dikeluarkan KEMENPAR semakin memperkuat Indonesia untuk memajukan sektor pariwisata ramah Muslim.

#### 5) Strategi Tiap Destinasi yang Dibedakan

Aktivasi ruang-tujuan yang dibedakan ini bisa menarik lebih banyak wisatawan Muslim dari seluruh dunia dan selanjutnya meningkatkan merek negara Indonesia sebagai tujuan yang aman untuk seluruh kalangan. Semisal untuk para wisatawan Muslim millennial (*Muslim Millennial Tourism*) yang tentu berbeda tujuan wisatanya dengan wisatawan keluarga.

#### 6) Produk dan Pengalaman Pariwisata yang Inovatif

Indonesia dapat menyatukan Ekonomi Islam dengan sektor lainnya untuk menciptakan produk pariwisata yang inovatif. Misalnya, Indonesia dapat memasukkan situs warisan Islam serta perjalanan religius dengan aktivitas yang berkaitan dengan budaya serta warisan yang dibungkus dengan nuansa yang inovatif.

## 7) Ruang dan Fasilitas Shalat yang Ditingkatkan

Indonesia adalah rumah bagi lebih dari 800.000 masjid yang menjadikan mudah bagi wisatawan untuk menemukan ruang shalat sebagai saran beribadahnya. Namun, bagi wanita muslim, perlu adanya wudhu dengan fasilitas yang layak. Sebagian besar tempat wudhu di masjid atau ruang shalat berada di tempat umum dan ada sedikit privasi untuk wanita Muslim yang tertutup. Dengan memberikan fasilitas yang tepat terhadap tempat wudhu sehingga akan membuat nyaman wisatawan Muslim, serta dapat menambah nilai bagi pengalaman perjalanan mereka.

### c. Indikator Layanan (*Services*) Dalam ACES Model

Seperti yang telah dipaparkan sebelumnya bahwa indikator *services* (layanan) ini memiliki lima subkriteria. Adapun rincian dari kriteria penilaian wisata halal yang merupakan modifikasi dari adaptasi model yang ada dalam IMTI sebagai berikut:<sup>99</sup>

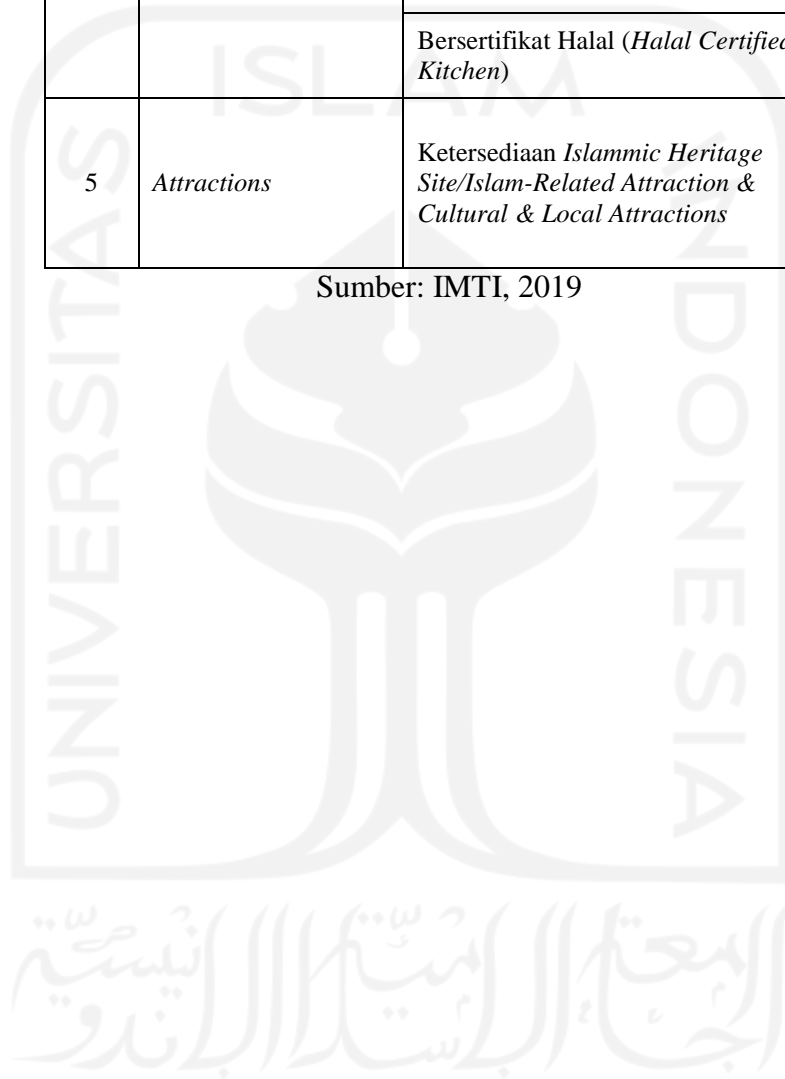
Tabel 11 Sub-Kriteria dalam Indikator *Services*  
Pada IMTI *Report*

No	Sub-Kriteria	Indikator
1	<i>Halal Restaurants</i>	Ketersediaan Restoran Halal
2	<i>Mosque</i>	Ketersediaan Tempat Ibadah
3	<i>Airports</i>	Ketersediaan Bandara

<sup>99</sup> Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syari'ah, *Laporan Perkembangan Pariwisata Ramah Muslim Daerah 2019-2020* (Jakarta, 2020), hlm. 14-15.

4	<i>Hotels</i>	Ketersediaan Hotel Syari'ah/Hotel yang tidak menghadirkan alkohol/ketersediaan <i>Dry Hotel</i>
		Ketersediaan Hotel dengan Restoran/Dapur
		Bersertifikat Halal ( <i>Halal Certified Kitchen</i> )
5	<i>Attractions</i>	Ketersediaan <i>Islamic Heritage Site/Islam-Related Attraction &amp; Cultural &amp; Local Attractions</i>

Sumber: IMTI, 2019





## BAB III METODE PENELITIAN

### A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

#### 1. Jenis Penelitian

Penelitian ini bersifat penelitian kualitatif, yakni proses eksplorasi dan memahami makna perilaku individu maupun kelompok, yang menggambarkan masalah sosial atau masalah kemanusiaan. Proses penelitian ini mencakup membuat pertanyaan penelitian serta prosedur yang sifatnya masih sementara, mengumpulkan data pada *setting* partisipan, analisis data secara induktif, membangun data yang parsial ke dalam tema, lalu selanjutnya memberikan interpretasi terhadap makna suatu data.<sup>1</sup>

Maka dalam penelitian ini, peneliti awalnya menggali data-data sekunder yang ada, lalu menganalisis problema yang ada dari data sekunder tersebut. Baru setelah itu peneliti akan terjun ke lapangan untuk melihat realita (*field research*) yang datang dari permasalahan yang berkenaan dengan pengembangan pariwisata halal di Daerah Istimewa Yogyakarta ditinjau dari sisi *services indicator* yang ada dalam *Indonesia Muslim Travel Index (IMTI)* pada destinasi wisata halal di Kota Yogyakarta, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.

---

<sup>1</sup> John H. Creswell, *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (Los Angeles: Sage, 2009), hlm. 4.

## 2. Pendekatan Penelitian

Adapun penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus. Menurut Yin (2002), studi kasus adalah sebuah proses penelitian, “*A case study is in empirical inquiry that investigates a contemporary phenomenon within its real-life context, especially when the boundaries between phenomenon and context may not clearly evident*”.<sup>2</sup> Sebuah studi kasus penelitian memiliki tujuan untuk menguji pertanyaan dan masalah penelitian, yang tidak dapat dipisahkan antara fenomena dan konteks yang dimana fenomena itu terjadi.

Lebih lanjut, ada beberapa karakteristik dari suatu studi kasus yang dikemukakan oleh Creswell, yaitu: 1) mengidentifikasi kasus yang akan diteliti, 2) kasus tersebut adalah sebuah sistem yang terikat oleh waktu dan tempat, 3) studi kasus menggunakan berbagai sumber informasi dalam pengumpulan datanya dengan tujuan untuk memberikan gambaran yang terperinci tentang respon dari peristiwa, dan 4) penggunaan pendekatan studi kasus ini akan menghabiskan waktu dalam menggambarkan konteks untuk suatu kasus.<sup>3</sup>

### B. Tempat atau Lokasi Penelitian

Adapun lokasi penelitian ini terletak di Kabupaten Sleman, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Menentukan lokasi penelitian ini adalah dengan melihat data-data sekunder terkait judul penelitian yang diambil dari *annual*

---

<sup>2</sup> Yin, R.K., *Case Study Research: Design and Methods*, (California: Sage, 2002), hlm. 16.

<sup>3</sup> John W. Creswell, *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Traditions*, (London: Sage Publications, 1998), hlm. 37-38.

*report* yang dikeluarkan oleh *Mastercard Crenscent-Rating Indonesia Muslim Travel Index* (IMTI) tahun 2019 yang dimana Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta termasuk ke dalam pemeringkatan *Indonesia Travel Muslim Report* bersama Sembilan Provinsi lainnya dan lebih mendalam Kabupaten Sleman adalah termasuk salah satu Kabupaten/Kota yang ada di dalam Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.

Kabupaten Sleman dipilih dari empat Kabupaten/Kota lainnya yang ada di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta karena dalam Statistik Kepariwisata Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta tahun 2019, Kabupaten Sleman memiliki potensi pariwisata yang besar. Terutama dalam jumlah kedatangan wisatawan domestiknya memiliki jumlah keseluruhan paling tinggi diantaranya ke-empat Kabupaten/Kota lainnya yang ada di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta di tahun 2019.

Lebih mengkhhusus, penelitian ini telah dilaksanakan pada destinasi-destinasi wisata dalam lingkup Kabupaten Sleman. Dilihat dari statistik kepariwisataan Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta tahun 2019, terdapat tiga destinasi wisata pilihan dengan jumlah kunjungan wisatawan domestik tertinggi di Kabupaten Sleman, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Yakni Candi Prambanan, Tebing Breksi, dan Desa Mlangi. Namun pada realisasinya, terdapat perubahan lokasi penelitian yang disebabkan karena perijinan yang tidak kunjung dikeluarkan, seperti yang telah terjadi saat peneliti tidak diberi izin meneliti di wisata Candi Prambanan, serta rekomendasi Ibu Nyoman Rai Safitri

yang mengatakan bahwa Desa Mlangi ini belum menjadi desa wisata dan pengembangannya belum berjalan dengan baik.<sup>4</sup>

Hal ini membuat peneliti harus mengganti lokasi penelitian. Adapun lokasi yang menjadi lokasi penelitian adalah Wisata Tebing Breksi, dan Desa Wisata Gamplong. Kedua destinasi wisata ini dalam Statistik Kepariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta telah dikunjungi oleh lebih dari 1 juta pengunjung saat sebelum pandemi Covid-19 melanda. Lebih jelasnya dua destinasi wisata pilihan tersebut adalah:<sup>5</sup>

- 1) Tebing Breksi, dengan jumlah kunjungan wisatawan domestik berjumlah 1.647.819.
- 2) Desa Wisata Gamplong, dengan jumlah kunjungan wisatawan domestik berjumlah 1.133.856.

### **C. Informan Penelitian**

Informan penelitian merupakan orang-orang yang dapat memberikan suatu informasi. Informan penelitian merupakan sesuatu, baik orang, benda, ataupun lembaga (organisasi), yang sifat keadaannya diteliti.<sup>6</sup> Terkait dengan informan penelitian, adapun informan yang dipilih dan secara lebih spesifik adalah sebagai berikut:

1. Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman diwakili oleh informan yang berposisi di Bidang Pengembangan dan Pemasaran Pariwisata

---

<sup>4</sup> Wawancara dengan Ibu Nyoman Rai Safitri.

<sup>5</sup> Dinas Pariwisata DIY, *Statistik...*, hlm. 43-51.

<sup>6</sup> Sukandarrumidi, *Metode Penelitian*, (Yogyakarta: Gadjah Mada University Press, 2002), hlm. 65.

2. LPPOM-MUI Ranting Daerah Istimewa Yogyakarta diwakili oleh informan yang berposisi di Bidang Sertifikasi, Saintifikasi, dan Pengawasan.
3. Wisatawan Muslim diwakili oleh wisatawan domestik telah berumur dewasa di atas usia 18 tahun, baik yang sudah maupun yang belum berkeluarga, serta baik perempuan ataupun laki-laki.
4. Pengelola destinasi wisata yang dipilih sebagai lokasi penelitian.
5. Masyarakat yang berkaitan dengan destinasi wisata bersangkutan, seperti pemandu wisata, dan pedagang.

#### **D. Teknik Penentuan Informan**

Penentuan informan yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan teknik *non probability sampling* dengan teknik *purposive sampling* yang dipilih sebagai teknik penentuan informan turunannya. Teknik *non probability sampling* adalah teknik pengambilan sampel yang tidak memberikan kesempatan atau peluang yang sama bagi setiap unsur atau anggota populasi yang dipilih menjadi sampel. Sedangkan teknik *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel dengan menggunakan pertimbangan-pertimbangan tertentu.<sup>7</sup>

Adapun kriteria-kriteria informan dengan menggunakan teknik *purposive sampling* adalah sebagai berikut:

1. Informan adalah orang yang bekerja atau menjadi bagian dari *stakeholders* pengembang pariwisata halal di Kabupaten Sleman, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.

---

<sup>7</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif*, (Bandung: Alfabeta, 2018), hlm. 95-96.

2. Informan adalah orang yang bekerja dalam suatu kedinasan, organisasi, ataupun otoritas yang terkait dengan kepariwisataan di Kabupaten Sleman, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta yang dilihat dari hubungan tempat bekerjanya dengan variabel *Services Indicator* dalam *ACES Model* yang dimuat oleh *Indonesia Muslim Travel Index (IMTI)*.
3. Terkait dengan poin nomor dua adapun dinas, organisasi, atau otoritas yang terkait adalah: Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman, LPPOM-MUI Ranting Daerah Istimewa Yogyakarta, dan pengelola wisata.
4. Informan telah berusia dewasa yaitu 18 tahun ke atas.

#### **E. Teknik Pengumpulan Data**

Terkait dengan teknik pengumpulan data, adapun peneliti menggunakan beberapa teknik yang diantaranya sebagai berikut:

##### **1. Pengumpulan Data dengan Observasi**

Observasi adalah aktivitas mencatat suatu gejala dengan bantuan instrumen-instrumen serta merekamnya yang bertujuan ilmiah atau tujuan lainnya.<sup>8</sup> Teknik pengumpulan data dengan menggunakan metode observasi ini digunakan apabila suatu penelitian berkenaan dengan perilaku manusia, proses kerja dan responden yang diamati tidak terlalu besar.

Dalam praktiknya di lapangan, peneliti menggunakan observasi partisipatif yakni peneliti terlibat dengan kegiatan sehari-hari terhadap gejala yang sedang diamati atau yang digunakan sebagai sumber data

---

<sup>8</sup> W. Morris, *The American Heritage Dictionary of English Language*, (Boston: Houghton Mifflin, 1973), hlm. 906.

penelitian.<sup>9</sup> Dalam kaitannya dengan penelitian ini, peneliti menjadi wisatawan di lokasi penelitian yang telah ditetapkan sebelumnya. Sehingga harapan peneliti nantinya hasil observasi ini menjadi sumber data yang relevan. Karena penelitian ini melewati masa dimana pemerintah mengeluarkan kebijakan PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat), maka pada beberapa bagian, peneliti mengambil data dari data sekunder di internet. Hal ini dikarenakan mobilitas peneliti dibatasi sehingga tidak bisa melaksanakan observasi secara langsung di lapangan.

Adapun hal-hal penting yang menjadi sasaran observasi dalam penelitian ini diambil dari indikator IMTI yang dimodifikasi oleh KNEKS serta gabungan dari indikator-indikator pilihan yang dikeluarkan oleh KEMENPAREKRAF. Berikut adalah tabel indikator yang akan menjadi acuan pelaksanaan observasi pada penelitian ini. Untuk tabel panduan observasi yang lebih lengkap dan terperinci, ada pada lampiran.

Tabel 12 Indikator Untuk Panduan Observasi

No	Objek Pengamatan	Indikator	Sub Indikator
1	Masjid	Ketersediaan Tempat Ibadah	Kelengkapan Fasilitas
			Kebersihan
			Kelengkapan Tempat Wudhu
2	Hotel	Ketersediaan Hotel Syari'ah dan/Hotel yang Tidak Menghidangkan Alkohol/Ketersediaan <i>Dry Hotel Dengan</i>	Ketentuan Dalam Fatwa DSN-MUI
			Lobby
			Front Office
			Toilet Umum

<sup>9</sup> Sugiyono, *Metode...*, hlm. 106.

No	Objek Pengamatan	Indikator	Sub Indikator
		<i>Restoran/Dapur Bersertifikat Halal</i>	Kamar Tidur Tamu
			Kamar Mandi Tamu
			Ruang Ibadah
			Interior dan Ornamen
			Kolam Renang
			Kantor Depan
			Tata Graha
			Makan dan Minum
			Keramahtamahan
			Fasilitas Hiburan
3	Restoran Halal	Ketersediaan Restoran Halal	Ruang Makan dan Minum
			Penyediaan Makanan dan Minuman
			Fasilitas Penunjang
			Kelengkapan Bangunan
4	Bandara	Keberadaan Bandara	Fasilitas Ibadah
5	Atraksi	<i>Ketersediaan Islamic Heritage Site/Islam-Related Attraction &amp; Culture &amp; Local Attraction (Pusat Perbelanjaan, Situs Budaya Islami, Atraksi Budaya, dan Atraksi Lokal)</i>	Jumlah Pusat Perbelanjaan
			Jumlah Atraksi Budaya/Lokal

Sumber: KNEKS dan KEMENPAREKRAF, 2019

## 2. Pengumpulan Data dengan Wawancara

Wawancara merupakan pertemuan dua orang untuk saling bertukar informasi dan ide melalui tanya jawab, sehingga dapat dikonstruksikan



makna dalam suatu topik tertentu.<sup>10</sup> Teknik ini digunakan sebagai teknik pengumpulan data apabila peneliti hendak melaksanakan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang ada, tetapi juga bisa dilakukan apabila peneliti hendak mengetahui hal-hal dari responden yang lebih mendalam sifatnya.<sup>11</sup>

Terkait dengan teknik wawancara, peneliti menggunakan teknik wawancara semi terstruktur yang berarti dalam pelaksanaannya lebih bebas dengan tujuan dari wawancara jenis ini adalah untuk menemukan permasalahan secara terbuka, dimana pihak yang ada dalam wawancara diminta pendapat serta ide-idenya.<sup>12</sup> Adapun indikator wawancara yang digunakan dalam penelitian ini sesuai dengan indikator *IMTI Report* yang telah dipaparkan dalam sub sebelumnya terkait layanan yang ada dalam ACES Model. Adapun pemaparan informan penelitian ini sebagai berikut:

1. Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman akan diwawancari terkait pengembangan pariwisata ramah Muslim di Kabupaten Sleman. Tema pengembangan pariwisata ramah Muslim ini akan mewakili seluruh indikator *IMTI Report*.
2. Terkait dengan Restoran halal dan Hotel, informan yang dituju adalah LPPOM-MUI Daerah Istimewa Yogyakarta sebagai pihak yang mengeluarkan sertifikasi pada Restoran dan dapur di hotel-hotel yang ada di area Daerah Istimewa Yogyakarta.

---

<sup>10</sup> Sugiono, *Metode....*, hlm. 114.

<sup>11</sup> Sugiono, *Metode....*, hlm. 114.

<sup>12</sup> *Ibid.*, hlm. 116.

3. Terkait dengan indikator Masjid/Musholla, fasilitas umum, serta fasilitas pariwisata, informan yang dituju adalah pengelola destinasi wisata yang bersangkutan.
4. Terkait dengan indikator atraksi, informan yang dituju adalah pengelola wisata yang bersangkutan.

Selain itu, informan lain diluar indikator IMTI *Report* yang perlu untuk diwawancarai yaitu para wisatawan Muslim yang berada dalam kawasan destinasi wisata saat penelitian berlangsung yang diwawancarai seputar kenyamanannya berwisata di destinasi wisata yang bersangkutan, serta masyarakat sekitar destinasi wisata yang akan diwawancarai seputar keberadaan destinasi wisata bersangkutan bagi kehidupannya.

### 3. Pengumpulan Data dengan Dokumen

Dokumen adalah catatan suatu peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen ini dapat bermacam-macam bentuknya seperti, tulisan, gambar, ataupun karya-karya monumental dari seseorang.<sup>13</sup> Adapun dokumen-dokumen yang digunakan oleh peneliti dalam penelitian ini yaitu, melalui data di surat kabar online, *annual report*, kebijakan-kebijakan, foto-foto, dan rekaman. Dengan teknik ini, peneliti dapat dimudahkan dalam penggalian informasi dan mempermudah untuk menyelesaikan suatu permasalahan yang ada dalam penelitian.<sup>14</sup>

---

<sup>13</sup> Sugiono, *Metode....*, hlm. 124.

<sup>14</sup> Emzir, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Jakarta: Rajawali Press, 2016), hlm. 37.

## F. Keabsahan Data

Terdapat empat uji keabsahan data yang ada, seperti uji *credibility* (validitas interval), uji *transferability* (validitas eksternal), uji *dependability* (reliabilitas), uji *confirmability* (obyektivitas).<sup>15</sup> Dalam penelitian kualitatif, seluruh temuan yang berupa data dapat dikatakan valid jika tidak ada perbedaan antara yang dilaporkan peneliti dengan apa yang sesungguhnya terjadi pada suatu objek yang diteliti.<sup>16</sup> Khusus dalam uji *credibility* (validitas interval), terdapat enam macam cara untuk mengujinya, seperti perpanjangan pengamatan, peningkatan ketekunan, triangulasi, diskusi dengan rekan atau teman, analisis kasus negatif, dan *member check*.<sup>17</sup>

Adapun uji validitas interval (*credibility*) yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan perpanjangan pengamatan. Dengan menggunakan cara ini, berarti peneliti kembali ke lapangan, melakukan pengamatan, dan wawancara kembali dengan sumber data yang pernah ditemui maupun yang baru. Dalam perpanjangan pengamatan ini, sebaiknya difokuskan pada pengujian terhadap data yang telah diperoleh, apakah data yang diperoleh itu setelah ditelaah kembali ke lapangan benar atau salah, berubah atau tetap. Bila setelah ditelaah kembali ke lapangan menghasilkan data yang benar, berarti sudah kredibel dan waktu perpanjangan pengamatan dapat diakhiri.<sup>18</sup>

---

<sup>15</sup> *Ibid.*, hlm. 185.

<sup>16</sup> *Ibid.*, hlm. 183.

<sup>17</sup> *Ibid.*, hlm. 186.

<sup>18</sup> *Ibid.*, hlm. 187.

## G. Teknik Analisis Data

Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis *Miles and Huberman*. *Miles* dan *Huberman* mengemukakan bahwa aktivitas dalam analisis data kualitatif dilaksanakan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus hingga tuntas, sampai datanya sudah dalam tingkatan jenuh.<sup>19</sup> Terdapat empat langkah dalam teknik analisis ini, berikut adalah penjabarannya:

### 1. *Data Collection* (Pengumpulan Data)

Kegiatan utama di tiap penelitian adalah kegiatan pengumpulan data. Terkait dengan penelitian kualitatif, pengumpulan datanya adalah dengan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi ataupun gabungan ketiganya (triangulasi). Pada langkah awal, peneliti melaksanakan penjelajahan secara umum terhadap situasi sosial/obyek yang diteliti, seluruh yang didengar dan dilihat direkam secara keseluruhan. Maka dengan demikian, peneliti akan memperoleh data yang sangat banyak dan beragam variasi.<sup>20</sup>

### 2. *Data Reduction* (Reduksi Data)

Semakin lama periode suatu penelitian, maka jumlah data juga akan semakin banyak, kompleks, dan rumit. Maka dari itu, perlu untuk segera dilaksanakan analisis data melalui reduksi data. Arti dari reduksi data adalah merangkum, memilih hal-hal pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, lalu dicari tema dan polanya. Dengan demikian, data

---

<sup>19</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Pariwisata* (Bandung: Alfabeta, 2020), hlm. 541.

<sup>20</sup> Sugiyono, *Metode ...*, hlm. 134.

yang telah memasuki langkah ini akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melaksanakan pengumpulan data selanjutnya bila diperlukan.<sup>21</sup>

### 3. *Data Display* (Penyajian Data)

Setelah langkah reduksi, selanjutnya adalah menyajikan data. Dalam penelitian kualitatif, penyajian data dapat dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, *flowchart*, dan lain sejenisnya. Dengan langkah ini, maka akan memudahkan untuk memahami apa yang terjadi, merencanakan kerja berikutnya berdasarkan apa yang telah dipahami tersebut.<sup>22</sup>

### 4. *Conclusion Drawing*

Langkah terakhir dalam analisis data kualitatif menurut *Miles* dan *Huberman* adalah verifikasi atau pengambilan keputusan. Kesimpulan awal yang dikemukakan sifatnya masih sementara, dan akan berubah jika peneliti tidak menemukan bukti-bukti pendukung yang kuat pada pengumpulan data selanjutnya. Tetapi, apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan untuk mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan adalah termasuk kesimpulan yang kredibel.<sup>23</sup>

---

<sup>21</sup> *Ibid.*, hlm. 135.

<sup>22</sup> *Ibid.*, hlm. 137.

<sup>23</sup> *Ibid.*, hlm. 141-142.

## BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### A. Kondisi Geografis Kabupaten Sleman

Secara geografis, wilayah Kabupaten Sleman terbentang dari  $110^{\circ}15'13''$  sampai dengan  $110^{\circ}33'00''$  Bujur Timur serta  $7^{\circ}34'51''$  sampai dengan  $7^{\circ}47'03''$  Lintang Selatan. Di sebelah utara, wilayah Kabupaten Sleman berbatasan dengan Kabupaten Magelang dan Kabupaten Boyolali, Provinsi Jawa Tengah. Pada bagian Timur, Kabupaten Sleman berbatasan dengan Kabupaten Klaten, Provinsi Jawa Tengah. Di sebelah barat, berbatasan dengan Kabupaten Kulon Progo, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta dan Kabupaten Magelang, Provinsi Jawa Tengah. Lalu di sebelah selatan, berbatasan dengan Kota Yogyakarta, Kabupaten Bantul, Kabupaten Gunung Kidul, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.<sup>1</sup>

Adapun luas wilayah Kabupaten Sleman adalah 57.482 Ha atau  $574,82 \text{ Km}^2$  atau sekitar 18% dari luas keseluruhan wilayah Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta yang seluas  $3.185,80 \text{ Km}^2$ . Jarak terjauh utara-selatan wilayah Kabupaten Sleman adalah 32 Km, sedangkan jarak terjauh timur-barat adalah 35 Km. Jika dilihat dari perspektif “mata burung”, wilayah Kabupaten Sleman berbentuk segitiga dengan alas di sisi selatan dan puncak di sisi utara.<sup>2</sup>

---

<sup>1</sup> Pemerintah Kabupaten Sleman, "Gambaran Umum Kondisi Daerah", dikutip dari [http://www.slemankab.go.id/wp-content/file/rpjmd2011/BAB\\_II\\_GambaranUmumKondisiDaerah\\_a.pdf](http://www.slemankab.go.id/wp-content/file/rpjmd2011/BAB_II_GambaranUmumKondisiDaerah_a.pdf), diakses pada hari Sabtu, 13 Februari 2021, Pukul 13.46 WIB.

<sup>2</sup> *Ibid.*

Secara administratif, Kabupaten Sleman terdiri dari 17 wilayah kecamatan, 86 desa, serta 1.212 Padukuhan. Adapun Kecamatan dengan wilayah paling luas adalah Kecamatan Cangkringan (4.799 ha), dan yang paling sempit adalah Kecamatan Berbah (2.299 ha). Kecamatan dengan padukuhan terbanyak adalah Kecamatan Tempel dengan 98 padukuhan, sedangkan Kecamatan dengan padukuhan paling sedikit adalah Kecamatan Turi, yakni 54 padukuhan. Serta Kecamatan dengan Desa terbanyak adalah Tempel dengan 8 Desa, sedangkan Kecamatan dengan Desa paling sedikit adalah Kecamatan Depok dengan 3 Desa. Untuk lebih lengkapnya, adapun penjabarannya akan dituliskan dalam bentuk tabel sebagai berikut:<sup>3</sup>

Tabel 13 Pembagian Wilayah Administrasi  
Kabupaten Sleman

No	Kecamatan	Banyaknya		Luas (Ha)
		Desa	Padukuhan	
1	Moyudan	4	65	2,762
2	Minggir	5	68	2,727
3	Seyegan	5	67	2,663
4	Godean	7	77	2,684
5	Gamping	5	59	2,925
6	Mlati	5	74	2,852
7	Depok	3	58	3,555
8	Berbah	4	58	2,299
9	Prambanan	6	68	4,135
10	Kalasan	4	80	3,584
11	Ngemplak	5	82	3,571
12	Ngaglik	5	87	3,852

<sup>3</sup> Pemerintah Kabupaten Sleman, "Gambaran Umum Kondisi Daerah", dikutip dari [http://www.slemankab.go.id/wp-content/file/rpjmd2011/BAB\\_II\\_GambaranUmumKondisiDaerah\\_a.pdf](http://www.slemankab.go.id/wp-content/file/rpjmd2011/BAB_II_GambaranUmumKondisiDaerah_a.pdf), diakses pada hari Sabtu, 13 Februari 2021, Pukul 13.46 WIB.

13	Sleman	6	83	3,132
14	Tempel	8	98	3,249
15	Turi	4	54	4,309
16	Pakem	5	61	4,384
17	Cangkringan	5	73	4,799
	Jumlah	86	1212	57,482

Sumber: Slebankab.go.id, 2011

Berdasarkan karakteristik sumberdaya yang ada, wilayah Kabupaten Sleman dapat terbagi menjadi 4 wilayah, yakni:<sup>4</sup>

- a. Kawasan lereng Gunung Merapi, dimulai dari jalan yang menghubungkan kota Tempel, Turi, Pakem, dan Cangkringan (*ringbelt*) sampai dengan puncak gunung Merapi. Wilayah ini adalah sumber daya air dan ekowisata yang orientasinya pada kegiatan gunung Merapi beserta ekosistemnya;
- b. Kawasan Timur yang meliputi Kecamatan Prambanan, sebagian Kalasan dan Berbah. Wilayah ini adalah tempat peninggalan purbakala (candi) yang merupakan pusat wisata budaya dan daerah lahan kering serta sumber bahan batu putih;
- c. Wilayah Tengah yaitu wilayah aglomerasi kota Yogyakarta yang meliputi Kecamatan Mlati, Sleman, Ngaglik, Ngemplak, Depok, serta Gamping. Ini adalah wilayah pusat pendidikan, perdagangan, dan jasa.
- d. Wilayah Barat meliputi Godean, Minggir, Seyegan, dan Moyudan adalah daerah pertanian lahan basah yang tersedia cukup air dan sumber bahan baku kegiatan industri kerajinan bambu serta gerabah.

---

<sup>4</sup> Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman, *Buku Statistik Pariwisata Kabupaten Sleman Tahun 2018*, hlm. 6-7.



## B. Profil Wisata Tebing Breksi

Wisata Tebing Breksi terletak di Dusun Groyokan, Desa Sambirejo, Kecamatan Prambanan, Kabupaten Sleman, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Kawasan ini berdekatan dengan objek wisata Candi Prambanan, Keraton Ratu Boko, Candi Kalasan, Candi Ijo, Candi Banyunibo, dan Candi Barong. Adapun jika dilihat dari situs Google.maps, lokasi Tebing Breksi ini berada di Jalan Desa Lengkong, RT.02/RW.17, Gunung Sari, Sambirejo, Kecamatan Prambanan, Kabupaten Sleman, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta 55572.<sup>5</sup> Menurut ahli geologi, nama Breksi digunakan karena batuan yang terkandung dalam tebing tersebut merupakan batuan yg terjadi karena endapan abu vulkanik gunung api purba. Menurut Profesor Subagyo dari Universitas Pembangunan Nasional (UPN) batuan Breksi ini terbentuk dari endapan abu vulkanik gunung Sumilir yang ada di Klaten.<sup>6</sup>

Tanah yang sekarang menjadi zona wisata Tebing Breksi ini awalnya adalah tanah kas desa dari keseluruhan luasnya yakni sekitar 22 Hektar. 6,3 Hektar diantara adalah luas Tebing Breksi itu sendiri. Sekitar tahun 1970-an, karena lahan disekitar Tebing Breksi ini tandus sehingga tidak dapat diolah menjadi pertanian, maka dalam hal ini pejabat desa setempat melepas tanah ini untuk dikontrakkan kepada penambang. Hasil dari penambangan ini dahulu langsung diberikan kepada pejabat desa, juga sebagian dikembalikan kepada Pendapatan Asli Desa (PAD) untuk pembangunan. Penambangan akhirnya

---

<sup>5</sup> Google Maps, "Alamat Tebing Breksi," dikutip dari <https://www.google.com/search>, diakses pada hari Senin, 15 februari 2021, Pukul 08.50 WIB.

<sup>6</sup> Wawancara dengan bapak Halim pengelola Bidang Humas di Tebing Breksi, tanggal 7 Maret 2021.

dihentikan pada tahun 2014 atas rekomendasi dari Badan Geologi Nasional yang sebelumnya telah melaksanakan penelitian di Tebing Breksi selama satu tahun dengan hasil bahwa Tebing Breksi adalah *geo heritage* (warisan sejarah geologi). Setelah direkomendasikannya Tebing Breksi ini menjadi warisan sejarah geologi, atas kesepakatan pejabat desa setempat yang dinaungi oleh Dinas Pariwisata Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta, maka Tebing Breksi resmi menjadi objek wisata tanggal 30 Mei 2015 yang diresmikan oleh Gubernur Daerah Istimewa Yogyakarta, Sri Sultan Hamengkubuwono X.<sup>7</sup>

Fasilitas yang tersedia di Wisata Tebing Breksi terbilang lengkap. Menurut Bapak Halim selaku pengelola yang berposisi pada divisi Hubungan Masyarakat ini, terdapat 20 warung kuliner utama, 64 lapak kaki lima yang tersebar di seluruh area wisata, masjid dan musholla yang dilengkapi dengan toilet-toiletnya, serta terdapat BALKONDES (Balai Ekonomi Desa) yang didalamnya terdapat penginapan (*guest house*), ruang pertemuan, restoran, mushola, dan toilet. Di masa pandemi ini pula, pihak pengelola menyediakan fasilitas penunjang protokol kesehatan dalam bentuk wastafel yang berjumlah 68 buah tersebar diseluruh penjuru area wisata.<sup>8</sup> Adapun wisata Tebing Breksi ini termasuk dalam wisata unggulan yang ada di Kabupaten Sleman dengan menjadi destinasi wisata yang paling banyak dikunjungi oleh wisatawan, baik wisatawan lokal maupun mancanegara.<sup>9</sup> Dilihat dari 2 periode data statistik Kepariwisataaan Yogyakarta dari tahun 2018 hingga 2019, tercatat bahwa wisata Tebing Breksi

---

<sup>7</sup> Wawancara dengan bapak Halim pengelola Bidang Humas di Tebing Breksi, tanggal 7 Maret 2021.

<sup>8</sup> *Ibid.*

<sup>9</sup> DIY, *Statistik Kepariwisataaan Daerah Istimewa Yogyakarta Tahun 2019*, hlm 4-9.

termasuk destinasi wisata yang paling banyak dikunjungi. Dari 2 periode ini terjadi lonjakan wisatawan yang di tahun 2018 dikunjungi oleh 1.102.043, naik menjadi 1.649.923 di tahun 2019.

### C. Profil Desa Wisata Gamplong

Desa wisata gamplong terletak di Dusun Gamplong, Kelurahan Sumberrahayu, Kecamatan Moyudan, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta.<sup>10</sup> Pada awalnya, Gamplong merupakan sentra kerajinan tenun tradisional dengan menggunakan teknik ATBM (Alat Tenun Bukan Mesin). Kerajinan ini telah ada sejak zaman penjajahan yang secara turun temurun diwariskan sampai sekarang. Tepat di tahun 2004, pemerintah menetapkan Gamplong sebagai desa wisata kerajinan.<sup>11</sup> Adapun hasil kerajinan Desa Wisata Gamplong meliputi: tenun stagen, kerajinan eceng gondok, kerajinan kulit dan vynil, serta ada juga kerajinan dari batang pohon pisang, pandan, dan sebagainya.

Terdapat beberapa paket wisata yang disediakan pengelola. Pertama, pengelola membuka paket wisata edukasi kerajinan. Paket wisata ini biasanya diminati oleh instansi-instansi atau sekolah-sekolah yang hendak menjadikan Desa Gamplong sebagai tempat untuk melaksanakan studi banding bagi lingkungan instansinya atau kepada siswa-siswinya.<sup>12</sup> Paket wisata lainnya yang ditawarkan oleh pengelola adalah adanya paket berkeliling Desa Gamplong

---

<sup>10</sup> Google Maps, "Alamat Desa Wisata Gamplong," dikutip dari <https://www.google.com/search?q=alamat+desa+wisata+gamplong>, diakses pada hari Selasa, 04 Mei 2021, Pukul 13.43 WITA

<sup>11</sup> Wawancara dengan Bapak Giyono ketua TEGAR di Desa Wisata Gamplong, tanggal 24 Maret 2021

<sup>12</sup> *Ibid.*

dengan menggunakan kereta odong-odong. Paket berkeliling ini hanya dikhususkan untuk pengunjung dari sekolah dasar sebagai edukasi. Kereta odong-odong ini akan dibersamai oleh tentor yang nantinya akan menjadi pemandu selama perjalanan. Selama perjalanan, para wisatawan akan diajak berkeliling desa dan mengunjungi beberapa sentra kerajinan yang ada di beberapa spot di Gamplong.<sup>13</sup>

Selain wisata kerajinan, potensi Desa Wisata Gamplong juga memiliki potensi wisata kuliner dan wisata kontemporer. Pasar Belik Sonto hadir untuk menambah potensi Desa Wisata Gamplong dalam bidang kuliner. Menurut Bapak Suharianto sebagai ketua Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS), Pasar Belik Sonto ini terinspirasi dari pasar serupa yang berada di Temanggung. Pasar ini sudah dibuka sejak bulan Maret tahun 2021, dan pasar ini buka satu hari ditiap pekannya, yakni tiap hari minggu di jam 6 pagi hingga jam 11. Konsep pasar Belik Sonto ini adalah pasar yang menjual berbagai macam kuliner tradisional dimana para penjualnya berjualan dengan menggunakan lincak (tempat duduk dari kayu) dan alat pembayarannya menggunakan kepingan uang kayu. Uang kayu ini didapatkan dengan menukarkan mata uang rupiah terlebih dahulu yang nominalnya telah ditetapkan sebelumnya.<sup>14</sup>

Selain pasar Belik Sonto, daya tarik wisata lainnya yang ada di Desa Gamplong adalah Studio Alam. Pada awalnya, studio alam ini tidak dimaksudkan untuk dijadikan sebuah destinasi wisata. Namun menurut Hafiz sebagai salah satu pengelolanya, studio alam ini dibuat untuk mewadahi

---

<sup>13</sup> *Ibid.*

<sup>14</sup> Wawancara dengan Bapak Suhariyanto ketua POKDARWIS di Desa Wisata Gamplong, tanggal 24 Maret 2021.

perfilman Indonesia. Hafiz menambahkan bahwa tujuan Hanung Bramantyo selaku penggagas dan pendiri studio alam Gamplong adalah untuk mengatasi keluhan dari seniman film yang sulit untuk mencari lokasi syuting, bila adapun harga sewanya sangat mahal. Dari permasalahan ini, munculah ide untuk membuat sendiri sebuah studio alam sebagai latar belakang suatu garapan film, hingga akhirnya terciptalah studio alam ini di tahun 2018.<sup>15</sup> Setahun setelah didirikan, tepat di tahun 2019 studio alam akhirnya diresmikan menjadi destinasi wisata oleh dinas pariwisata Kabupaten Sleman. Dari data yang dikeluarkan oleh pemerintah Provinsi DIY, adapun Desa Wisata Gamplong ini mengalami kenaikan wisatawan dari tahun 2018 sampai 2019. Tahun 2018, Desa Wisata Gamplong di kunjungi oleh 29.373 wisatawan. Naik cukup pesat di tahun 2019 dengan angka kunjungan mencapai 1.133.856.<sup>16</sup>

#### **D. Pengembangan Pariwisata Ramah Muslim Di Kabupaten Sleman, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta**

##### **1. Kontradiksi Pariwisata Ramah Muslim**

Sebelum membahas strategi pengembangan pariwisata ramah Muslim di Kabupaten Sleman, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta, penulis menemukan adanya kontraproduktif saat wawancara bersama salah satu pihak yang ada di dalam Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman terkait gagasan pariwisata ramah Muslim. Menurut bapak Kus Endarto selaku

---

<sup>15</sup> Wawancara dengan Bapak Hafiz pengelola Studio Alam Gamplong, tanggal 23 Maret 2021.

<sup>16</sup> DIY, *Statistik Kepariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta Tahun 2019*, hlm. 46.

Kepala Seksi Analisa Pasar, Dokumentasi, dan Informasi Pariwisata, mengungkapkan bahwa:

“Konsep pariwisata halal ini tidak jelas. Yang membuat term atau istilah pariwisata halal ini adalah negara non Muslim yang ingin orang Muslim datang kesana. Sebenarnya negara minoritaslah yang butuh pariwisata halal. Mengapa yang negara yang sudah mayoritas Islam ini merasa minoritas. Tidak boleh mendikotomikan antara pariwisata halal dan haram.”<sup>17</sup>

Konsep pariwisata halal atau ramah Muslim menurutnya sangatlah tidak tepat dan tidak jelas arahnya. Kontraproduktif ini ada kaitannya dengan penggunaan diksi “halal”, “ramah Muslim”, maupun “syarī’ah”, seperti yang ada dalam PERDA Nusa Tenggara Barat. Diksi ini menimbulkan permasalahan yang serius. Problema pertama, terkait dengan penyesuaian norma serta etika, label halal atau yang serupa ini dimaknai sebagai kebijakan yang formalistik dalam bentuk Islamisasi. Meskipun dalam sisi regulasi, posisi MUI yang sangat otoritatif tidak diberikan ruang yang cukup untuk dapat melaksanakan otorisasi wisata ramah Muslim. Jurnal lain juga mengungkap bahwa diksi-diksi serupa, dapat dipahami sebagai konsep yang bertabrakan dengan realitas obyektif, yang kemudian bermakna secara politis kultural.<sup>18</sup>

Selain masalah terminologi, konsep pariwisata halal ini juga ada kaitannya dengan proyek bisnis. Ketika suatu wisata dinyatakan sebagai wisata berbasis halal tentu membutuhkan sertifikasi, lalu dalam sertifikasi

---

<sup>17</sup> Wawancara dengan Bapak Kus Endarto Kepala Seksi Analisa Pasar, Dokumentasi, dan Informasi Pariwisata di Dinas Pariwisata Kab. Sleman, tanggal 17 Feb 2021.

<sup>18</sup> Surwandono Surwandono et al., “Polemik Kebijakan Wisata Halal Di Indonesia Serta Tinjauannya Dalam Maqashid Syarī’ah,” *Tsaqafah*, no. 1 (2020), hlm. 100-101.

ini membutuhkan biaya. Disamping itu dibutuhkan proses yang panjang. Dalam proses yang panjang inilah menurut Bapak Kus terdapat sebuah kecurangan.<sup>19</sup> Sepanjang wawancara, beliau kerap menunjukkan sikap kontra terhadap keberadaan pariwisata halal. Baik dari istilah, konsep, serta penerapannya. Dari ketidakjelasan ini, maka konsep pariwisata ramah Muslim ini perlu untuk diperbaiki.<sup>20</sup>

Adapun saran-saran untuk mengembangkan pariwisata ramah Muslim menurut Bapak Kus adalah sebagai berikut:

“yang terpenting untuk menjalankan pariwisata halal adalah zonasinya. Zonasi harus jelas atau lokalisasinya harus jelas. Lokalisasi untuk beribadah, serta untuk yang hal-hal yang lain itu dimana, semua harus jelas. Jangan sampai tidak ada lokalisasi, sehingga yang sebenarnya lokalisasi untuk beribadah justru digunakan untuk kegiatan yang lainnya. Dari para susah untuk membuat konsep wisata halal, lebih baik lihat aspek yang ada dalam SAPTA PESONA. SAPTA PESONA ini adalah tujuh kondisi yang harus diwujudkan dan dibudayakan dalam kehidupan sehari-hari sebagai salah satu upaya untuk memperbesar daya tarik dan daya saing pariwisata Indonesia. Lebih baik kita mengembangkan SAPTA PESONA saja. Mengapa, contoh saja satu poinnya yaitu bersih. Bersih ini kan termasuk sebagian dari iman. Poin lainnya adalah aman, melindungi orang yang berwisata tentu mendapat pahala. Apakah hal-hal ini tidak Islami? Tentu semua Islami, tidak perlu mengonsep sendiri pariwisata halal. Konsep SAPTA PESONA ini telah ada sejak era presiden Soeharto. Pariwisata sekali lagi adalah SAPTA PESONA. Upayakan SAPTA PESONA ini berjalan 100%, jadi tidak perlu menonjolkan pariwisata halal maupun ramah Muslim.”

Di satu sisi, SAPTA PESONA akan menjamin tingkat *returnable* wisatawan untuk kembali ke destinasi wisata tersebut.<sup>21</sup> Program SAPTA PESONA telah dicanangkan oleh Pemerintah Indonesia sejak tahun 1989

---

<sup>19</sup> Wawancara dengan Bapak Kus Endarto Kepala Seksi Analisa Pasar, Dokumentasi, dan Informasi Pariwisata di Dinas Pariwisata Kab. Sleman, tanggal 17 Feb 2021.

<sup>20</sup> *Ibid.*

<sup>21</sup> Wawancara dengan Bapak Kus Endarto Kepala Seksi Analisa Pasar, Dokumentasi, dan Informasi Pariwisata di Dinas Pariwisata Kab. Sleman, tanggal 17 Feb 2021.

dengan mengeluarkan Surat Keputusan Menteri Pariwisata, Pos dan Telekomunikasi Nomor KM.5/UM.209/MPPT-89 tentang Pedoman Penyelenggaraan SAPTA PESONA.<sup>22</sup> SAPTA PESONA sendiri adalah kegiatan yang bertujuan untuk memberikan pelayanan yang bertujuan untuk memberikan pelayanan yang memuaskan dan terorganisir dalam menjalankan kegiatan wisata.<sup>23</sup> Selain menambah *returnable* wisatawan untuk kembali ke destinasi wisata tersebut, SAPTA PESONA juga dapat menjadi faktor yang dapat mempengaruhi tingkat kunjungan wisatawan ke sebuah destinasi. Pengaruh lainnya adalah SAPTA PESONA ini dapat meningkatkan kesejahteraan warga khususnya bagi pelaku wisata di daerah yang mempunyai obyek wisata potensial serta menjadi aset untuk kehidupan warganya.<sup>24</sup> Adapun SAPTA PESONA ini memiliki tujuh poin penting di dalamnya, yaitu:<sup>25</sup>

a. Aman

Suatu kondisi lingkungan pada destinasi pariwisata atau daerah tujuan wisata yang menyuguhkan rasa senang, terbebas dari rasa takut

---

<sup>22</sup> Lukman Nasution, Siti Anom, dan Ahmad Karim, "Pengaruh Program Sapta Pesona Dan Fasilitas Terhadap Tingkat Kunjungan Objek Wisata T-Gardendi Kecamatan Deli Tua Kabupaten Deli Serdang," *Jurnal Darma Agung* 28, no. 2 (2020), hlm. 216.

<sup>23</sup> Rahmi Setiawati, Rahmi. Pandu Siwi Tri Aji, "Implementasi SAPTA PESONA Sebagai Upaya Dalam Memberikan Pelayanan Prima Pada Wisatawan Di Desa Wisata Pentingsari," *Jurnal Bisnis Terapan* 4 (2020), hlm. 128.

<sup>24</sup> W. Hadi., dan Widyarningsih, "Implementasi Penerapan Sapta Pesona Wisata Terhadap Kunjungan Wisatawan Di Desa Sambirejo Kecamatan Prambanan Kabupaten Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta," *Khasanah Ilmu-Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, no. 11, September (2020), hlm. 128.

<sup>25</sup> Setiawati, Rahmi., "Implementasi SAPTA PESONA Sebagai Upaya Dalam Memberikan Pelayanan Prima Pada Wisatawan Di Desa Wisata Pentingsari", *Jurnal Administrasi Bisnis Terapan*, no. 2, hlm. 130-131.



dan kecemasan bagi wisatawan dalam melakukan perjalanan atau kunjungan di daerah tersebut.

b. Tertib

Suatu kondisi lingkungan serta pelayanan pada destinasi pariwisata/daerah tujuan wisata yang mencerminkan tingginya sikap disiplin serta profesional dan berkualitas dalam pelayanannya. Teratur maupun efisien sehingga dapat memberikan rasa nyaman bagi wisatawan saat melaksanakan perjalanan wisata ke daerah tersebut.

c. Bersih

Suatu kondisi lingkungan, kualitas produk dan pelayanan pada destinasi pariwisata/daerah tujuan wisata yang mencerminkan keadaan yang bersih serta sehat sehingga memberikan rasa nyaman dan senang bagi wisatawan dalam melakukan perjalanan wisata.

d. Sejuk

Suatu kondisi lingkungan pada destinasi pariwisata/daerah tujuan wisata yang mencerminkan keadaan yang sejuk sehingga menciptakan rasa nyaman bagi wisatawan.

e. Indah

Suatu kondisi di lingkungan pada destinasi pariwisata/daerah tujuan wisata yang mencerminkan keadaan yang indah serta menarik yang nantinya akan memberikan rasa kagum serta kesan yang mendalam bagi wisatawan dalam melaksanakan perjalanan atau kunjungan ke daerah tersebut.

f. Ramah Tamah

Suatu kondisi lingkungan pada destinasi pariwisata/daerah tujuan wisata yang mencerminkan keadaan atau suasana yang akrab, dan terbuka sehingga memberikan perasaan nyaman bagi wisatawan.

g. Kenangan

Suatu bentuk pengalaman yang berkesan yang diperoleh wisatawan pada destinasi pariwisata/daerah tujuan wisata yang akan memberikan rasa senang dan kenangan indah yang membekas bagi wisatawan.

Di satu sisi, menurut Ibu Nyoman Rai Safitri selaku Kepala Bidang Pengembangan Sumber Daya Manusia dan Usaha Pariwisata Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman memaparkan bahwa Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman tidak menolak adanya pencanangan terealisasinya pariwisata ramah Muslim di Yogyakarta. Namun, menurutnya masih terdapat banyak kekurangannya. Salah satunya adalah biaya yang mahal untuk menempuh sertifikasi halal terhadap seluruh penunjang sektor pariwisata. Seperti hotel syari'ah, restoran halal, dan lain sebagainya. Sementara efeknya juga belum signifikan. Selain itu, penggunaan istilah-istilah pariwisata ramah Muslim maupun pariwisata halal ini masih menimbulkan multitafsir.<sup>26</sup>

Dari kontradiksi dan ketidakantusiasnya Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman terhadap wacana pariwisata ramah Muslim membuat

---

<sup>26</sup> Wawancara dengan Ibu Nyoman Rai Safitri Kepala Bidang Pengembangan Sumber Daya Manusia dan Usaha Pariwisata Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman, tanggal 22 Februari 2021.

orientasi pemerintah di sektor pariwisata dialihkan menuju pariwisata berbasis masyarakat. Tidak ada sinkronisasi antara pemerintah pusat dengan pemerintah daerah juga mempengaruhi perspektif otonomi daerah, termasuk dalam menyikapi wacana ini. Pemerintah pusat seakan tidak serius untuk merealisasikan wacana ini. Butuh suatu forum bersama yang dihadiri oleh seluruh *stakeholders* seperti: Kementerian Pariwisata, Dinas Pariwisata, LPPOM-MUI, penggiat halal, pengelola wisata, civitas akademika, serta para masyarakat untuk membahas prospek pariwisata ramah Muslim, maupun sisi-sisi negatifnya.

## **2. Pengembangan Desa Wisata dan Berbasis Masyarakat**

Salah satu potensi wisata yang terdapat di Kabupaten Sleman adalah potensi desa wisatanya. Melalui kanal berita yang dihimpun oleh Tribunjogja.com, sampai tahun 2019 Kabupaten Sleman telah memiliki 47 desa wisata. Melalui kanal yang sama, Sudarningsih selaku Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman mengungkapkan bahwa sebelumnya Kabupaten Sleman hanya memiliki 31 desa wisata. Seiring berjalannya waktu, kini Kabupaten Sleman telah memiliki 47 desa wisata secara keseluruhan.<sup>27</sup> Hal inilah yang dimanfaatkan oleh Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman hingga saat ini.

Ibu Nyoman Rai Safitri selaku Kepala Bidang Pengembangan Sumber Daya Manusia dan Usaha Pariwisata Dinas Pariwisata Kabupaten

---

<sup>27</sup> Tribun Jogja, "Bertambah Signifikan Desa Wisata Di Sleman Kini Berjumlah 47", diakses dari <https://jogja.tribunnews.com/2019/03/13/bertambah-signifikan-desa-wisata-di-sleman-kini-berjumlah-47>, diakses pada hari Rabu, tanggal 26 Mei 2021, Pukul 23.30 WITA.

Sleman memaparkan bahwa pengembangan pariwisata di Sleman saat berbasis masyarakat. Berbasis masyarakat dalam hal ini artinya walaupun terdapat pemodal atau investor pada destinasi tersebut, namun pengembangan dan pengelolaannya tetap di pegang oleh BUMDES (Badan Usaha Milik Desa) serta swadaya dari masyarakatnya sendiri. Adapun contoh pariwisata berbasis masyarakat di Sleman adalah: Tebing Breksi, Lava Bantal, Bukit Klangon, serta yang terbaru adalah Watu Purbo. Namun di satu sisi, tetap ada destinasi wisata yang statusnya dimiliki oleh swasta seperti: Mini Zoo Jogja Exotarium, dan Merapi Park.<sup>28</sup>

Pariwisata yang berbasis masyarakat ini menurut Ibu Nyoman juga memberikan efek positif bagi masyarakat di daerah wisata setempat.<sup>29</sup> Contohnya saja pada wisata Tebing Breksi. Menurut Bapak Budi selaku pengelola di bidang Pengembangan mengungkapkan bahwa adanya wisata ini dapat memperluas lapangan kerja dan dapat menjadi ladang usaha baru bagi warga sekitar. Contohnya saja adanya perpindahan profesi di masyarakat yang dari awal berprofesi sebagai penambang, dialihkan menjadi pedagang. Karena wisata Tebing Breksi ini dikelola masyarakat, perpindahan profesi inipun memiliki kesepakatan yang sangat menguntungkan bagi warga yang dahulu berprofesi sebagai penambang dengan diberi kemudahan untuk menyewa lapak kuliner tanpa dikenai biaya

---

<sup>28</sup> Wawancara dengan ibu Nyoman Rai Safitri Kepala Bidang Pengembangan Sumber Daya Manusia dan Usaha Pariwisata Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman, tanggal 22 Februari 2021.

<sup>29</sup> *Ibid.*

apapun.<sup>30</sup> Sehingga dari hal ini telah terlihat bagaimana pariwisata berbasis masyarakat sangat menguntungkan bagi masyarakat itu sendiri.

Desa wisata menurut Ibu Nyoman Rai Safitri harus diklasifikasi setiap 2 tahun sekali yang dimulai sejak tahun 2016. Dari klasifikasi terbaru yang dilakukan tahun 2020, tercatat sudah ada 53 desa wisata di Sleman yang sudah terklasifikasi. 11 desa diantaranya masih berupa desa rintisan, dan 42 desa lainnya termasuk ke dalam desa yang tumbuh berkembang dan mandiri. Ke semua ini berbasis masyarakat. Jika tak memenuhi klasifikasi, maka tidak akan masuk ke dalam kategori desa wisata.<sup>31</sup> desa wisata sendiri dapat di spesifikasikan kembali. Seperti yang dijelaskan oleh Ibu Nyoman Rai Safitri sebagai berikut:<sup>32</sup>

“Khusus di Sleman, satu wilayah administratif dalam suatu desa atau kelurahan itu dapat memiliki lebih dari satu desa wisata. karena desa ini yang membuat adalah masyarakat. Masyarakat yang merencanakan, melaksanakan, dan mengelola hasilnya. Bukan PEMKAB yang menyuruh untuk membuat desa wisata. jadi ini inisiatif dari masyarakat. Mereka yang mencari tamu sendiri, yang melayani sendiri, dan dijalankan sendiri.”

Pengembangan yang dilakukan Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman ini sifatnya hanya sebagai pendamping bagi desa yang akan menjadi desa wisata. Baik itu bentuknya desa wisata, destinasi wisata maupun objek wisata. Untuk pembangunan dan pembentukan destinasi wisata, ini murni

---

<sup>30</sup> Wawancara dengan Bapak Budi Nurliawan pengelola bidang pembangunan di Wisata Tebing Breksi, tanggal 03 Maret 2021.

<sup>31</sup> Wawancara dengan Ibu Nyoman Rai Safitri Kepala Bidang Pengembangan Sumber Daya Manusia dan Usaha Pariwisata Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman, tanggal 22 Februari 2021.

<sup>32</sup> *Ibid.*

inisiatif dari para masyarakat. Adapun pemaparan yang disampaikan Ibu Nyoman adalah sebagai berikut:<sup>33</sup>

“Bentuk pendampingan yang kami berikan adalah pengembangan kapasitas SDM bagi masyarakat. Bahkan bantuan tidak diberikan dalam bentuk fisik. Sebagai gantinya kami berikan berupa pendampingan, semisal seperti dibuatkan semacam bina teknologi, sosialisasi, pengarahan, dan pelatihan dengan mendatangkan narasumber-narasumber kompeten yang sesuai dengan materinya.”

Selain pendampingan-pendampingan, Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman juga kerap melakukan promosi bersama dengan mengadakan pameran-pameran serta melakukan sebuah dialog ke luar daerah. Untuk akomodasi yang bersangkutan dengan kegiatan-kegiatan ini, besarnya dibagi antara Dinas dengan pihak Desa. Contohnya ketika melakukan dialog ke luar daerah, Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman membantu mencukupi biaya penyewaan bus, sedangkan pihak Desa akan menanggung biaya penginapannya.<sup>34</sup> Ibu Nyoman Rai Safitri juga menambahkan bahwa kendala pengembangan wisata di Kabupaten Sleman ini ada pada komitmen masyarakat yang berbeda-beda, sehingga membutuhkan pendekatan yang berbeda-beda pula.<sup>35</sup>

### **3. Program Sertifikasi Produk Halal**

Menurut Bapak Jumeri Mangun Wikarta selaku Manajer Kerjasama dan Pengembangan di LPPOM-MUI (Lembaga Pengkajian

---

<sup>33</sup> Wawancara Dengan Ibu Nyoman Rai Safitri Kepala Bidang Pengembangan Sumber Daya Manusia dan Usaha Pariwisata Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman, tanggal 22 Februari 2021.

<sup>34</sup> *Ibid.*

<sup>35</sup> Wawancara Dengan Ibu Nyoman Rai Safitri Kepala Bidang Pengembangan Sumber Daya Manusia dan Usaha Pariwisata Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman, tanggal 22 Februari 2021.

Pangan Obat-obatan dan Kosmetika-Majelis Ulama Indonesia) Daerah Istimewa Yogyakarta mengungkapkan bahwa pariwisata sangat erat kaitannya dengan sertifikasi halal. Hubungan ini terletak pada sektor-sektor penunjang di dalamnya, seperti makanan, restoran, serta akomodasi lainnya yang harus terjaga kehalalannya. Bapak Jumeri juga menambahkan di sisi fasilitas ibadah seperti mushola-mushola yang ada di tempat wisata, fasilitas wudhu, toilet, dan lainnya juga memiliki pengaruh yang signifikan.<sup>36</sup> Ditambah lagi mulai tanggal 17 Oktober tahun 2019, BPJPH selaku badan penyelenggara jaminan produk halal yang nantinya akan mendampingi LPPOM-MUI untuk menguji dan menetapkan kehalalan suatu produk telah mewajibkan produsen untuk mensertifikasi kehalalan produknya sesuai dengan UU No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal.<sup>37</sup>

Untuk Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta, khususnya Kabupaten Sleman sendiri animo masyarakat terhadap sertifikasi halal ini cukup antusias. Sebagai daerah yang memiliki populasi penduduk Muslim yang dominan, tentunya akan sangat memberi pengaruh. Menurut Bapak Jumeri, pemohon sertifikasi halal yang awalnya hanya sekitar 300 pemohon kemudian naik di tahun-tahun berikutnya menjadi 400 sampai 500 pemohon. Bahkan sebelum pandemic melanda, pemohon sertifikasi halal bisa mencapai 600 pemohon. Artinya terjadi peningkatan hingga 150%. Hal ini menunjukkan bahwa atensi masyarakat Yogyakarta, khususnya di

---

<sup>36</sup> Wawancara dengan Bapak Jumeri Manajer Kerjasama dan Pengembangan di LPPOM-MUI, tanggal 02 April 2021.

<sup>37</sup> *Ibid.*

Sleman terhadap sertifikasi halal naik dari waktu ke waktu yang dilihat dari outputnya berupa sertifikasi halal oleh LPPOM-MUI.<sup>38</sup>

Keberhasilan ini tentu diawali oleh cara LPPOM-MUI mensosialisasikan hal ini kepada masyarakat. Adapun penjelasan dari Bapak Jumeri adalah sebagai berikut.<sup>39</sup>

“Adapun yang sering kita laksanakan pertama adalah *Advancing Halal Auditing technique*. Kegiatan ini berfungsi untuk memberikan pencerahan kepada masyarakat terutama masyarakat yang bertindak sebagai produsen. Disamping itu, kegiatan ini juga menyasar kepada para auditor berupa pembekalan yang gunanya sebagai penambah wawasan keilmuan terkait halal dan haram.. Kedua, adalah kegiatan Ngaji Bareng yang ditujukan kepada masyarakat yang sekaligus sebagai cara LPPOM-MUI untuk mensosialisasikan kewajiban memproduksi produk-produk halal. Ketiga, kami juga telah beberapa kali mengadakan Lomba Vlog maupun LKTI (Lomba Karya Tulis Ilmiah) yang ditujukan untuk para pelajar dan mahasiswa se-pulau Jawa. Bahkan ada rencana dibuat untuk tingkat Nasional. Terakhir, kita juga aktif dan rutin dalam melaksanakan siaran-siaran baik dengan radio maupun dengan televisi. Salah satu siarannya bertajuk Kabar Halal yang bekerjasama dengan salah satu radio di Yogyakarta dan telah berjalan 3 tahun ini.”

Untuk mendapatkan sertifikasi halal dari LPPOM-MUI, suatu perusahaan harus menempuh 11 poin utama yang telah tertuang dalam HAS 23000. HAS 23000 sendiri adalah persyaratan sertifikasi halal yang ditetapkan oleh LPPOM-MUI guna untuk mensertifikasi kehalalan suatu produk. Seluruh kriteria yang ada di dalam HAS 23000 ini wajib untuk dipenuhi oleh perusahaan yang hendak memperoleh sertifikasi halal

---

<sup>38</sup> Wawancara dengan Bapak Jumeri Manajer Kerjasama dan Pengembangan di LPPOM-MUI, tanggal 02 April 2021.

<sup>39</sup> *Ibid.*



terhadap produknya.<sup>40</sup> Untuk lebih lengkapnya, penulis memaparkannya dalam sub bab selanjutnya.

#### **a. Prosedur Mendapatkan Sertifikasi Halal**

Dalam hal ini, produsen atau perusahaan selaku pemohon sertifikasi halal akan dihadapi oleh beberapa tahap. Pertama, perusahaan terlebih dahulu menyiapkan dokumen yang berisi tentang sistem jaminan halal yang menjamin bahwa bahan-bahan yang digunakan, proses produksinya, dan produk yang dihasilkan telah melalui kriteria-kriteria halal. Adapun 11 poin sistem jaminan halal adalah sebagai berikut:<sup>41</sup>

##### **1. Kebijakan Halal**

Kebijakan halal merupakan komitmen tertulis untuk menghasilkan produk halal secara konsisten. Kebijakan halal ini harus ditetapkan dan didiseminasikan kepada pihak yang berkepentingan.

##### **2. Tim Manajemen Halal**

Tim manajemen halal merupakan sekelompok orang yang memiliki tanggung jawab terhadap perencanaan, implementasi, evaluasi serta perbaikan sistem jaminan halal di suatu perusahaan.

##### **3. Pelatihan**

---

<sup>40</sup> LPPOM-MUI, "Kriteria Sistem Jaminan Halal Dalam HAS 23000," dikutip dari, <https://www.halalmui.org/mui14/main/page/kriteria-sistem-jaminan-halal-dalam-has23000>, diakses pada Hari Sabtu, 05 Juni 2021, Pukul 14.20 WITA..

<sup>41</sup> *Ibid.*

Pelatihan merupakan kegiatan peningkatan pengetahuan, sikap dan keterampilan untuk mencapai tingkat kompetensi yang diharapkan.

#### 4. Bahan

Adapun bahan yang tercantum dalam HAS23000 meliputi: bahan baku, bahan tambahan, bahan penolong, kemasan yang kontak langsung dengan bahan dan produk, pelumas yang digunakan untuk mesin dan mungkin saja kontak langsung dengan bahan dan produk, sanitizier dan bahan pembersih untuk sanitasi fasilitas yang menangani bahan dan produk, media validasi hasil pencucian yang kontak langsung dengan produk.

Bahan ini pula dapat dikelompokkan menjadi dua, yakni bahan tidak kritis yaitu bahan yang dicakup dalam daftar bahan positif halal yang ada dalam SK12/Dir/LPPOM MUI/VI/20. Serta bahan kritis yang merupakan bahan di luar bahan tersebut. Bahan kritis sendiri harus dilengkapi oleh dokumen pendukung yang cukup.

#### 5. Fasilitas Produksi

Fasilitas produksi ini mencakup ruangan, bangunan, mesin serta peralatan utama dan peralatan pembantu yang digunakan untuk menghasilkan produk.

#### 6. Produk

Produk yang didaftarkan dapat berupa produk akhir atau produk antara (*intermediate*), produk retail maupun produk non retail. Tidak menggunakan bentuk kemasan atau label yang menggambarkan sifat vulgar, erotis atau porno. Terkhusus pada produk retail, jika suatu produk dengan merek tertentu telah didaftarkan, maka seluruh varian atau produk lain dengan merk yang sama yang dipasarkan di Indonesia juga harus didaftarkan.

#### 7. Prosedur Tertulis Aktivitas Kritis

Aktivitas kritis merupakan aktivitas yang dapat mempengaruhi status kehalalan produk. Adapun ruang lingkup aktivitas kritis dapat bervariasi sesuai dengan proses bisnis yang dilakukan oleh perusahaan.

#### 8. Kemampuan Telusur

Tentunya, perusahaan harus memiliki prosedur tertulis yang menjamin ketertelusuran produk yang disertifikasi yang menjamin bahwa produk tersebut berasal dari bahan yang disetujui oleh LPPOM-MUI.

#### 9. Penanganan Produk yang Tidak Memenuhi Kriteria

Perusahaan wajib memiliki prosedur tertulis tentang penanganan produk yang tidak memenuhi kriteria yang menjamin produk yang tidak memenuhi kriteria tidak diproses ulang dan wajib dimusnahkan atau tidak dijual ke konsumen yang

membutuhkan produk halal. Jika produk telah terlanjur dijual, maka produk harus ditarik.

#### 10. Audit Internal

Audit internal ini wajib dilaksanakan setidaknya dua kali dalam satu tahun. Jika ditemukan suatu kelemahan yang diakibatkan oleh tidak terpenuhinya kriteria dalam audit internal, maka perusahaan harus mengidentifikasi awal penyebabnya dan melakukan perbaikan atas hal tersebut.

#### 11. Kaji Ulang Manajemen

Terakhir, perusahaan wajib memiliki prosedur tertulis tentang kaji ulang manajemen. Hal ini harus dilakukan setidaknya 1 kali dalam setahun.

Kesemua poin yang ada di HAS 23000 ini wajib disiapkan oleh perusahaan pemohon. Setelah itu, pemohon harus membuat diagram alir proses produksi untuk produk yang akan disertifikasi. Diagram alir ini cukup satu saja untuk mewakili setiap jenis produk. Lalu, langkah selanjutnya adalah pemohon harus membuat pernyataan dari pemilik fasilitas produksi bahwa fasilitas produksinya tidak digunakan secara bergantian untuk menghasilkan produk halal dan produk yang mengandung babi atau turunannya. Baru setelah itu pemohon harus membuat daftar alamat seluruh fasilitas produksi yang terlibat dalam aktivitas kritis dan menyertakan bukti-bukti seperti: bukti diseminasi kebijakan halal ke seluruh *stake holder*, bukti pelaksanaan

pelatihan, bukti pelaksanaan audit internal, mencantumkan izin legal usaha, dan mencantumkan sertifikat *Food Safety* dari lembaga yang terakreditasi oleh KAN atau badan akreditasi yang memiliki MLA atau MRA dengan KAN/HACCP yang belum terakreditasi.<sup>42</sup>

Selanjutnya, pemohon juga harus menyertakan data-data seperti: 1) data produk yang terdiri dari nama produk, kelompok produk dan jenis produk, 2) data bahan, meliputi nama bahan, produsen, negara produsen, pemasok, data dokumen bahan beserta dokumen pendukung bahan kritis. 3) data matriks, yakni bahan yang dipakai untuk seluruh produk. Terkhusus RPH (Rumah Potong Hewan), terdapat tambahan-tambahan data seperti: nama penyembelih, metode penyembelihan, dan metode *stunning*.<sup>43</sup>

Baru setelah seluruhnya lengkap akan dibawa ke LPPOM-MUI untuk ditindaklanjuti dengan cara melaksanakan sertifikasi dengan tahapannya dilihat terlebih dahulu seluruh dokumen tersebut oleh tim auditor yang biasanya berisi 2 sampai 3 orang, ini tergantung oleh besar kecilnya perusahaan. Ketika auditor mendapati suatu kekurangan, maka menyuruh pemohon untuk melengkapinya terlebih dahulu. Jika telah dipenuhi, maka selanjutnya dilakukan proses audit halal. Sebelum pandemi, audit halal ini dilakukan langsung menuju lapangan (*onside*). Namun dikarenakan saat ini masih terjadi pandemi, maka tata caranya

---

<sup>42</sup> LPPOM-MUI, "Prosedur Sertifikasi Halal MUI," dikutip dari, <https://www.halalmui.org/mui14/main/page/prosedur-sertifikasi-halal-mui>, diakses pada hari Senin, 07 Juni 2021, Pukul 17.05 WITA.

<sup>43</sup> *Ibid.*

diubah menjadi *inside* atau dilakukan secara online dengan syarat pemohon menyanggupi untuk berkeliling memperlihatkan seluruh lingkungan usahanya.<sup>44</sup>

Jika saat audit halal tidak ada suatu temuan, maka hasil ini akan dibawa ke sidang internal untuk disampaikan pada saat rapat besar yang akan dihadiri oleh pengurus LPPOM dan para auditor yang terlibat dalam audit halal sebelumnya. Sidang internal ini dihadiri oleh banyak auditor yang telah mengaudit perusahaan-perusahaan pemohon sebelumnya sehingga sidang internal ini akan diketahui hasilnya oleh seluruh auditor. Setelah sidang internal rampung dilaksanakan, maka hasilnya akan dibawa ke sidang komisi fatwa untuk selanjutnya akan diterbitkan ketetapan halalnya. Ketika perusahaan telah menerima ketetapan halal, maka dari LPPOM-MUI ranting Daerah akan menyerahkan kepada LPPOM-MUI pusat untuk diteruskan kepada BPJPH dalam rangka pembuatan sertifikasi halal.<sup>45</sup>

#### **b. Sertifikasi Halal Terhadap Restoran di Kabupaten Sleman**

Kaitannya dengan hal tersebut, melalui wawancara yang telah dilakukan sebelumnya bahwa sejauh ini Kabupaten Sleman telah memiliki 9 restoran, 4 jasa catering, serta 1 induk perusahaan yang mendapat sertifikasi halal dari LPPOM-MUI. Adapun daftar restoran dan katering tersebut adalah sebagai berikut:

---

<sup>44</sup> Wawancara dengan Bapak Jumeri Manajer Kerjasama dan Pengembangan di LPPOM-MUI, tanggal 02 April 2021.

<sup>45</sup> *Ibid.*

Tabel 14 Daftar Nama Restoran dan Katering yang Telah Tersertifikasi Halal di Kabupaten Sleman

No	Nama	Status	Alamat
1	Hara Chicken	Restoran	Jalan Palagan Tentara Pelajar, No. 98, Ngaglik, Sleman, DIY.
2	Terus Berbuat Kebaikan Group	Induk Usaha	Jalan Samirono Baru, No. 1, Colombo, Sleman, DIY
3	Sumber Pangan Semesta	Katering	Jalan Wijaya Kusuma, Condongcatur, Sleman, DIY
4	Yummy Panda	Restoran	Jalan Demangan Baru, No.23, Depok, Sleman, DIY
5	Shabu Suki	Restoran	Kledokan, Caturtunggal
6	Boroboro Pizza	Restoran	Tridadi, Sleman
7	Cupuwatu Karya Rasa	Restoran	Jalan Solo Km.11,8 Kalasan, DIY
8	PT Bale Ayu Indonesia	Restoran	Sorosutan, Umbulharjo, Sleman, DIY
9	Bale Bengong Resto	Restoran	Jalan Raya Solo Km 12,5, Tirtomartani, DIY
10	Hasbuna Resto	Restoran	Majasem, Bokoharjo, Sleman, DIY
11	Siomay Mirza	Restoran	Jalan Seturan Raya, No. 90, Caturtunggal, Sleman, DIY
12	Delima	Katering	Maguwoharjo
13	CV 8899	Katering	Sleman, DIY

Sumber: LPPOM-MUI Yogyakarta, 2021

Daftar restoran ini dapat berubah seiring berjalannya waktu. Hal ini dikarenakan tiap restoran memiliki masa berlaku sertifikasi halal yang berbeda-beda. Sertifikasi halal ini memiliki masa berlaku hingga 2 tahun. Artinya, sebuah restoran berhak mengklaim kehalalan

restorannya dalam waktu 2 tahun yang dihitung sejak memperoleh sertifikat halal tersebut.<sup>46</sup> dengan luas Kabupaten Sleman yang mencakup 18,04% dari total luas Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta atau Kabupaten terluas ketiga setelah Kabupaten Gunungkidul, dan Kulon Progo dan juga sebagai Kabupaten yang strategis seharusnya bisa memaksimalkan jumlah restoran yang telah tersertifikasi halal. Bisa jadi setelah UU Jaminan Produk Halal ini mulai perlahan direalisasikan tahun ini, jumlah restoran tersertifikasi halal akan meningkat pesat. Dimaklumi pula, kondisi di Kabupaten Sleman saat ini juga sedang dirundung oleh pandemi Covid-19 yang juga mempengaruhi jumlah restoran yang tersertifikasi halal.

Berikutnya, adapun langkah-langkah permohonan sertifikasi halal pada restoran secara garis besarnya sama dengan sub sebelumnya. Namun Bapak Jumeri menambahkan beberapa keterangan tambahan yang dapat dirangkum dalam wawancara sebagai berikut:<sup>47</sup>

“Sertifikasi halal pada restoran pada dasarnya tidak jauh beda dengan prosedur yang sebelumnya telah dipaparkan. Pertama, kita akan melihat bahan-bahan yang digunakan. Disamping bahan, kita juga melihat proses produksinya. Baru setelah itu kita akan melihat produknya apakah terindikasi haram atau tidak. Lalu terakhir kita melihat juga lingkungan produksinya apakah telah memenuhi syarat-syarat sanitasi yang higienis atau tidak. Karena di pedoman al-Qur’an maupun Hadist, halal atau thoyyib itu selalu menjadi satu paket. Jika ditemukan produk halal namun tidak thoyyib, maka kita biasanya akan beri pembinaan/pelatihan.”

---

<sup>46</sup> Wawancara dengan Bapak Jumeri Manajer Kerjasama dan Pengembangan di LPPOM-MUI, tanggal 02 April 2021.

<sup>47</sup> *Ibid.*



Dari hasil wawancara di atas, dapat disimpulkan bahwa terdapat empat langkah yang ditempuh pemohon yang dalam kali ini adalah pihak restoran yakni pertama melihat bahan-bahan yang digunakan. Kedua, melihat proses produksinya. Ketiga, melihat hasil produknya. Keempat, melihat lingkungan produksinya.<sup>48</sup> Dari ini semua tentunya masih banyak pekerjaan rumah yang harus diselesaikan oleh LPPOM-MUI terutama dalam meningkatkan jumlah restoran yang telah tersertifikasi halal. LPPOM-MUI harus sedia untuk mengencangkan sosialisasi produk halal serta memberi edukasi tata cara mendapatkannya. Mengingat UU ini bersifat wajib kedepannya, maka ikhtiar LPPOM-MUI juga harus mengikuti hal ini.

**c. Sertifikasi Halal Terhadap Hotel di Kabupaten Sleman**

Menurut Bapak Jumeri, definisi hotel halal masih belum menjadi sebuah ketentuan yang dituangkan oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI), yang ada saat ini adalah tulisan-tulisan lepas yang disampaikan oleh ulama atau pegiat-pegiat halal. Sehingga belum menjadi sebuah pedoman atau bentuknya seperti Undang-Undang. Adapun menurut bapak Jumeri kondisi Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta, khususnya Kabupaten Sleman terkait hotel halal ini terdapat dalam petikan wawancara sebagai berikut:<sup>49</sup>

“Selain itu, hotel-hotel yang ada memang belum berniat untuk mengajukan sertifikasi halal pada hotelnya dengan berbagai alasan. Yang dilakukan saat ini adalah sebatas mensertifikatkan restorannya

---

<sup>48</sup> *Ibid.*

<sup>49</sup> Wawancara dengan Bapak Jumeri Manajer Kerjasama dan Pengembangan di LPPOM-MUI, tanggal 02 April 2021.

saja. Tiap hotel kan memiliki restorannya masing-masing. Untuk hal ini, sudah ada sejumlah hotel yang melakukan sertifikasi halal terhadap restorannya. Untuk sertifikasi hotel secara umum, khususnya di Sleman itu belum ada, bahkan di Jogja saja belum ada.”

Dari petikan wawancara ini, menunjukkan bahwa hingga saat ini di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta, khususnya di Kabupaten Sleman tidak ada sertifikasi halal yang terkhusus pada satu hotel, namun yang disertifikasi adalah restoran dan dapur yang ada di hotel tersebut. Menurut pihak dari LPPOM-MUI, hanya terdapat satu hotel yang dapurnya telah tersertifikasi halal di Kabupaten Sleman, yaitu Eastpac Hotel Yogyakarta yang beralamat di Jalan Laksda Adisucipto KM. 6.5, Jl. Kapas No.1, Ngentak, Caturtunggal, Sleman, DIY.<sup>50</sup>

## **E. Pengembangan Indikator Layanan (*Services*) Pariwisata Ramah Muslim Pada Destinasi Wisata Di Kabupaten Sleman, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta**

### **1. Wisata Tebing Breksi**

Adapun pengembangan-pengembangan yang dilakukan oleh pengelola wisata baik secara umum ataupun dari sisi indikator layanan (*services*) yang ada, sebagai berikut:

#### **a. Pengembangan Wisata Secara Umum**

Secara umum, wisata Tebing Breksi ini telah berkembang pesat dari awal diresmikannya di tahun 2015 hingga sekarang. Baik dari segi fasilitasnya maupun pengelolaannya. Menurut Bapak Halim selaku pengelola di Bidang Humas, mengungkapkan bahwa dalam

---

<sup>50</sup> *Ibid.*

segi fasilitas, wisata Tebing Breksi dapat disebut telah lengkap. Pemenuhan fasilitas ini didapat dari bantuan-bantuan yang diberikan oleh instansi-instansi terkait, perusahaan-perusahaan yang memberi bantuan sebagai bentuk *CSR (Corporate Social Responsibility)*, serta dari pemerintah setempat. Adapun bantuan-bantuan tersebut dapat dihimpung dalam tabel sebagai berikut:<sup>51</sup>

Tabel 16 Bantuan-bantuan yang diterima  
Pengelola Tebing Breksi

No	Nama Fasilitas	Jumlah
1	Warung Kuliner	20
2	Masjid	1
3	Mushola	2
4	Toilet	36
5	Wastafel	68
6	Gazebo	6
7	Penginapan	2
8	Ruang Meeting	1
9	Restoran	1
10	Lapak Jualan	84

Sumber: Wawancara dengan Bapak Halim, 2021

Selain dari bantuan-bantuan, fasilitas di wisata Tebing Breksi juga dibangun atas dasar kebutuhan dari pengelola. Sebenarnya, pengelola telah mencanangkan beberapa rencana pengelolaan. Namun dikarenakan masih adanya pandemi yang melanda Indonesia membuat rencana-rencana tersebut hingga saat ini belum terealisasi. Adapun rencana-rencana pengembangan yang akan dibangun oleh pengelola di masa mendatang yang

<sup>51</sup> Wawancara dengan Bapak Halim pengelola di bidang HUMAS di wisata Tebing Breksi, tanggal 7 Maret 2021.

pertama adalah pembuatan teras kaca sepanjang 600-700 Meter di atas tebing. Rencana ini adalah hasil dari kesepakatan dengan investor China dengan sistem sewa yang telah disewa selama 10 tahun dengan biaya sewa setahunnya adalah Rp. 600.000.000,-. Kedua, rencana pembuatan kolam di sisi utara tebing dengan penambahan fasilitas hiburan air berupa sepeda air. Rencana ini adalah hasil kerjasama dengan Kementerian Desa, PDT, dan Transmigrasi yang kabarnya proyek ini memiliki anggaran sebesar 1 hingga 2 Miliar Rupiah.<sup>52</sup>

Lalu rencana ketiga adalah pembangunan penginapan tambahan yang bekerjasama dengan PT. Telkom. Semua rencana ini terhenti lantaran masih adanya pandemi sehingga para investor dan *stakeholders* terkait masih menghentikan sementara proyek-proyek ini hingga batas waktu yang belum dapat dipastikan.<sup>53</sup> Bapak Budi Sulistiawan selaku pengelola di bidang Pembangunan juga membenarkan adanya hambatan dalam pengembangan destinasi wisata pada masa pandemi ini. Menurutnya, adanya pandemi juga memberi hikmah tersendiri bagi wisata Tebing Breksi. Dengan adanya pandemi, membuat wisata ini sepi pengunjung sehingga

---

<sup>52</sup> Wawancara dengan Bapak Halim pengelola di bidang HUMAS di wisata Tebing Breksi, tanggal 07 Maret 2021.

<sup>53</sup> *Ibid.*

wisata menjadi steril dan menjadi momen untuk memperbaiki fasilitas yang sedianya perlu diperbaiki.<sup>54</sup>

Terkait pengelolaan, awalnya wisata Tebing Breksi ini dikelola dengan bergotong rotong antar sesama warga Desa Sambirejo. Seiring berjalannya waktu, pengelolaannya menuju pada tingkat profesional dengan tetap menggunakan SDM (Sumber Daya Manusia) dari Desa sendiri. Adapun wisata Tebing Breksi ini dikelola langsung oleh Desa Sambirejo melalui Badan Usaha Milik Desa (BUMDES). Tujuan pendirian BUMDES menurut Permendesa PDT dan Transmigrasi No. 4/2015 adalah untuk meningkatkan perekonomian Desa, membuka lapangan kerja, dan meningkatkan pendapatan masyarakat Desa dan Pendapatan Asli Daerah.<sup>55</sup>

Sesuai dengan tujuan yang ada dalam Permendesa tersebut, BUMDES Desa Sambirejo ini adalah pengelola wisata yang ada dalam teritori desa setempat, seperti wisata Watu Payung, dan wisata Candi Ijo. Dimana pengelolaan wisatanya, SDM yang ada didalamnya, serta seluruh pendapatannya ini tujuannya untuk membangun Desa Sambirejo.<sup>56</sup> Seperti halnya transparansi kas masuk dari hasil operasional wisata yang dikelola oleh BUMDES memiliki pembagian-pembagian sebagai berikut: 50% dialokasikan

---

<sup>54</sup> Wawancara dengan Bapak Budi Nurliawan pengelola di bidang pembangunan di wisata Tebing Breksi, tanggal 03 Maret 2021 .

<sup>55</sup> Peraturan Menteri Desa Dan Transmigrasi Republik Indonesia, Pembangunan Daerah Tertinggal, *Peraturan Menteri Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, Dan Transmigrasi Republik Indonesia, Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, Dan Transmigrasi*, vol. 53, 2015, hlm. 3.

<sup>56</sup> *Ibid.*

untuk gaji karyawan wisata Tebing Breksi, lalu 25% dialokasikan kepada BUMDES yang dilaporkan melalui Kepala Desa, dan 25% sisanya dialokasikan kepada kas wisata Tebing Breksi itu sendiri. Khusus pada kas wisata Tebing Breksi, 25% ini akan di alokasikan kembali, yakni 20% untuk pembangunan, dan 5% untuk dana operasional sehari-hari.<sup>57</sup>

Terkait Sumber Daya Manusia, Bapak Halim menerangkan bahwa yang diprioritaskan adalah warga dari Desa Sambirejo dengan tanpa adanya persyaratan usia, dan tidak ada batas pendidikan. Bahkan menurut Bapak Halim ada yang tidak dapat membaca sehingga pihak pengelola menempatkannya di bagian pertukangan. Selain itu latarbelakang pendidikan yang rendah juga diterima. Contohnya ada pada bagian bendaharawan yang diisi oleh SDM lulusan SMP, bahkan ketua pengelolanya lulusan STM atau SMK. Bapak Halim pun mengakui bahwa SDM di wisata Tebing Breksi memang sangat rendah, hanya sebagian kecil SDM yang mendapat predikat sarjana.<sup>58</sup> Pedagang yang ada di kompleks wisata Tebing Breksi pun juga dibuka hanya untuk warga Desa Sambirejo. Para pedagang di wisata Tebing Breksi ini awalnya adalah sekelompok penambang batu breksi. Setelah tambang ini ditutup tahun 2015, maka seluruh penambang disini dialihkan profesinya menjadi

---

<sup>57</sup> Wawancara dengan Bapak Halim pengelola bidang HUMAS di wisata Tebing Breksi, tanggal 07 Maret 2021.

<sup>58</sup> *Ibid.*

pedagang, karyawan destinasi wisata, dan lainnya yang berhubungan dengan pariwisata.<sup>59</sup>

Berbagai pelatihan dari Dinas Pariwisata Provinsi juga pernah mengadakan pelatihan untuk meningkatkan keahlian membuat hidangan bagi para pedagang di wisata Tebing Breksi yang awalnya berprofesi sebagai penambang. Program ini dinamakan program satu hotel, satu objek. Program ini memberi pelatihan tentang bagaimana caranya memasak dengan baik, menyajikan masakan dengan baik, serta bagaimana melayani pengunjung. Sehingga sedikit demi sedikit para pedagang memiliki keahlian memasak dan menghidangkan makanan dengan baik.<sup>60</sup> Selain itu, Bapak Halim menambahkan bahwa pihak pengelola menerapkan konsep ikhlas dengan tidak menetapkan besaran retribusi bagi para pedagang. Namun, pengelola tetap menghimbau para pedagang untuk tetap berpartisipasi untuk menjaga kebersihan, keamanan dengan memberi retribusi seikhlasnya. Bahkan di kala pandemi seperti sekarang inipun pengelola tetap menerima jika ada pedagang yang tak memberi retribusi. Hal ini dikarenakan pengelola memahami bahwa di masa pandemi ini penjualannya tidak stabil.<sup>61</sup> Ketidakstabilan penghasilan ini dirasakan juga oleh Mas Iwan sebagai pedagang kaki lima di area parkir selatan wisata Tebing Breksi yang mengatakah bahwa pada saat pandemi ini, omzetnya

---

<sup>59</sup> *Ibid.*

<sup>60</sup> *Ibid.*

<sup>61</sup> *Ibid.*

adalah 100.000 seharinya. Bahkan suatu hari malah tidak mendapatkan penghasilan sama sekali.<sup>62</sup>

Untuk pemasaran wisata, Bapak Halim mengungkapkan bahwa pengelola mengandalkan pemasaran melalui media sosial seperti Tiktok dengan nama @tebing\_breksi\_official, dan Instagram dengan nama @tebingbreksi\_official, serta yang terbaru melalui siaran radio RRI (Radio Republik Indonesia).<sup>63</sup> Paket wisata yang ditawarkan oleh pengelola sejauh ini hanya ada wisata Jeep. Dimana wisata ini memberikan sensasi berkeliling wisata disekitaran Tebing Breksi dengan menggunakan kendaraan mobil Jeep.<sup>64</sup>

## **b. Pengembangan Wisata Dalam Indikator Layanan (*Services*)**

### **1) Masjid**

Wisata Tebing Breksi saat ini telah memiliki satu masjid yang bernama Masjid Raudhatussolihin dan dua Musholla yang masing-masing berada di area parkir sebelah utara, dan di Balai Ekonomi Desa (BALKONDES).<sup>65</sup> Khusus

Masjid Raudhatussolihin ini digunakan untuk sholat jumat. Menurut Bapak Budi Nurliawan, jumlah tempat ibadah di wisata Tebing Breksi ini sudah sangat efektif keberadaannya. Masjid-

---

<sup>62</sup> Wawancara dengan Mas Iwan pedagang kaki lima di wisata Tebing Breksi, tanggal 27 Maret 2021.

<sup>63</sup> Wawancara dengan Bapak Halim pengelola bidang HUMAS di wisata Tebing Breksi, tanggal 07 Maret 2021.

<sup>64</sup> Wawancara dengan Bapak Budi Nurliawan pengelola bidang pembangunan di wisata Tebing Breksi, tanggal 03 Maret 2021.

<sup>65</sup> Observasi lokasi tempat ibadah di wisata Tebing Breksi.



masjid diluar kompleks wisata juga cukup banyak dengan jarak rata-rata sekitar 400-700 meter dari kompleks wisata.<sup>66</sup>

Adapun indikator masjid ini dilihat dari hasil observasi yang telah dilakukan pada tanggal 27 Maret 2021 dengan keterangan tanda (√) yang memiliki arti (tersedia, bersih) serta tanda (-) yang memiliki arti ( tidak tersedia, tidak bersih).

Berikut adalah pemaparannya dalam bentuk:

Tabel 17 Hasil Observasi Pada Indikator Masjid  
Di Wisata Tebing Breksi

No	Sub Indikator	Spesifikasi	Hasil Observasi		
			Masjid Raudhotussholihin	Mushola Parkir Utara	Mushola BALKONDES
1	Kelengkapan Fasilitas	Pencahayaan	√	√	√
		Sirkulasi Udara	√	√	√
		Penunjuk Arah Kiblat	√	√	√
		Kelengkapan Alat Sholat	√	√	√
		Pembatas Antara Shoff Laki-laki dan Perempuan	-	-	-
		Sarana Kemudahan dari Tempat Wudhu ke Ruang Sholat	√	√	-
2	Kebersihan	Kondisi Tempat Wudhu	√	√	√
		Kondisi Tempat Sholat	√	√	√

<sup>66</sup> Wawancara dengan Bapak Budi Nurliawan pengelola bidang pembangunan di wisata Tebing Breksi, tanggal 03 Maret 2021.

No	Sub Indikator	Spesifikasi	Hasil Observasi		
			Masjid Raudhotussholihin	Mushola Parkir Utara	Mushola BALKONDES
3	Kelengkapan Tempat Wudhu	Pemisahan Tempat Wudhu Antara Laki-laki dan Perempuan	√	-	-
		Ketersediaan Air Bersih	√	√	√
		Ketersediaan Saluran Pembuangan Dari Bekas Wudhu yang Baik	√	√	√

Sumber: Hasil Observasi Tanggal 27 Maret 2021

Hasil observasi menghasilkan data bahwa dari 11 poin maksimal yang ada di dalam indikator ini, Masjid Raudhatussolihin memenuhi 10 poin, Mushola parkir utara 9 poin, dan Mushola BALKONDES 8 poin. Adapun kekurangan-kekurangan yang perlu diperbaiki jika dilihat dari indikator ini yang pertama pengadaan pembatas shoff antara jamaah laki-laki dan perempuan untuk memperjelas adanya pemisah antar keduanya sehingga tidak saling berdekatan. Kedua, jika anggaran mencukupi, sebaiknya tempat wudhu antara laki-laki dan perempuan dipisahkan untuk menghindari tersingkapnya aurat masing-masing.

## 2) Hotel

Hingga saat ini, di wisata Tebing Breksi tidak memiliki hotel ataupun hotel halal. Menurut Bapak Halim selaku

HUMAS di wisata Tebing Breksi ini mengungkapkan bahwa di area wisata ini hanya terdapat penginapan berupa *Guesthouse* yang berada di BALKONDES (Balai Ekonomi Desa) dan di area wisata bagian Timur.<sup>67</sup> Adapun indikator hotel ini dilihat dari hasil observasi yang telah dilakukan pada tanggal 27 Maret 2021 dengan keterangan tanda (√) yang memiliki arti (ya, tersedia, bersih) serta tanda (-) yang memiliki arti (tidak,tidak tersedia, tidak bersih). Berikut adalah pemaparannya dalam bentuk tabel:

Tabel 18 Hasil Observasi Pada Indikator Hotel  
Di Wisata Tebing Breksi

No	Sub Indikator	Spesifikasi	Hasil Observasi	
			Guesthouse BALKONDES	Guesthouse Kasimin
1	Ketentuan Dalam Fatwa MUI	Tidak Menyediakan Fasilitas Akses Pornografi dan Tindak Asusila	√	√
		Fasilitas Hiburan yang Tidak Mengarah Pada Kemusyrikan, Maksiat, Pornografi, dan/atau Tindak Asusila	√	√
		Sertifikasi Halal Terhadap Makanan dan Minuman	-	-

<sup>67</sup> Wawancara dengan Bapak Halim pengelola bidang HUMAS di wisata Tebing Breksi, tanggal 07 Maret 2021.

No	Sub Indikator	Spesifikasi	Hasil Observasi	
			Guesthouse BALKONDES	Guesthouse Kasimin
		Penyediaan Fasilitas, Peralatan, dan Sarana Untuk Ibadah, dan Bersuci (Wudhu)	√	√
		Pakaian yang Syar'i Untuk Para Karyawan/Karyawatnya	√	-
2	Lobby	Tersedianya pilihan bacaan yang bernilai Islami/memiliki pesan moral	-	-
3	Front Office	Tersedianya informasi tertulis yg menyatakan tidak menerima pasangan yg bukan mahram	-	-
4	Toilet Umum	Adanya sekat antara urinoir satu dengan lainnya	-	-
		Adanya peralatan praktis utk bersuci dgn air di urinoir dan kloset	√	-
5	Kamar Tidur Tamu	Ketersediaan Sajadah	-	-
		Ketersediaan Jadwal Sholat Secara Tertulis	-	-
		Ketersediaan Al-Qur'an	-	-
		Tidak tersedia akses utk pornografi dan tindak asusila dalam bentuk apapun	√	√
		Adanya tanda dilarang merokok di kamar	-	-

No	Sub Indikator	Spesifikasi	Hasil Observasi	
			Guesthouse BALKONDES	Guesthouse Kasimin
		Ketersediaan buku doa	-	-
		Makanan dan minuman dalam kemasan di mini bar harus berlogo halal resmi	-	-
6	Kamar Mandi Tamu	Adanya peralatan praktis untuk bersuci dengan air di urinoir dan kloset	√	√
		Adanya pralatan wudhu yg baik di kamar mandi tamu	√	√
		Kamar mandi yg tertutup	√	√
7	Ruang Ibadah	Kondisi Ruang Ibadah yang Baik dan Terawat	√	-
		Adanya Pemisah Antara Ikhwan dan Akhwat	-	-
		Ketersediaan Perlengkapan Sholat yang Terawat	√	-
		Sirkulasi Udara yang Baik Berupa Kipas atau Pendingin Ruangan	√	-
		Pencahayaan yang Cukup Terang	√	-
		Tersedia <i>Sound System</i> Untuk Mengumandangkan Adzan yang Dapat Didengar Seluruh Area Hotel	-	-

No	Sub Indikator	Spesifikasi	Hasil Observasi	
			Guesthouse BALKONDES	Guesthouse Kasimin
		Adanya Pemisahan Antara Wudhu Ikhwan dan Akhwat	-	-
		Kondisi Tempat Wudhu yang Bersih dan Terawat	√	√
		Ketersediaan Instalasi Air Bersih Untuk Wudhu	√	√
		Ketersediaan Saluran Pembuangan Air dari Bekas Wudhu yang Baik	√	√
8	Interior dan Ornamen	Tidak ada Ornamen yang Mengarah Pada Bentuk-bentuk Kemusyrikan dan Pornografi	-	-
9	Kolam Renang	Kolam Renang yang Terhindar dari Pandangan Umum	-	-
10	Kantor Depan	Adanya Seleksi Terhadap Tamu yang Datang Berpasangan	-	-
		Memberikan Informasi Masjid Terdekat Dari Hotel	√	-
		Memberikan Informasi Jadwal Waktu Sholat	-	-
		Memberikan Informasi Restoran/Rumah Makan Halal	-	-
11	Tata Graha	Penyediaan Alat Sholat yang Bersih dan Terawat	-	-

No	Sub Indikator	Spesifikasi	Hasil Observasi	
			Guesthouse BALKONDES	Guesthouse Kasimin
		Penyediaan Jadwal Waktu Sholat	-	-
		Penyediaan Al-Qur'an	-	-
		Penyediaan Buku Doa	-	-
		Penyediaan Area Atau Ruangan Untuk Sholat Jumat (Bila Ada)	√	√
12	Makan dan Minum	Makanan dan Minuman yang Halal	√	√
		Penyediaan Makan Sahur Bagi Tamu yang Akan Melakukan Puasa Sunnah	-	-
13	Keramahtamahan	Memulai Komunikasi Dengan Salam	-	-
14	Fasilitas Hiburan	Tidak Adanya Fasilitas Hiburan yang Mengarah Kepada Pornografi dan Pornoaksi Serta Tindakan Asusila	-	-
		Musik Atau rekaman Harus Tidak Bertentangan Dengan Nilai dan Etika Seni Dalam Islam	-	-
		Tersedia Pilihan Saluran TV Khusus yang Bernuansa Islami	-	-

Sumber: Hasil Observasi Tanggal 27 Maret 2021

Hasil observasi menghasilkan data bahwa dari 46 poin maksimal yang ada di dalam indikator ini, *Guesthouse* BALKONDES memenuhi 18 poin, dan *Guesthouse* Kasimin memenuhi 12 poin. Terlihat kedua *guesthouse* ini masih memiliki kekurangan-kekurangan. Pertama adalah pada ketentuan yang ada dalam Fatwa MUI yakni pada sertifikasi halal terhadap makanan dan minumannya. Peneliti tidak menemukan data yang memaparkan bahwa makanan dan minuman disini telah tersertifikasi halal, bahkan pengelola seperti Bapak Halim juga mengiyakan hal ini. Kedua, pada lobby dan *front office* yang dimana keduanya tidak memiliki lobby utama dan front office. Ketiga, kekurangan juga ditemukan pada kamar tidur tamu dengan beberapa item yang kurang seperti: peralatan sholat, ketersediaan jadwal waktu sholat, Al-Qur'an, tanda dilarang merokok, buku doa, serta mini bar. Khusus mini bar, hal ini tidak tepat disediakan pada sebuah kamar tamu di *guesthouse*, jadi bisa dimaklumi.

Keempat, tempat ibadah. sebenarnya keduanya tidak memiliki ruang ibadah tersendiri, namun khusus *guesthouse* BALKONDES, ruang ibadah ini berada atau dalam satu area dengan Mushola BALKONDES yang jaraknya sekitar 100 meter dari *guesthouse*. Untuk *guesthouse* KASIMIN sendiri memang di dalam kompleksnya, hanya ada kamar tamu saja dan



tidak ada Mushola pribadinya. Kelima, adalah kolam renang, kantor depan, dan tata graha. Baik *guesthouse* BALKONDES maupun *guesthouse* KASIMIN sama-sama tidak memilikinya. Khusus untuk penyediaan area sholat jumat, para tamu dianjurkan untuk langsung menuju Masjid Raudhatussolihin yang berjarak sekitar 200 meter dari kedua *guesthouse* ini. Lalu terakhir kekurangannya adalah pada fasilitas hiburannya. Khusus untuk *guesthouse* BALKONDES, hanya ada 1 televisi dengan saluran lokal. Khusus pada keramahtamahan, pegawai atau pekerja yang ada bisa dibilang sudah ramah, walaupun tidak diawali dengan salam Islami, namun para pegawai ini menyapa dengan salam yang sifatnya umum.

### 3) Restoran Halal

Sejauh ini di area wisata Tebing Breksi belum tersedia restoran halal. Namun, untuk tempat makan selain restoran halal, di area wisata terdapat 1 restoran yang terletak di BALKONDES, 28 lapak kaki lima yang terletak di area parkir selatan, 10 lapak kuliner atas di sisi timur area wisata, dan 1 rumah makan sederhana. Adapun indikator restoran halal ini dilihat dari hasil observasi yang telah dilakukan pada tanggal 27 Maret 2021 dengan keterangan tanda (√) yang memiliki arti (ya, tersedia, bersih) serta tanda (-) yang memiliki arti (tidak, tidak

tersedia, tidak bersih). Berikut adalah pemaparannya dalam bentuk tabel:

Tabel 19 Hasil Observasi Pada Indikator Restoran Halal  
Di Wisata Tebing Breksi

No	Sub Indikator	Spesifikasi	Hasil Observasi			
			Restoran BALKONDES	Lapak Kaki Lima	Kuliner Atas	Manunggal Roso
1	Ruang Makan dan Minum	Ornament patung, lukisan, atau hiasan tidak mengarah ke pornografi dan kemusyrikan:	-	-	-	-
		Adanya tanda dilarang merokok, kecuali di tempat khusus merokok	-	-	√	-
2	Penyediaan makanan dan minuman	Makanan dan minuman kemasan yang disediakan bersertifikat halal	-	√	√	√
		Daftar menu tidak menggunakan nama yang mengarah pada sesuatu yg negatif atau diharamkan dan disertai harga	√	√	√	√
3	Fasilitas Penunjang	Ruang yang bersih dan terawatt	√	-	-	-
		Adanya penunjuk kiblat	√	-	-	√
		Jadwal waktu sholat	√	-	-	-
		Ketersediaan Sajadah dan Mukena	√	-	-	√
		Ketersediaan Al-Qur'an	-	-	-	-

No	Sub Indikator	Spesifikasi	Hasil Observasi			
			Restoran BALKONDES	Lapak Kaki Lima	Kuliner Atas	Manunggal Roso
		Adanya Pembatas shof antara laki-laki dan perempuan	-	-	-	-
		Pencahayaan yang cukup terang di ruang sholat	√	-	-	√
		Sirkulasi udara yang baik (Kipas angin atau AC)	√	-	-	-
		Tempat wudhu yg bersih dan terawat dan adanya pemisah antara laki-laki dan perempuan	-	-	-	-
		Instalasi air bersih untuk berwudhu	√	-	-	√
		Adanya saluran pembuangan bekas air wudu yang berfungsi baik	√	-	-	√
		Toilet yang terpisah dengan tempat wudhu	√	-	-	√
		Jika Ada Urinoir di Toilet Pria, Maka Harus Dilengkapi Dengan Penyekat dan Bidet	√	-	-	-
		Adanya Tanda Larangan Tertulis Membawa atau Mengonsumsi Minuman Beralkohol di Area Restoran	-	-	-	-

No	Sub Indikator	Spesifikasi	Hasil Observasi			
			Restoran BALKONDES	Lapak Kaki Lima	Kuliner Atas	Manunggal Roso
		Jika Ada Hiburan, Tidak Mengarah Kepada Pornografi dan Pornoaksi	-	-	-	-
4	Kelengkapan Bangunan	Papan Nama Dengan Nama Restoran Atau Identitas yang Tidak Mengarah pada Sesuatu yang Negatif dan Diharamkan	√	√	√	√
		Tersedia Logo "Halal" yang Resmi di Tempat yang Mudah Dilihat Publik	-	-	-	-

Sumber: Hasil Observasi Tanggal 27 Maret 2021

Hasil observasi menghasilkan data bahwa dari 21 poin yang ada di dalam indikator ini, Restoran BALKONDES memenuhi 12 poin, Lapak Kaki Lima memenuhi 3 poin, Kuliner Atas memenuhi 4 poin, serta Manunggal Roso memenuhi 9 poin. Pada bagian ini, yang membuat pemenuhan indikatornya tidak maksimal adalah karena target observasinya tidak hanya restoran, melainkan ada juga lapak kaki lima, warung, dan juga rumah makan. Maka dari itu sub indikator yang dominan tidak dipenuhi adalah pada bagian fasilitas ibadah. Dimana dalam observasi ini, peneliti memasukkan mushola BALKONDES sebagai fasilitas penunjang yang ada di restoran BALKONDES

sehingga secara tidak langsung menambah poin dari restoran BALKONDES ini sendiri.

Selain itu, logo “halal” juga tentu tidak dapat dipenuhi oleh sebagian besar dari poin observasi ini. Hal ini juga telah disampaikan oleh Bapak Halim selaku HUMAS yang mengatakan bahwa tidak ada sertifikasi halal khusus pada area wisata Tebing Breksi ini. Namun seluruh penjual kuliner wajib untuk tidak menjual hal-hal yang jelas diharamkan oleh syariat agama Islam.<sup>68</sup>

## **2. Desa Wisata Gamplong**

Adapun pengembangan-pengembangan yang dilakukan oleh pengelola wisata baik secara umum ataupun dari sisi indikator layanan (*services*) yang ada sejauh ini adalah sebagai berikut:

### **a. Pengembangan Wisata Secara Umum**

Hingga saat ini, Desa Wisata Gamplong telah berkembang seiring berjalannya waktu. Terutama dalam segi penambahan destinasinya. Menurut bapak Giono selaku Ketua Paguyuban TEGAR (Tekun Ekonomi Gigih Amanan Rajin), mengungkapkan bahwa dahulu Desa Wisata Gamplong ini hanya dikenal sebagai Desa Wisata Kerajinan, namun seiring berjalannya waktu Desa Wisata Gamplong berkembang dan menambah beberapa destinasi

---

<sup>68</sup> Wawancara dengan Bapak Halim pengelola bidang HUMAS di wisata Tebing Breksi, tanggal 07 Maret 2021.

baru, yakni Studio Alam Gamplong dan Pasar Belik Sontho.<sup>69</sup> Terkait pengembangannya, ketiga destinasi ini memiliki perbedaan masing-masing dalam pengelolaannya.

Pertama, pengelolaan Desa Wisata Kerajinan. Pengelolaan pada destinasi ini dibawah oleh Paguyuban TEGAR (Tekun Ekonomi Gigih Amanah Rajin). Menurut Bapak Giono, sifat pengelolaannya adalah gotong royong antar sesama pengrajin. Namun untuk pengelolaan jual beli hasil kerajinan, dilakukan mandiri oleh masing-masing individu pengrajin. Menurut Bapak Giono, sebelum adanya pandemi Covid-19, omzet para pengrajin dalam menjalankan bisnis kerajinan ini sekitar 5 hingga 10 juta, bahkan yang tertinggi bisa mencapai 50 juta per bulannya. Namun beberapa belakangan ini akibat adanya pandemi, omzet para pengrajin turun drastis. Bahkan Bapak Giono mengungkapkan bahwa bisnis kerajinan ini tidak berjalan sama sekali atau dalam kata lain tidak laku terjual sama sekali.<sup>70</sup>

Di masa pandemi seperti sekarang ini, para pengrajin lebih mengandalkan penjualan online sebagai pilihannya dengan penjualan melalui *marketplace-marketplace* seperti Shopee, Bukalapak, Tokopedia dan yang lainnya. Sebenarnya, pengelola telah memberi edukasi seputar penjualan internasional seperti ekspor, dan penjualan ke *marketplace* internasional namun perijinan serta sistem

---

<sup>69</sup> Wawancara dengan Bapak Giyono ketua TEGAR di Desa Wisata Gamplong, tanggal 24 Maret 2021.

<sup>70</sup> *Ibid.*

pembayaran yang rumit membuat para pengrajin yang mayoritas adalah warga desa merasa sulit untuk menjalankannya dikarenakan adanya keterbatasan-keterbatasan ilmu dan teknologi dalam mempelajari hal ini.<sup>71</sup>

Adapun program yang dilaksanakan dengan bergotong royong adalah paket wisata kerajinan dengan berkeliling menggunakan kereta. Dimana nantinya kereta tersebut akan membawa wisatawan menuju sentra-sentra kerajinan yang tersebar di wilayah desa. Selain itu, pengelola juga membuka *workshop* bagi instansi-instansi ataupun sekolah-sekolah sebagai ajang edukasi perihal kerajinan.<sup>72</sup> Untuk pembagian hasil dari wisata edukasi ini, pengelola membagi hasilnya kepada RT/RW, tentor, pemandu wisata, pengemudi kereta, serta kepada masyarakat yang sentra kerajinannya didatangi oleh wisatawan.

Kedua, pengelolaan wisata kuliner pasar Belik Sontho. Pasar ini baru didirikan di bulan Maret 2021 lalu. Sebagai pelengkap destinasi wisata di Desa Gamplong. Pasar ini hanya buka di hari Minggu dari pukul 06.00 WIB hingga pukul 11.00 WIB yang di dalamnya dapat dijumpai berbagai macam makanan serta minuman tradisional.<sup>73</sup> Adapun keunikan pasar ini terletak pada tata cara transaksinya. Sebagai pembeli, seseorang diwajibkan untuk

---

<sup>71</sup> *Ibid.*

<sup>72</sup> *Ibid.*

<sup>73</sup> Wawancara dengan Bapak Suhariyanto ketua POKDARWIS di Desa Wisata Gamplong, tanggal 24 Maret 2021.

menukarkan mata uang rupiahnya menjadi kepingan kayu sebagai alat tukar resmi di dalam area pasar. Jika kepingan kayu itu tidak habis, maka pembeli dapat menukarnya kembali menjadi mata uang rupiah.

Adapun pasar Belik Sontho ini dikelola oleh POKDARWIS (Kelompok Sadar Wisata) Desa Gamplong. Fungsi POKDARWIS Desa Gamplong sejauh ini adalah sebagai menghimpung proposal-proposal pengembangan yang akan dilakukan di Desa Gamplong dan tidak memiliki kas sendiri.<sup>74</sup> Untuk berpartisipasi menjadi pedagang di pasar Belik Sontho, syarat khususnya adalah harus dari warga desa Gamplong. Syarat ini bertujuan untuk memajukan perekonomian desa dengan membuka kesempatan berbisnis bagi warganya yang terdampak pandemi Covid-19. Biaya yang harus dibayar oleh para pedagang untuk menyewa satu lapak usaha di pasar tersebut sebesar Rp.200.000 yang dapat dilunasi langsung ataupun dicicil. Untuk retribusi rutin, pengelola menetapkan persentase sebesar 10% dari omzet bulanan para pedagang. Hasil pemungutan retribusi ini, selanjutnya akan dijadikan sumber pendanaan untuk melakukan pengembangan-pengembangan.<sup>75</sup> Pengembangan ini menurut Bapak Suhariyanto berupa spot-spot selfie serta penambahan area ibadah di sisi pasar.

---

<sup>74</sup> Wawancara dengan Bapak Suhariyanto ketua POKDARWIS di Desa Wisata Gamplong, tanggal 24 Maret 2021.

<sup>75</sup> *Ibid.*



Ketiga, pengelolaan wisata Studio Alam Gamplong. Destinasi ketiga ini adalah destinasi yang dimiliki oleh swasta yang pembangunannya bukan dari gagasan masyarakat Desa Gamplong. Awalnya, Studio Alam Gamplong ini tidak diperuntukkan sebagai destinasi wisata. Namun seiring berjalannya waktu, pemilik studio alam yang juga adalah seorang Sutradara kenamaan bernama Hanung Bramantyo memberi izin untuk menetapkannya sebagai wisata pada tahun 2019.<sup>76</sup> Adapun pihak yang mengelola Studio Alam Gamplong ini adalah yayasan Gamplong Wana Budaya Indonesia yang berisikan pemuda-pemuda Desa setempat yang diberi amanah untuk menjaga dan mengembangkan Studio Alam Gamplong ini menjadi sebuah wisata oleh pemiliknya. Pemiliknya, yakni Bapak Hanung Bramantyo hanya menggunakan Studio Alam ini sebagai latar tempat saat prosesi pembuatan filmnya saja.<sup>77</sup>

Adanya destinasi wisata tambahan seperti Studio Alam menurut Bapak Hafiz sangat potensial untuk menghidupkan perekonomian desa. Salah satunya adalah perihal lapangan pekerjaan. Berikut adalah petikan wawancara dengan Bapak Hafiz:<sup>78</sup>

“Banyak menyerap lapangan kerja juga. Pemuda-pemuda yang baru lulus SMA jadi tidak harus merantau, bisa mengabdikan disini. Karena disini rata-rata adalah lulusan SMA/SMK itu biasanya langsung merantau ke Jakarta, Karawang, dll. Mayoritas memilih untuk merantau. 70% SDM pengelola studio alam adalah warga asli

---

<sup>76</sup> Wawancara dengan Bapak Hafiz pengelola di Studio Alam Gamplong, tanggal 23 Maret 2021.

<sup>77</sup> *Ibid.*

<sup>78</sup> *Ibid.*

Gamplong. Ada persyaratan SDM pekerja bahwa harus orang asli Gamplong. Bukan syarat, namun lebih ke prioritas.”

Sehingga dengan adanya Studio Alam ini, diharapkan dapat menjadi lapangan pekerjaan baru untuk pemuda-pemuda Desa Gamplong. Selain dalam sisi Sumber Daya Manusia, cara pengelola dalam memperdayakan masyarakat sekitar adalah dengan membuka peluang membuka lapak makanan di area wisata Studio Alam Gamplong. Tersedia 9 lapak makanan yang saat ini telah terisi. Adapun konsep retribusi bagi pedagang yang membuka lapak adalah seikhlasnya, jika diberikan insentif oleh pedagang maka diterima. Namun jika tidak, pengelola pun juga menerimanya.<sup>79</sup> Hal yang sama juga diaplikasikan dalam retribusi tiket masuknya. Dimana pengelola tidak menetapkan tarif tertentu bagi para wisatawan atau dalam kata lain tarif seikhlasnya. Menurut Bapak Hafiz hal ini dilakukan karena target destinasi wisata diperuntukkan untuk seluruh kalangan, tidak membatasi suatu kalangan untuk datang ke wisata ini.<sup>80</sup>

Adapun upaya pengembangan kedepan untuk mengembangkan wisata di Desa Gamplong yang pertama adalah mengadakan Sleman Exotic Festival yang di dalamnya berisi festival budaya, kuliner, tenun, dan lainnya dengan mengundang beberapa *talent* dari luar daerah, seperti dari Jepara, Lombok, dan daerah lain

---

<sup>79</sup> Wawancara dengan Bapak Hafiz pengelola di Studio Alam Gamplong, tanggal 23 Maret 2021.

<sup>80</sup> *Ibid.*

di Indonesia. Kedua, pengelola akan membangun *showroom* serta museum tenun di Desa Gamplong. Tenun dianggap telah menjadi cagar budaya di Desa ini. Lalu yang terakhir adalah pengelola akan membangun area *glamour camping* yang telah disusun konsepnya. Namun semua rencana pengembangan ini harus diundur akibat pandemi yang masih melanda Indonesia, khususnya Kabupaten Sleman.<sup>81</sup>

Dari pengelolaan destinasi wisata di Desa Gamplong ini menurut Bapak Giono juga memiliki beberapa kendala. Kendala pertama yakni tidak adanya BUMDES (Badan Usaha Milik Desa) yang mengatur atau mengelola seluruh destinasi, yang terjadi adalah seluruh destinasi bergerak sendiri dengan paguyubannya masing-masing. Kendala lain datang dari masyarakat Desa Gamplong ini sendiri. Masyarakat belum 100% memahami pariwisata, hanya sekitar 70% saja yang telah memahaminya.<sup>82</sup>

## **b. Pengembangan Wisata Dalam Indikator Layanan (*Services*)**

### **1) Masjid**

Di dalam area konsentrasi wisata di Desa Gamplong, tepatnya diantara Dusun Gamplong 1 dan 2 hanya terdapat 1 musholla yang letaknya berada di dalam area Studio Alam Gamplong. Adapun sebenarnya terdapat beberapa Masjid yang tersedia, namun letaknya berada di Dusun lainnya ditambah

---

<sup>81</sup> Wawancara dengan Bapak Giyono ketua TEGAR di Desa Wisata Gamplong, tanggal 24 Maret 2021.

<sup>82</sup> *Ibid.*

Masjid-masjid ini masih ditutup dari aktivitas warga dari luar dusun termasuk wisatawan dikarenakan di beberapa dusun masih menerapkan *lockdown* (pembatasan aktivitas) di masing-masing masjidnya. Ibu Diah sebagai salah satu pedagang di area Wisata Studio Alam Gampong juga memiliki ketidakpuasan terkait jumlah masjid atau mushola di area wisata ini. Bahkan Ibu Ani berikhtiar membuat suatu ruang kecil di lapaknya dan dijadikan mushola tambahan bagi wisatawan yang hendak melaksanakan ibadah.<sup>83</sup>

Adapun indikator masjid ini dilihat dari hasil observasi yang telah dilakukan pada tanggal 05 April 2021 dengan keterangan tanda (√) yang memiliki arti (tersedia, bersih) serta tanda (-) yang memiliki arti (tidak tersedia, tidak bersih). Berikut adalah pemaparannya dalam bentuk tabel:

Tabel 20 Hasil Observasi Pada Indikator Masjid Di Desa Wisata Gampong

No	Sub Indikator	Spesifikasi	Hasil Observasi
			Mushola Studio Alam
1	Kelengkapan Fasilitas	Pencahayaan	-
		Sirkulasi Udara	-
		Penunjuk Arah Kiblat	√
		Kelengkapan Alat Sholat	-

<sup>83</sup> Wawancara dengan Ibu Diah pedagang di area Studio Alam Gampong, 23 Maret 2021.

No	Sub Indikator	Spesifikasi	Hasil Observasi
			Mushola Studio Alam
		Pembatas Antara Shoff Laki-laki dan Perempuan	-
		Sarana Kemudahan dari Tempat Wudhu ke Ruang Sholat	√
2	Kebersihan	Kondisi Tempat Wudhu	√
		Kondisi Tempat Sholat	√
3	Kelengkapan Tempat Wudhu	Pemisahan Tempat Wudhu Antara Laki-laki dan Perempuan	-
		Ketersediaan Air Bersih	√
		Ketersediaan Saluran Pembuangan Dari Bekas Wudhu yang Baik	√

Sumber: Hasil Observasi Tanggal 05 April 2021

Hasil observasi menghasilkan data bahwa dari 11 poin yang ada di dalam indikator ini, mushola yang berada di area wisata Studio Alam telah memenuhi 6 poin. Adapun kekurangannya yang jelas adalah kuantitas dan kualitasnya seperti luas dan lebar dari mushola tersebut. Karena menurut peneliti dengan luas yang hanya tidak lebih 4x3 Meter tidak cukup menampung ramainya wisatawan yang datang ke studio

alam Gamplong. Kurangnya kelengkapan fasilitas seperti pencahayaan yang cukup gelap dan tertutup, tidak adanya jendela sebagai sirkulasi udara, tidak tersedianya pembatas antara shoff laki-laki dan perempuan ini perlu diperhatikan oleh pengelola. Agar tidak menimbulkan kesan apa adanya pada aspek yang penting seperti tempat ibadah. Khusus penyediaan alat sholat, hal ini masih dapat dimaklumi karena masih dalam masa pandemi Covid-19. Selain itu, tidak dipisahkannya tempat wudhu antara laki-laki dan perempuan lagi lagi menjadi kekurangan tersendiri.

## 2) Hotel

Hingga saat ini, di Desa Wisata Gamplong tidak terdapat hotel. Adapun yang tersedia adalah *homestay* yang konsepnya masyarakat membuka *homestay* saat ada tamu yang akan menjalani wisata kerajinan lebih dari satu hari. Jadi tidak setiap hari dibuka. Serta *homestay* ini konsepnya tidak dibangun dengan bangunan tersendiri, melainkan menyatu dengan rumah para warganya dengan menjadikan salah satu kamar dirumahnya untuk dijadikan kamar tamu.<sup>84</sup> Menurut Bapak Giyono, terdapat sekiranya 35 *homestay* yang tersebar di Desa Gamplong dengan konsep yang sama dengan penjelasan sebelumnya. Adapun data

---

<sup>84</sup> Wawancara dengan Bapak Suhariyanto ketua POKDARWIS di Desa Wisata Gamplong, tanggal 24 Maret 2021

keberadaan *homestay* di Desa Gamplong dipaparkan pada daftar lampiran.

### 3) Restoran Halal

Sejauh ini, di area Desa Wisata Gamplong tidak ditemukan adanya restoran ataupun restoran halal. Menurut Bapak Suhariyanto sebagai ketua POKDARWIS (Kelompok Sadar Wisata) Desa Gamplong, tidak diperlukan adanya restoran maupun restoran halal karena di Desa Gamplong sudah terdapat paguyuban kuliner yang sedianya selalu mengisi event-event kuliner jika diperlukan. Sehingga tidak perlu dibangun sebuah restoran. Selain itu, anggaran pembuatan sebuah restoran juga tidak ada.<sup>85</sup>

Adapun indikator restoran halal ini dilihat dari hasil observasi yang telah dilakukan pada tanggal 05 April 2021 dengan menysasar pada lapak-lapak yang berjumlah 14 lapak yang ada di area wisata sebagai pengganti restoran halal dengan keterangan tanda (√) yang memiliki arti (tersedia, bersih) serta tanda (-) yang memiliki arti ( tidak tersedia, tidak bersih). Berikut adalah pemaparannya dalam bentuk tabel:

Tabel 21 Hasil Observasi Pada Indikator Restoran Halal  
Di Desa Wisata Gamplong

No	Sub Indikator	Spesifikasi	Hasil Observasi
----	---------------	-------------	-----------------

<sup>85</sup> *Ibid.*

			Lapak Dalam	Lapak Luar
1	Ruang Makan dan Minum	Ornament patung, lukisan, atau hiasan tidak mengarah ke pornografi dan kemusyrikan:	-	-
		Adanya tanda dilarang merokok, kecuali di tempat khusus merokok	-	√
2	Penyediaan makanan dan minuman	Makanan dan minuman kemasan yang disediakan bersertifikat halal	√	√
		Daftar menu tidak menggunakan nama yang mengarah pada sesuatu yg negatif atau diharamkan dan disertai harga	√	√
3	Fasilitas Penunjang	Ruang ibadah yang bersih dan terawat	-	-
		Adanya penunjuk kiblat	-	-
		Jadwal waktu sholat	-	-
		Ketersediaan Sajadah dan Mukena	-	-
		Ketersediaan Al-Qur'an	-	-
		Adanya Pembatas shof antara laki-laki dan perempuan	-	-
		Pencahayaan yang cukup terang di ruang sholat	-	-
		Sirkulasi udara yang baik (Kipas angin atau AC)	-	-



No	Sub Indikator	Spesifikasi	Hasil Observasi	
			Lapak Dalam	Lapak Luar
		Tempat wudhu yg bersih dan terawat dan adanya pemisah antara laki-laki dan perempuan	-	-
		Instalasi air bersih untuk berwudhu	-	-
		Adanya saluran pembuangan bekas air wudu yang berfungsi baik	-	-
		Toilet yang terpisah dengan tempat wudhu	-	-
		Jika Ada Urinoir di Toilet Pria, Maka Harus Dilengkapi Dengan Penyekat dan Bidet	-	-
		Adanya Tanda Larangan Tertulis Membawa atau Mengonsumsi Minuman Beralkohol di Area Restoran	-	-
		Jika Ada Hiburan, Tidak Mengarah Kepada Pornografi dan Pornoaksi	-	-
4	Kelengkapan Bangunan	Papan Nama Dengan Nama Restoran Atau Identitas yang Tidak Mengarah pada Sesuatu yang Negatif dan Diharamkan	√	√

No	Sub Indikator	Spesifikasi	Hasil Observasi	
			Lapak Dalam	Lapak Luar
		Tersedia Logo "Halal" yang Resmi di Tempat yang Mudah Dilihat Publik	-	-

Sumber: Hasil Observasi Tanggal 05 April 2021

Hasil observasi menghasilkan data bahwa dari 21 poin yang ada di dalam indikator ini, Lapak bagian dalam memenuhi 3 poin, serta Lapak bagian luar memenuhi 4 poin. Kecilnya pemenuhan poin dalam indikator ini dikarenakan di Desa Wisata Gamplong tidak memiliki restoran. Hanya ada warung-warung di sekitar area desa, khususnya yang terkonsentrasi di area Studio Alam Gamplong. Sehingga pemenuhan poin indikator menjadi tidak maksimal. Terlebih pada sub indikator fasilitas penunjang yang tidak dapat dipenuhi oleh warung-warung tersebut. Namun sama seperti yang ada di wisata Tebing Breksi, seluruh warung disini tidak ada yang menjual sesuatu yang diharamkan oleh syariat agama Islam.

### 3. Bandara dan Atraksi dalam Indikator Layanan (*Services*)

Dua indikator ini sifatnya umum, karena dua indikator ini adalah fasilitas publik yang ada di Daerah Istimewa Yogyakarta. Khusus pada indikator atraksi, peneliti memilih pusat perbelanjaan dan atraksi-atraksi wisata yang ada disekitar destinasi wisata sebagai tujuan observasi. Ini sesuai dengan kriteria penilaian wisata ramah Muslim dari KNEKS (Komite

Nasional Ekonomi dan Keuangan Syari'ah).<sup>86</sup> Untuk lebih lengkapnya, berikut adalah penjabaran dari tiap indikator yang ada.

### 1) Bandara

Pada tahun 2019, Daerah Istimewa Yogyakarta secara resmi memiliki bandara baru bernama *Yogyakarta International Airport* (YIA) yang mulai beroperasi pada tanggal 06 Mei 2019, menggantikan bandara lama yang bernama Bandara Adi Soetjipto karena tidak dapat menampung jumlah penumpang pesawat yang kian hari kian meningkat.<sup>87</sup> Bandara YIA beralamat di Jalan Wates - Purworejo Km. 42, Glagah, Kecamatan Temon, Kabupaten Kulon Progo, Daerah Istimewa Yogyakarta.<sup>88</sup>

Dengan adanya perpindahan bandara ini, menurut Ibu Nyoman Rai Safitri sebagai Kepala Bidang Pengembangan Sumber Daya Manusia dan Usaha Pariwisata Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman bahwa ini sangat berpengaruh dalam pemetaan pariwisata khususnya di Sleman. Pada awalnya konsentrasi pariwisata di Sleman adalah di daerah timur dengan adanya Candi Prambanan, di daerah utara dengan adanya wisata merapi, daerah tengah kota dengan adanya wisata pendidikan dan kulinernya. Menyisakan wilayah barat yang

---

<sup>86</sup> Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syari'ah, *Laporan Perkembangan Pariwisata Ramah Muslim Daerah 2019-2020*, hlm. 48.

<sup>87</sup> Happy Susanto, "Analisis Dampak Sosial Ekonomi Dalam Pembangunan Bandara Yogyakarta International Airport (YIA) Di Kabupaten Kulonprogo," *Majalah Ilmiah Bijak* vol.17, no. 1 (2020), hlm. 4.

<sup>88</sup> Google Maps, "Alamat Bandara YIA," dikutip dari, <https://www.google.com/maps/place/Bandar+Udara+Internasional+Yogyakarta/>, diakses pada Hari Senin, 28 Juni 2021, Pukul 11.45 WIB.

tidak memiliki konsentrasi wisata. Diharapkan dengan adanya bandara YIA yang notabeneanya terletak di wilayah barat Kabupaten Sleman ini dapat menjadi gebrakan awal untuk menjadikan wilayah barat sebagai basis baru pariwisata di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta, khususnya di Kabupaten Sleman.<sup>89</sup>

Dalam proses observasi, peneliti hanya melihat sub indikator berupa fasilitas penunjang ibadah, yakni masjid atau mushola yang telah dilakukan pada tanggal 16 Februari 2021 dengan keterangan tanda (√) yang memiliki arti (tersedia, bersih) serta tanda (-) yang memiliki arti (tidak tersedia, tidak bersih). Berikut adalah pemaparannya dalam bentuk tabel:

Tabel 22 Hasil Observasi Pada Indikator Bandara

Sub Indikator	Spesifikasi	Masjid Al-Akbar	Mushola
Fasilitas Ibadah	Jumlah Ketersediaan Masjid/Mushola lebih dari satu	-	√
	Kondisi Ruang Ibadah yang Baik dan Terawat	√	√
	Adanya Pemisah Antara Shof Laki-laki dan Perempuan	-	√
	Ketersediaan Perlengkapan Sholat yang Terawat	√	-
	Sirkulasi Udara yang Baik Berupa Kipas atau Pendingin Ruangan	√	√

<sup>89</sup> Wawancara dengan Ibu Nyoman Rai Safitri sebagai Kepala Bidang Pengembangan Sumber Daya Manusia dan Usaha Pariwisata Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman, tanggal 22 Februari 2021.

Sub Indikator	Spesifikasi	Masjid Al-Akbar	Mushola
	Pencahayaan yang Cukup Terang	√	√
	Adanya Pemisah Antara Wudhu Laki-laki dan Perempuan	√	√
	Kondisi Tempat Wudhu yang Bersih dan Terawat	√	√
	Ketersediaan Instalasi Air Bersih Untuk Wudhu	√	√
	Ketersediaan Saluran Pembuangan Air dari Bekas Wudhu yang Baik	√	√
	Ketersediaan Masjid/ruangan yang Dapat Digunakan Untuk Sholat Jumat	√	-

Sumber: Hasil Observasi Tanggal 16 Februari 2021

Hasil observasi menghasilkan data bahwa dari 11 poin yang ada di dalam indikator ini, Masjid Al-Akbar memenuhi 9 poin, serta Mushola di area Bandara memenuhi 9 poin. Hasil observasi ini membuktikan bahwa bandara YIA telah menyediakan fasilitas ibadah dengan baik, hanya ada sedikit kekurangan yang tentu pihak bandara YIA bisa menutupinya, seperti pemberian pembatas shoff antara jamaah laki-laki dan perempuan di masjid Al-Akbar.

## 2) Atraksi

Atraksi dalam penelitian ini bentuknya adalah pusat perbelanjaan dan atraksi budaya sebagai *local attraction* yang mewakili sub indikator atraksi pada indikator *Indonesia Muslim Travel Index* (IMTI). Terdapat 4 pusat perbelanjaan besar yang ada di Sleman, yakni

*Jogja City Mall (JCM), Sleman City Hall (SCH), Hartono Mall, dan Plaza Ambarrukmo (Amplaz).* Berikut adalah alamat dari masing-masing pusat perbelanjaan tersebut yang dipaparkan dalam bentuk tabel:

Tabel 23 Daftar Alamat Mall di Kabupaten Sleman

No	Nama	Alamat
1	Jogja City Mall	Jalan Magelang 18, No.6, Kutu Patran, Sinduadi, Kecamatan Mlati, Sleman, DIY.
2	Sleman City Hall	Jalan Magelang KM 9, Jalan Gito Gati, No.18, Penggung, Sleman, DIY.
3	Hartono Mall	Jalan Ringroad Utara, Kaliwaru, Condongcatur, Depok, Sleman, DIY.
4	Plaza Ambarrukmo	Jalan Laksda Adi Sucipto, No.3, Caturtunggal, Depok, Sleman, DIY.

Sumber: Googlemaps, 2021

Selain pusat perbelanjaan atau mall, atraksi juga dapat dilihat pada acara-acara atau kegiatan tahunan yang rutin diadakan di masing-masing destinasi wisata tempat lokasi penelitian tersebut. Khusus pada atraksi ini, cara peneliti mendapatkan data adalah dengan mencari data sekunder di internet. Hal ini disebabkan oleh adanya pelarangan dari pemerintah Indonesia untuk melakukan mobilisasi. Pelarangannya ini disebut PPKM (Pemberlakuan Pembatasan Kegiatan Masyarakat) Darurat yang diselenggarakan dari tanggal 3-20 Juli 2021 ini membuat gerak peneliti terbatas sehingga pada akhirnya data hanya bisa

diperoleh dari internet atau melalui sumber data sekunder. Berikut adalah pemaparan atraksi budaya di Sleman, di sekitaran wisata Tebing Breksi, dan di sekitaran Desa Wisata Gamplong.

a) Kabupaten Sleman

Di masa pandemi seperti sekarang ini, Dinas Kebudayaan Kabupaten Sleman memiliki gagasan baru untuk tetap dapat melaksanakan atraksi budaya. Salah satunya adalah dengan menggunakan media online yang menjadikan media sosial sebagai sarana utamanya. Gagasan ini telah terlaksana pada tahun 2020 lalu, tepatnya di tanggal 30 Mei 2020 Dinas Kebudayaan Kabupaten Sleman menggelar atraksi budaya via online pertama dengan tajuk “Misteri Upacara Adat Bekakak” yang mengandalkan channel Youtube sebagai sarana utamanya.<sup>90</sup> Adapun nama channel youtube tersebut adalah @Dinas Kebudayaan Kabupaten Sleman.

Melalui kanal web dari Dinas Kebudayaan Kabupaten Sleman, diharapkan sajian budaya via online ini dapat mendukung kelestarian budaya lokal dengan tetap berupaya menekan penyebaran virus Covid-19 dengan tetap di rumah. Kepala DISBUD Sleman, Bapak Aji Wulantara menjelaskan bahwa selama masa pandemi ini, untuk kegiatan atraksi kebudayaan pelaksanaannya tetap mengacu pada protokol

---

<sup>90</sup> DISBUD Sleman, “DISBUD Sleman Sajikan Atraksi Budaya Secara Daring”, dikutip dari <https://kebudayaan.slemankab.go.id/post/disbud-sleman-sajikan-atraksi-budaya-secara-daring>, diakses pada hari Kamis, tanggal 15 Juli 2021, pukul. 11.32 WIB.

kesehatan. Festival atau atraksi budaya ini dibiayai dengan Dana Keistimewaan (Danais) DIY dan disiarkan secara *live streaming* melalui channel Youtube DISBUD. Beliau menambahkan bahwa penyelenggaraan festival secara virtual ini diharapkan akan menciptakan iklim kreatif bagi para pelaku seni dan budaya. Atraksi seni dan budaya selama pandemi ini diharapkan menjadi tontonan menari bagi seluruh kalangan, khususnya anak-anak sehingga anak-anak tidak hanya bermain ponsel.<sup>91</sup> Hingga saat ini, channel Youtube milik DISBUD Sleman telah rutin menayangkan pagelaran-pagelaran serta pentas budaya per bulannya. Mulai dari pementesa karawitan, festival langen carita, festival dalang anak, hingga berbagai teater yang rutin ditayangkan.<sup>92</sup>

Mengacu pada PERDA DIY No. 1Thn. 2012 tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata (RIPPARDA) DIY, yang mengarahkan pengembangan kepariwisataan di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta berbasis budaya, membuat Kabupaten Sleman yang berada di dalam teritorial Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta juga memiliki banyak budaya dan

---

<sup>91</sup> Abdul Hamied Razak, "DISBUD Sleman Manfaatkan Live Streaming Untuk Atraksi Budaya", dikutip dari <https://jogjapolitan.harianjogja.com/read/2020/08/04/512/1046188/disbud-sleman-manfaatkan-live-streaming-untuk-atraksi-budaya>, diakses pada hari Kamis, tanggal 15 Juli 2021, Pukul 11.35 WIB.

<sup>92</sup> "Youtube Channel Dinas Kebudayaan Kabupaten Sleman", dikutip dari <https://www.youtube.com/channel/UC1KSPozHUUuKpOKXhxQnJFA/videos>, diakses pada hari Kamis, tanggal 15 Juli 2021, Pukul 13.00 WIB.



tradisi.<sup>93</sup> Diluar pandemi, tentu banyak atraksi budaya yang disuguhkan untuk para wisatawan. Seluruh atraksi-atraksi yang ada ini biasanya disuguhkan secara langsung disuatu tempat. Selain atraksi yang telah disebutkan di atas, masih banyak atraksi yang ada di Kabupaten Sleman. Beberapa diantaranya adalah Ketoprak, Festival Bregada, dan Festival Pelangi Budaya Bumi Merapi.

Ketoprak di Kabupaten Sleman sendiri biasa dilaksanakan di Auditorium RRI Jalan Affandi, Sleman, DIY yang diadakan rutin tiap hari rabu. Ketoprak sendiri adalah sejenis seni pentas drama tradisional. Kabupaten Sleman melalui Dinas Kebudayaan, gencar dalam melaksanakan budaya ini. Dalam rangka melestarikan dan mengembangkan potensi kebudayaan serta mensosialisasikan tata nilai budaya, ditengah keterbatasan yang diakibatkan pandemi Covid-19, DISBUD Sleman telah melaksanakan festival ketoprak selama sembilan hari pada tanggal 05-13 September 2020 yang diikuti 17 kontingen dari berbagai kelompok budaya.<sup>94</sup> Tentunya hal ini menjadi daya tarik tersendiri sebagai upaya peningkatan pariwisata di Sleman melalui budaya.

---

<sup>93</sup> DIY, *Statistik Kepariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta Tahun 2019*, hlm. XV.

<sup>94</sup> DISBUD Sleman, "Digelar Selama Sembilan Hari Festival Kethoprak Kabupaten Sleman Tahun 2020," dikutip dari, <http://slemankab.go.id>, diakses pada hari Minggu, 25 Juli 2021, pukul 20.15 WIB.

Berikutnya adalah Festival Bregada. Bregada sendiri adalah pasukan prajurit Keraton Yogyakarta. Dulunya bregada ini ikut bertempur di lapangan, namun lambat laun bregada hanya memiliki tugas tak lebih dari sekedar pengawal Sultan dan penjaga Keraton.<sup>95</sup> Festival Bregada sendiri kerap dilaksanakan di Yogyakarta tiap tahunnya, dan salah satunya di Kabupaten Sleman. Tahun 2020 lalu, festival ini telah dilaksanakan pada bulan November 2020 ditengah pandemi. Dengan metode *tapping* yang tidak melakukan pawai di hadapan umum, hanya melakukan rekaman video yang nanti akan disetor kepada juri untuk dinilai. Adapun festival Bregada ini memasuki tahun ke-7 pelaksanaannya.<sup>96</sup>

Lalu selanjutnya adalah Festival Pelangi Budaya Bumi Merapi. Festival ini dilaksanakan rutin setiap tahunnya dan menjadi tahun ke-7 sejak terakhir diselenggarakan tahun 2019. Menurut Sudaningsih, kegiatan Pelangi Budaya Merapi ini adalah ajang kreativitas dalam menampilkan keberagaman seni, budaya, serta pariwisata yang ada di Kabupaten Sleman.<sup>97</sup> Sebenarnya masih banyak festival atau atraksi lokal yang ada di Kabupaten

---

<sup>95</sup> Nindias Khalika, "Mengenal Bregada, Pasukan Prajurit Kraton Yogyakarta", dikutip dari, <https://jogja.idntimes.com/life/education/amp/nindias-khalika/mengenal-bregada-pasukan-prajurit-kraton-yogyakarta>, diakses pada hari Minggu, 25 Juli 2021, pukul. 20.25 WIB.

<sup>96</sup> Wiradesa.co, "20 Kelompok Ikuti Festival Bregada Rakyat 2020 - Mandirikan Desa Sejahteraan Rakyat", dikutip dari, <https://wiradesa.co//20-kelompok-ikuti-festival-bregada-rakyat-2020-mandirikan-desa-sejahteraan-rakyat>, diakses pada hari Minggu, 25 Juli 2021, pukul 20.30 WIB.

<sup>97</sup> Pemkab Sleman, "Festival Pelangi Budaya Bumi Merapi Tahun 2019", dikutip dari, <https://slemankab.go.id/Festival-Pelangi-Budaya-Bumi-Merapi-tahun-2019>, diakses pada hari Minggu, tanggal 25 Juli 2021, pukul. 20.40 WIB.

Sleman, peneliti memilih beberapa diantaranya yang datanya dapat dihimpun dari media masa. Banyaknya event-event serta festival budaya ini membuat Kabupaten Sleman memiliki daya tariknya tersendiri. Selain potensi wisata alami yang besar, Sleman juga memiliki potensi wisata buatan yang juga tak kalah besar dalam bentuk atraksi-atraksi lokal.

b) Sekitaran Wisata Tebing Breksi

Di area wisata Tebing Breksi sendiri, hanya ada satu atraksi wisata yang dapat wisatawan manfaatkan untuk menambah pengalaman unik disana. Pengelola menyediakan atraksi berupa paket wisata berkeliling dengan menggunakan Jeep. Salah satu penyedia jasa Jeep ini adalah Merapi Adventure, adapun rute perjalanannya adalah Tebing Breksi, Candi Barong, Candi Ijo, Batu Papal, Rumah Teletubbies, dan Bukit Teletubbies. Semua rute ini adalah wisata yang ada disekitaran Tebing Breksi. Ada berbagai macam paket yang ditawarkan oleh Merapi Adventure. Pertama, adalah paket Breksi Sunrise dengan lama waktu perjalanan sekitar 2,5 jam. Paket ini memiliki rute awal dari Tebing Breksi lalu menuju Watu Payung, Batu Papal, dan Candi Ijo. Harga yang dikenakan untuk paket ini adalah Rp.350.000 dengan kapasitas mobil adalah 4 orang penumpang, namun masing-masing penumpang masih dikenakan tiket masuk destinasi yang dilewati sebesar Rp.7.500.

Kedua adalah paket Sunset Obelix Hills dengan lama waktu perjalanan sekitar 1,5 jam. Rute yang dilewati adalah dari Tebing Breksi, lalu ke Candi Ijo, Obelix Hills, dan kembali ke Tebing Breksi. Biaya perjalanan adalah Rp.350.000 dengan kapasitas mobil adalah 4 orang penumpang. Sama seperti paket sebelumnya, masing-masing penumpang masih dikenakan tiket masuk destinasi yang dilewati sebesar Rp. 27.000. ketiga adalah paket Short Trip Bawah dengan lama perjalanan sekitar 1 jam. Perjalanan diawali dari Tebing Breksi, lalu ke Candi Banyunibo, Watu Payunh, Candi Ijo, dan kembali ke Tebing Breksi. Biaya perjalanan adalah Rp.300.000 dengan kapasitas mobil adalah 4 orang penumpang. Adapun biaya tambahannya adalah Rp.15.000 per orang. Keempat adalah paket Short Trip Atas dengan estimasi perjalanan selama 1 jam. Biaya perjalanan dalam paket ini adalah Rp.310.000 dengan kapasitas mobil adalah orang penumpang. Adapun tiket tambahannya per masing-masing penumpang adalah Rp.27.000. Kelima adalah paket Medium Trip dengan estimasi waktu perjalanan selama 1,5 jam. Perjalanan diawali dari Tebing Breksi, lalu ke Spot Riyadi, Candi Barong, Embung Pandan Rejo, Candi Banyunibo, Candi Ijo, dan kembali ke Tebing Breksi dengan biaya sebesar Rp.400.000 per 4 orang penumpang. Adapun tiket tambahannya per masing-masing penumpang adalah Rp.22.500. Lalu terakhir

adalah paket Long Trip dengan estimasi waktu perjalanan adalah 2 jam. Rute perjalanan diawali dari Tebing Breksi, lalu menuju Candi Ijo, Watu Payung, Bukit Teletubbies, Rumah Dome, Pring Tinjon, Tebing Banyunibo, Candi Banyunibo, dan di akhiri di Tebing Breksi dengan biaya perjalanan sebesar Rp.550.000 per jeep dengan kapasitas 4 orang penumpang. Adapun biaya tambahannya adalah Rp.25.000 per orang.<sup>98</sup>

Selain atraksi wisata, khususnya Desa Sambirejo ini tidak ditemukan kembali suatu atraksi wisata ataupun budaya. Namun, terdapat sejumlah atraksi yang menarik banyak wisatawan yang jaraknya tidak jauh dari wisata Tebing Breksi, khususnya yang berpusat di sekitaran kawasan Prambanan, yang pertama yaitu Prambanan Jazz Festival. Prambanan Jazz Festival adalah perayaan musik yang berskala internasional yang digelar pertama kali pada tahun 2015. Sejak pertama kali diselenggarakan, ada salah konsep besar yang tidak pernah pupus dalam festival ini, yaitu sebuah proses kolaborasi mahakarya Candi Prambanan sebagai *world heritage* dan mahakarya musik yang dimiliki oleh para musisi legendaris dunia yang disuguhkan dalam satu waktu yang sama.<sup>99</sup>

---

<sup>98</sup> Merapi Adventure, "Harga Sewa Jeep Wisata-Tebing Breksi Prambanan", dikutip dari, <https://www.merapiadventure.com/tour35-harga-sewa-jeep-wisata-starting--tebing-breksi-prambanan.html>, diakses pada hari Minggu, tanggal 25 Juli 2021, pukul. 21.35 WIB.

<sup>99</sup> "Prambanan Jazz Festival Dan Segudang Apresiasi Dari Masyarakat", dikutip dari <https://2019.prambananjazz.com/documents/prambanan-jazz-festival-dan-segudang-apresiasi-dari-masyarakat.pdf>, diakses pada hari Kamis, tanggal 15 Juli 2021, pukul 13.35 WIB.

Memasuki tahun ke-enam penyelenggaraannya, yakni di tahun 2020, festival ini dilaksanakan untuk pertama kalinya tanpa dihadiri penonton. Hal ini diakibatkan oleh pandemi Covid-19. Hal ini membuat panitia acara memberikan sajian khusus acara ini melalui daring dengan cara mensubscribe channel iKonser Usee TV.<sup>100</sup> Untuk pagelaran tahun ini, rencananya panitia pelaksana hendak menggelarnya pada tanggal 2-4 Juli 2021. Namun pihak panitia melalui akun Instagramnya di @prambananjazz, mengumumkan untuk mengundur acara tersebut hingga dikeluarkannya kembali pengumuman resminya. Berkaca dari event serupa di tahun 2020, adapun harga tiket per harinya adalah Rp.50.000, dan Rp.100.000 untuk tiket dengan tambahan atau gratis pernak-pernik event berupa baju (*T-shirt*).<sup>101</sup>

Atraksi kedua yang peneliti dapat himpun adalah Sendratari Ramayana Prambanan. Sendratari Ramayana Prambanan adalah sebuah pertunjukan yang menggabungkan antara tari dan drama tanpa adanya dialog. Cerita yang diangkat adalah cerita Ramayana, dan dipertunjukkan di dekat Candi Prambanan. Acara ini diadakan rutin setiap tahunnya dengan

---

<sup>100</sup> Retno. Hemawati, "Terdampak Pandemi Kali Pertama Prambanan Jazz Digelar Daring", dikutip dari <https://mediaindonesia.com/hiburan/329300/terdampak-pandemi-kali-pertama-prambanan-jazz-digelar-daring>, diakses pada hari Kamis, tanggal 15 Juli 2021, pukul 14.15 WIB.

<sup>101</sup> Ita Kunnisa, "Prambanan Jazz 2020 Jadwal Line Up Dan Harga Tiket", dikutip dari <https://tirto.id/prambanan-jazz-2020-jadwal-line-up-dan-harga-tiket-f5Hp>, diakses pada hari Kamis, tanggal 15 Juli 2021, pukul 20.40 WIB.

harga tiketnya yang berbeda ditiap kelasnya yang dimulai dari harga Rp.150.000. untuk tiket kelas 2, Rp.200.000. untuk tiket kelas 1, dan Rp.300.000. untuk tiket kelas khusus.<sup>102</sup>

Untuk keterjangkauan selain atraksi yang ada di area Tebing Breksi, baik Prambanan Jazz Festival maupun Sendratari Ramayana ini diselenggarakan di komplek Candi Prambanan dan dapat sangat mudah dijangkau dari kota Yogyakarta dengan menggunakan kendaraan roda dua maupun roda empat dengan jarak 16,3 Km yang memakan waktu sekitar 30 menit dari pusat kota Yogyakarta. Sedangkan jarak dari kompleks wisata Tebing Breksi menuju ke Candi Prambanan adalah 7 Km yang memakan waktu sekitar 15 menit.<sup>103</sup> Sehingga tentunya para wisatawan baik yang datang dari kota Yogyakarta maupun yang datang dari wisata Tebing Breksi, dapat menikmati festival ini karena akses yang cukup mudah.

#### c) Sekitaran Desa Wisata Gamplong

Khusus di Gamplong sendiri dari hasil observasi dan wawancara peneliti dengan pihak Desa, peneliti tidak mendapati atraksi budaya, menurut bapak Giyono di Desa Wisata Gamplong hanya ada atraksi wisata dalam bentuk paket wisata

<sup>102</sup> Taman Wisata Candi, "Sendratari Ramayana," dikutip dari, <https://borobudurpark.com/event/763/>, diakses pada hari Rabu, tanggal 14 Juli, pukul 12.00 WIB.

<sup>103</sup> Google Maps, "Jarak TebingBreksi Ke Candi Prambanan", dikutip dari <https://www.google.com/search?q=jarak+tebing+breksi+ke+candi+prambanan&biw=842&bih=808&ei=qjfwYLnTNJHgZ7sP6rOr8Ak&oq=jarak+tebing+breksi+ke+candi+prambanan&gs>, diakses pada hari Kamis, tanggal 15 Juli 2021, pukul 20.55 WIB.

kerajinan dengan konsep para wisatawan ikut membuat kerajinan bersama para pengrajin. Pengelola mengenakan tarif Rp. 25.000 per orang untuk paket ini. Khusus untuk wisatawan anak-anak atau kelompok wisata dari Sekolah, konsep pakatnya adalah wisatawan menaiki kereta bernama Kereta Kelinci atau kereta mini yang nantinya akan mengantarkan para wisatawan untuk berkeliling Desa Gamplong untuk melihat sentra-sentra kerajinan yang dibersamai oleh pemandu wisata dari pengelola sekaligus nantinya juga akan ada *workshop* dipenghujung kegiatannya.<sup>104</sup> Satu lagi atraksi wisata di Desa Wisata Gamplong terletak di dalam Studio Alam. Atraksi wisata ini berupa kereta juga, namun disini kereta hanya memutari area Studio Alam saja, tidak sampai keluar area. Wisatawan hanya dikenakan tarif sebesar Rp. 10.000 untuk sekali jalan. Dengan menaiki kereta ini, wisatawan dapat menikmati suasana Studio Alam yang menarik dari atas kereta. Menurut Bapak Hafiz selaku salah pengelolanya mengungkapkan bahwa kedepannya, jalur kereta ini akan diperpanjang jaraknya guna menambah daya tarik wisata di Studio Alam Gamplong.<sup>105</sup>

Selain dua paket wisata tersebut, Desa Wisata Gamplong melalui pengelolanya diketahui telah memiliki

---

<sup>104</sup> Wawancara dengan Bapak Giyono ketua TEGAR di Desa Wisata Gamplong, tanggal 24 Maret 2021.

<sup>105</sup> Wawancara dengan Bapak Hafiz Pengelola Studio Alam Gamplong, tanggal 23 Maret 2021.



rencana untuk melaksanakan festival tenun, kuliner, dan budaya di tanggal 20 Oktober 2020 lalu. Namun festival ini ditunda pelaksanaannya hingga batas waktu yang belum ditentukan.<sup>106</sup> Maka dari itu, peneliti kembali mencari atraksi lain yang ada disekitar Gamplong. Adapun dua atraksi budaya di luar Gamplong ini ada di Kecamatan Moyudan sebagai Kecamatan yang membawahi Desa Gamplong. Dua atraksi budaya ini adalah atraksi seni di Joglo Gathak dan Moyudan Gumebyar.

Pertama, atraksi seni di Joglo Gathak ini adalah pertunjukan seni dari beberapa sanggar binaan Dinas Kebudayaan Kabupaten Sleman, DIY. Atraksi ini juga merupakan pelaksanaan program Dana Keistimewaan DIY yaitu program kegaitan pembinaan Lembaga Penggiat Seni yang berupa pembinaan kepada Sanggar Larassanti. Di antara atraksi tersebut adalah Tari Pudyastuti, Tari Bang Ceng, Tari Kuda Sembada, Tari Walang Kekek, serta Teater Keris Empu Djeno.

Dalam kegiatan ini juga akan dianugerahi penghargaan tingkat Kabupaten Sleman bagi seniman dan budayawan yang meliputi pelestari warisan budaya, pelestari adat, seniman, kreator, dan lainnya.<sup>107</sup> namun semenjak adanya pandemi, atraksi budaya ini

---

<sup>106</sup> Wawancara dengan Bapak Giyono ketua TEGAR di Desa Wisata Gamplong, tanggal 24 Maret 2021.

<sup>107</sup> Bisnis.com, "Sleman Gelar Atraksi Seni Di Joglo Gathak", dikutip dari <https://semarang.bisnis.com/read/20190729/535/1130057/sleman-gelar-atraksi-seni-di-joglo-gathak>, diakses pada hari Kamis, tanggal 15 Juli 2021, pukul 21.25 WIB.

tidak terdengar informasinya apakah tidak dilaksanakan atau tetap dilaksanakan via online.

Lalu kedua, adalah atraksi budaya Moyudan Gumebyar yang digelar tiap tahunnya di Desa Sumberarum, Kecamatan Moyudan, Kabupaten Sleman, DIY. Acara ini juga pelaksanaannya dari Danais (Dana Keistimewaan). Tujuan kegiatan ini menurut Bapak Aji Wulantara sebagai Kepala Disbud Kabupaten Sleman adalah untuk melestarikan dan mengembangkan potensi budaya yang telah ada, sekaligus sebagai sarana sosialisasi tata nilai budaya Jawa. Adapun pagelaran-pagelaran yang dipertunjukkan adalah Kethoprak Mataram dari Sanggar Cahaya Jingga, Parade band, dan pagelaran wayang kulit. Bapak Aji menambahkan bahwa gelaran ini memiliki posisi yang semakin penting untuk mengenalkan budaya yang ada kepada generasi muda.<sup>108</sup>

Untuk aksesibilitas, jarak dari kota Yogyakarta menuju ke Kecamatan Moyudan adalah 17 Km, atau memakan waktu 33 menit. Sedangkan jika wisatawan dari Desa Wisata Gamplong yang hendak menyaksikan atraksi ini menuju Kecamatan Moyudan adalah hanya 5,3 Km atau memakan waktu 10

---

<sup>108</sup> Wahyu Suryana, "Sleman Kembali Gelar Budaya Moyudan Gumebyar", dikutip dari <https://nasional.republika.co.id/berita/nasional/daerah/plu017368/sleman-kembali-gelar-budaya-moyudan-gumebyar>, diakses pada hari Kamis, tanggal 15 Juli 2021, pukul 21.40 WIB.

menit.<sup>109</sup> Sehingga keterjangkauannya juga cukup baik bagi para wisatawan.

Dari atraksi-atraksi yang telah dihimpun, terlihat bahwa Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta, khususnya Kabupaten Sleman telah gencar untuk mengadakan atraksi-atraksi baik atraksi budaya maupun wisata. Mulai dari pagelaran yang diadakan tatap muka, bahkan di kala pandemi seperti ini, Kabupaten Sleman masih berupaya untuk tetap menjalankan programnya untuk melaksanakan atraksi budaya secara daring dari kanal media sosial. Ditambah adanya upaya dari pengelola wisata untuk menghadirkan atraksi wisata dalam bentuk paket-paket wisata semakin memberi poin tambahan untuk komponen-komponen yang ada dalam pariwisata ini. Menurut Sufyan, festival ataupun event budaya ini dapat memberikan *multiplier effect* terhadap sub sektor pariwisata seperti restoran, hotel, hiburan, dan lainnya sehingga barang tentu dapat meningkatkan perekonomian warga sekitar.<sup>110</sup> Namun, pandemi Covid-19 yang masih melanda mengakibatkan hal ini masih sulit untuk direalisasikan.

Selain itu, *media value* dari kanal-kanal media sosial ataupun melalui media berita seperti yang dilakukan oleh Kabupaten Sleman juga dapat menarik wisatawan sehingga selain dapat meningkatkan

---

<sup>109</sup> Google Maps, "Jarak Dari Dusun Gamplong Ke Kecamatan Moyudan", dikutip dari <https://www.google.com/search?q=jarak+dari+dusun+gamplong+ke+kecamatan+moyudan&biw=842&bih=808&ei=BEwYISVNcO2rQGKyKboBw&oq=jarak+dari+dusun+gamplong+ke+kecamatan+moyudan>, diakses pada hari Kamis, tanggal 15 Juli 2021, pukul 21.45 WIB.

<sup>110</sup> Sufyan Suryana, "Analisis Dampak Ekonomi Dalam Banyuwangi Festival: Studi Kabupaten Banyuwangi," *UNEJ Jember*, 2019, hlm. 77.

jumlah wisatawan, juga meningkatkan Pendapatan Asli Daerah.<sup>111</sup> Perlu diketahui juga menurut Bupati Sleman, Kustini Sri Purnomo sektor pariwisata telah menyumbang Pendapatan Asli Daerah (PAD) sebesar 25% sehingga kedepannya sektor ini dapat diandalkan untuk dapat meraut pendapatan bagi Kabupaten Sleman. Namun tentu hal ini masih terkendala karena Kabupaten Sleman juga sedang berjuang untuk menghadapi pandemi Covid-19, sehingga salah satu caranya mengembangkan sektor ini dengan mengadakan *event-event* wisata dan kebudayaan dengan menggunakan media daring.<sup>112</sup>

#### **F. Pembahasan**

Dari seluruh data yang telah diuraikan sebelumnya, maka akan dijabarkan dalam bentuk tabel. Tabel ini berisikan aspek-aspek yang telah peneliti temukan dalam pelaksanaan penelitian yang sesuai dengan fokus pembahasan. Untuk lebih jelasnya, berikut adalah uraian tabel pembahasan:

---

<sup>111</sup> *Ibid.*

<sup>112</sup> Tobari, "Sumbang PAD Cukup Besar, Bupati Sleman Minta Sektor Pariwisata Bangkit Di Tahun 2021," dikutip dari, <https://infopublik.id/kategori/nusantara/519256/sumbang-pad-cukup-besar-bupati-sleman-minta-sektor-pariwisata-bangkit-di-tahun-2021>, diakses pada hari Selasa, tanggal 27 Juli 2021, pukul. 13.30 WIB.

Tabel 23 Pembahasan

No	Area Pengembangan	Aspek-Aspek Penelitian	Keterangan
1	Kabupaten Sleman	Kontradiksi	Masih adanya kontradiktif dalam menyikapi rencana implementasi pariwisata Ramah Muslim. Pertama adalah terkait konsep pariwisata ramah Muslim yang belum jelas. Konsep ini pula berkaitan dengan penggunaan diksi yang belum tepat, baik menggunakan diksi "halal", "ramah Muslim", ataupun "syari'ah". kedua adalah masalah sertifikasi yang dinilai masih menyulitkan para pengusaha. ketidakantusiasan Dinas Pariwisata Sleman terhadap pariwisata ramah Muslim, membuat orientasi pengembangan digeser menuju pengembangan Desa Wisata berbasis masyarakat
		Pengembangan Desa Wisata	Berbasis masyarakat dalam hal ini artinya walaupun terdapat pemodal atau investor pada destinasi tersebut, namun pengembangan dan pengelolaannya tetap di pegang oleh BUMDES (Badan Usaha Milik Desa) serta swadaya dari masyarakatnya sendiri. pengembangan pariwisata ini sifatnya adalah pendampingan bagi desa-desa agar mandiri untuk membentuk desanya menjadi desa wisata. Dari hasil pengembangan pariwisata berbasis masyarakat ini, hingga sekarang Kabupaten Sleman telah memiliki 53 desa wisata.
		Program Sertifikasi	Animo masyarakat di Kabupaten Sleman terhadap sertifikasi halal sudah cukup baik. Tercatat sudah ada sekitar 400-500 pemohon yang hendak disertifikasi kehalalan produknya. Adapun cara-cara LPPOM-MUI dalam mensosialisasikan sertifikasi halal ini adalah yang pertama dengan melaksanakan <i>Advancing Halal Auditing Technique</i> yakni kegiatan sosialisasi bagi para produsen produk halal. Kedua dengan melaksanakan Ngaji Bareng yang ditujukan kepada masyarakat luas. Lalu ketiga dengan melaksanakan Lomba Vlog maupun LKTI (Lomba Karya Tulis Ilmiah. selain itu LPPOM-MUI juga gencar dalam melakukan siaran melalui Televisi dan Radio. Adapun restoran atau katering yang telah tersertifikasi halal di Kabupaten Sleman berjumlah 13 usaha. Untuk Hotel, hingga saat ini di Sleman tidak ada sertifikasi halal yang terkhusus pada satu hotel, namun yang disertifikasi adalah restoran dan dapur yang ada di hotel tersebut.

No	Area Pengembangan	Aspek-Aspek Penelitian	Keterangan
		Bandara	Adanya perpindahan bandara utama di Provinsi Yogyakarta dari bandara Adi Soetjipto menuju ke YIA ini memberi pengaruh dalam pemetaan pariwisata, khususnya di Sleman. Dengan adanya YIA ini, diharapkan pemetaan pariwisata di bagian barat Kabupaten Sleman menjadi basis baru pariwisata di Sleman. Terkait dengan indikator layanan ( <i>services</i> ), dengan adanya mushola di tiap lantainya ditambah dengan adanya satu masjid, membuktikan bahwa bandara YIA telah menyediakan fasilitas ibadah dengan baik, hanya ada sedikit kekurangan yang tentu pihak bandara YIA bisa menutupinya, seperti pemberian pembatas shoff antara jamaah laki-laki dan perempuan di masjid Al-Akbar.
		Atraksi	Atraksi dalam penelitian ini bentuknya adalah pusat perbelanjaan dan atraksi lokal dalam bentuk atraksi wisata atau atraksi budaya. Di Kabupaten Sleman, terdapat 4 pusat perbelanjaan besar yang didalamnya menyediakan mushola yang layak. Keempat pusat perbelanjaan ini adalah Jogja City Mall, Sleman City Hall, Hartono Mall, dan Plaza Ambarrukmo. Untuk atraksi lokal, Kabupaten Sleman memiliki banyak atraksi. Karena berbagai keterbatasan, peneliti menghimpun beberapa diantara dengan membagi 3 area. Pertama di Kabupaten Sleman terdapat atraksi Ketoprak, Festival Bregada, Festival Budaya Bumi Merapi. Karena Kabupaten Sleman masih dilanda pandemi, DISBUD selaku penyelenggara yang bekerjasama dengan DINPAR pun melaksanakan festival budaya secara online melalui media sosial. Kegiatan ini rutin dilaksanakan di masa pandemi ini. hal ini dapat dilihat dalam Channel Youtube Dinas Kebudayaan Sleman.
2	Tebing Breksi	Masjid	Terdapat 3 tempat ibadah umat Islam disini dengan perincian 1 Masjid, dan 2 Mushola. Hasil observasi dari indikator ini menemukan beberapa kekurangan seperti tidak adanya pembatas shoff antara jamaah laki-laki dan perempuan untuk memperjelas adanya pemisah antar keduanya sehingga tidak saling berdekatan. Kedua, jika anggaran mencukupi, sebaiknya tempat wudhu antara laki-laki dan perempuan dipisahkan untuk menghindari tersingkapnya aurat masing-masing.

No	Area Pengembangan	Aspek-Aspek Penelitian	Keterangan
		Hotel	<p>Di Tebing Breksi hanya ada <i>homestay</i> yang jumlahnya 2, yaitu <i>homestay BALKONDES</i> dan <i>homestay Kasimin</i>. Hasil observasi mendapati bahwa keduanya masih memiliki kekurangan. Pertama peneliti tidak menemukan data yang memaparkan bahwa makanan dan minuman disini telah tersertifikasi halal, bahkan pengelola seperti Bapak Halim juga mengiyakan hal ini. Namun menu makanannya tidak menjual hal yang haram. Kedua, pada lobby dan front office yang dimana keduanya tidak memiliki lobby utama dan front office. Ketiga, kekurangan juga ditemukan pada kamar tidur tamu dengan beberapa item yang kurang seperti: peralatan sholat, ketersediaan jadwal waktu sholat, Al-Qur'an, tanda dilarang merokok, dan buku doa. Keempat, tempat ibadah. Sebenarnya keduanya tidak memiliki ruang ibadah tersendiri. Khusus untuk penyediaan area sholat jumat, para tamu dianjurkan untuk langsung menuju Masjid Raudhatushsholihin yang berjarak sekitar 200 meter dari kedua <i>guesthouse</i> ini. Lalu terakhir kekurangannya adalah pada fasilitas hiburannya.</p>
		Restoran Halal	<p>Sejauh ini, Tebing Breksi tidak memiliki restoran yang tersertifikasi halal. Disana hanya ada 1 restoran, 28 lapak kaki lima, 10 lapak kuliner bagian atas, dan 1 rumah makan sederhana. Pada aspek ini, poin yang ada di indikator layanan (<i>services</i>) tidak maksimal dikarenakan target observasinya memasukkan lapak kaki lima, sehingga poin-poin yang semestinya ada di suatu restoran, tentunya tidak ada di lapak kaki lima ini. Selain itu, logo "halal" juga tentu tidak dapat dipenuhi oleh sebagian besar dari poin observasi ini. Hal ini juga telah disampaikan oleh Bapak Halim selaku HUMAS yang mengatakan bahwa tidak ada sertifikasi halal khusus pada area wisata Tebing Breksi ini. Namun seluruh penjual kuliner wajib untuk tidak menjual hal-hal yang jelas diharamkan oleh syariat agama Islam</p>
		Atraksi	<p>Di sekitar area Tebing Breksi terdapat paket wisata Jeep dengan harga paket antara Rp.300.000 - Rp. 550.000 untuk menyewa 1 jeep yang berkapasitas 4 orang. Selain itu, ada pula festival Jazz Prambanan, dan Sendratari Ramayana. Namun kedua atraksi ini terdapat di sekitaran Candi Prambanan yang dimana letaknya tak jauh dari Tebing Breksi, sekitar 15 menit. Sehingga keterjangkauannya mudah bagi wisatawan Tebing Breksi.</p>

No	Area Pengembangan	Aspek-Aspek Penelitian	Keterangan
3	Gamplong	Masjid	<p>Masjid atau tempat ibadah umat Islam yang ada di Desa Wisata Gamplong dalam penelitian ini terkonsentrasi di area wisatanya yang terletak diantara Dusun Gampling 1 dan 2. disini, hanya terdapat 1 mushola yang letaknya berada di dalam Studio Alam Gamplong. sebenarnya terdapat beberapa Masjid yang tersedia, namun letaknya berada di Dusun lainnya ditambah Masjid-masjid ini masih ditutup dari aktivitas warga dari luar dusun termasuk wisatawan dikarenakan di beberapa dusun masih menerapkan <i>lockdown</i> untuk para warga yang berasal dari luar (wisatawan). Hasil observasi menunjukkan bahwa terdapat beberapa kekurangan terkait fasilitas di mushola ini. Kekurangannya yang jelas adalah kuantitas dan kualitasnya seperti luas dan lebar dari mushola tersebut. Karena menurut peneliti dengan luas yang hanya tidak lebih 4x3 Meter tidak cukup menampung ramainya wisatawan yang datang ke studio alam Gamplong. Kurangnya kelengkapan fasilitas seperti pencahayaan yang cukup gelap dan tertutup, tidak adanya jendela sebagai sirkulasi udara, tidak tersedianya pembatas antara shoff laki-laki dan perempuan ini perlu diperhatikan oleh pengelola.</p>
		Hotel	<p>Hanya tersedia <i>homestay</i> yang konsepnya masyarakat membuka <i>homestay</i> saat ada tamu yang akan menjalani wisata kerajinan lebih dari satu hari. Jadi tidak setiap hari dibuka. Serta <i>homestay</i> ini konsepnya tidak dibangun dengan bangunan tersendiri, melainkan menyatu dengan rumah para warganya dengan menjadikan salah satu kamar dirumahnya untuk dijadikan kamar tamu. Tersedia 35 <i>homestay</i> dengan konsep seperti ini di Desa Wisata Gamplong.</p>
		Restoran Halal	<p>Di Desa Wisata Gamplong juga tidak ada restoran ataupun restoran halal. Menurut Bapak Suhariyanto sebagai ketua POKDARWIS, tidak diperlukan adanya restoran maupun restoran halal karena di Desa Gamplong sudah terdapat paguyuban kuliner yang sedianya selalu mengisi event-event kuliner jika diperlukan. Sehingga tidak perlu dibangun sebuah restoran. Selain itu, anggaran pembuatan sebuah restoran juga tidak ada. Karena hal ini, observasi kembali diarahkan pada lapak serta warung-warung yang ada disekitar Studio Alam Gamplong sebagai konsentrasi lokasi wisata di Desa Gamplong. . Kecilnya pemenuhan poin dalam indikator ini dikarenakan di Desa Wisata Gamplong tidak memiliki restoran. Hanya ada warung-warung di sekitar area desa, khususnya yang terkonsentrasi</p>



No	Area Pengembangan	Aspek-Aspek Penelitian	Keterangan
			di area Studio Alam Gamplong. Sehingga pemenuhan poin indikator menjadi tidak maksimal.
		Atraksi	Di Desa Gamplong sendiri hanya didapati atraksi wisata dalam bentuk paket wisata kerajinan dengan konsep para wisatawan ikut membuat kerajinan bersama para pengrajin. Pengelola mengenakan tarif Rp. 25.000 per orang untuk paket ini. Khusus untuk wisatawan anak-anak atau kelompok wisata dari Sekolah, konsep pakatnya adalah wisatawan menaiki kereta bernama Kereta Kelinci atau kereta mini yang nantinya akan mengantarkan para wisatawan untuk berkeliling Desa Gamplong untuk melihat sentra-sentra kerajinan yang dibersamai oleh pemandu wisata dari pengelola sekaligus nantinya juga akan ada workshop dipenghujung kegiatannya. satu lagi paket wisata yang ada di Desa Gamplong terletak di Studio Alam, dalam bentuk kereta yang nantinya membawa wisatawan berkeliling kompleks studio alam. Biaya yang dikenakan adalah Rp.10.000. Selain itu, atraksi yang ada di sekitaran Desa Gamplong terletak di Kecamatan Moyudan yang berjarak kurang lebih 5,3 Km dari Desa Wisata Gamplong. Adapun bentuk atraksinya adalah Joglo Gathak yang berisi pertunjukan seni serta Moyudan Gumebyar yang berisi pagelaran Kethoprak, Parade band, dan pagelaran wayang kulit.

Dari uraian tabel di atas, bahwa pengembangan pariwisata Ramah Muslim di Kabupaten Sleman masih belum sepenuhnya berjalan dan diterima di kalangan *stakeholders*. Walaupun sudah ada panduan-panduan yang telah diterbitkan oleh KEMENPAREKRAF serta DSN-MUI, tak lantas membuat

daerah-daerah di Indonesia melaksanakan pariwisata ramah Muslim. Sudah barang tentu, panduan dan pedoman ini harus dijalankan jika hendak melaksanakan pariwisata yang basisnya ramah bagi kaum Muslim. Contohnya saja di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta, khususnya di Kabupaten Sleman. Melalui Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman pun tidak menjadikan pariwisata Ramah Muslim menjadi orientasinya. Di sisi lain, LPPOM-MUI melalui UU No.33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal dalam waktu dekat akan mewajibkan seluruh perusahaan yang terkait untuk menempuh sertifikasi halal bagi produknya. Diharapkan setelah adanya kewajiban ini, yang dimulai dari produk-produk makanan, hingga nanti mempengaruhi kehalalan restoran, lalu kembali merambat kepada sertifikasi hotel. Sehingga dengan hal ini, konsep pariwisata ramah Muslim mulai dikembangkan.

Dari kesiapan elemen-elemen yang ada dalam indikator layanan (*services*) seperti Masjid atau tempat ibadah, hotel, dan restoran halal, pada destinasi wisata pilihan di Kabupaten Sleman yakni Tebing Breksi dan Desa Wisata Gamplong sudah cukup baik dalam memberikan layanan, namun jika dilihat dari indikator ini, tentu masih sangat kurang. Pertama di wisata Tebing Breksi, kekurangannya adalah disana tidak memiliki restoran atau rumah makan yang menunya telah tersertifikasi halal, namun menu-menu yang ada seluruhnya tidak ada yang menjual makanan yang mengarah ke makanan yang diharamkan. Lalu disana juga tidak memiliki hotel, hanya ada 2 *homestay*. Walaupun banyak poin indikator yang tidak dapat dipenuhi, namun secara keseluruhan Tebing

Breksi layak kedepannya untuk dijadikan pariwisata yang ramah Muslim dengan mengembangkan kekurangan-kekurangan ini.

Begitu pula pada Desa Wisata Gamplong. Bahkan di Desa Wisata Gamplong, lebih banyak poin indikator yang tidak terpenuhi. Letak kekurangannya juga identik dengan Tebing Breksi, yakni pada bagian Hotel dan Restoran Halal. Untuk akomodasi, Desa Gamplong hanya memiliki *homestay* yang berjumlah 35 yang berkonsep masyarakat membuka *homestay* saat ada tamu yang akan menjalani wisata kerajinan lebih dari satu hari. Jadi tidak setiap hari dibuka. Serta *homestay* ini konsepnya tidak dibangun dengan bangunan tersendiri, melainkan menyatu dengan rumah para warganya dengan menjadikan salah satu kamar dirumahnya untuk dijadikan kamar tamu. Untuk restoran halal juga tidak ada di Desa Gamplong. Disana hanya ada warung –warung yang berjumlah 14 yang menyebar disekitaran Studio Alam Gamplong.

Jika dilihat dari sisi ekonomi, keberadaan dua destinasi ini sangat berpengaruh bagi ekonomi masyarakatnya. Di Tebing Breksi, semenjak adanya wisata ini banyak warga yang beralih profesi dari penambang batu menjadi pedagang. Dimana dari hasil berdagang ini, seharusnya para pedagangnya dapat meraup omzet Rp.500.000 sebelum pandemi melanda.<sup>113</sup> Dan di Desa Gamplong, pedagang bisa meraup omzet Rp. 1.000.000 per harinya.<sup>114</sup> Mereka yang berkecimpung dalam dunia pariwisata yang dilihat dari konsep pariwisata halal atau ramah Muslim, perlu untuk selalu mengingat bahwa industri yang

---

<sup>113</sup> Wawancara dengan Ibu Sarmini Pedagang di area Tebing Breksi, tanggal 07 Maret 2021, pukul 14.00 WIB.

<sup>114</sup> Wawancara dengan Ibu Diah Pedagang di Area Studio Alam Gamplong, tanggal 23 Maret 2021, pukul 14.00 WIB.

dikelolanya adalah amanah dari Allah sebagai pemilik mutlak-Nya. Oleh karena itu, pemangku kepentingan dalam statusnya sebagai pemegang amanah dan sekaligus sebagai pemilik sementara, biar bagaimanapun mereka kelak wajib untuk mempertanggungjawabkannya di hadapan Allah. Sebab itu, dalam melakukan pengelolaan pariwisata, para pengelola wajib mengikuti segala ketentuan yang telah Allah amanahkan pada kita sebagai hamba-Nya.<sup>115</sup>

Maka dari itu, ketentuan-ketentuan ini salah satunya adalah pelayanan yang maksimal bagi para wisatawan, seperti tempat ibadah, makanan yang halal, akomodasi, aksesibilitas, dan hiburan yang baik dan sesuai dengan syariat Islam. Hal inilah dalam penelitian ini bentuknya ada pada indikator layanan (*services*) yang meliputi Masjid sebagai tempat ibadah umat Islam, restoran halal sebagai penyedia makanan halal, hotel yang didalamnya menyediakan fasilitas-fasilitas pendukung agar wisatawan Muslim dapat menjalankan ibadah dalam keadaan berwisata sebagai akomodasi, bandara yang juga menyediakan fasilitas pendukung ibadah sebagai aksesibilitas, dan atraksi lokal sebagai hiburan tambahan bagi wisatawan.

---

<sup>115</sup> Djakfar, *Pariwisata ...*, hlm. 143-144

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Berdasarkan data dari hasil observasi, wawancara, dan analisis tentang “Pengembangan *Services Indicator* Pariwisata Ramah Muslim Pada Destinasi Wisata Di Kabupaten Sleman, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta”, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengembangan pariwisata ramah Muslim di Kabupaten Sleman masih perlu dikaji kembali karena masih banyaknya kekurangan-kekurangan di dalamnya. Pertama, konsep pariwisata ramah Muslim dinilai tidak tepat dilaksanakan di negara yang mayoritas memeluk agama Islam seperti Indonesia. Kedua, masih terdapat multitafsir dan keberagaman dalam penggunaan istilah pariwisata berkonsep Islami ini sehingga belum ditetapkan istilah mana yang akan digunakan. Maka dari itu, pihak yang berwenang dalam hal ini adalah Dinas Pariwisata Sleman mengembangkan pariwisata dilingkup tugasnya dengan melaksanakan pariwisata berbasis masyarakat yang terkonsentrasi pada desa wisata. Dimana BUMDES menjadi titik sentral pengelolaannya yang dibantu dengan swadaya masyarakat sekitar. Pengembangan yang dilakukan Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman ini hanya mendampingi, dan mempromosikan desa yang memiliki potensi untuk menjadi desa wisata. Selain dari Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman, pengembangan juga dilakukan oleh

LPPOM-MUI (Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetika-Majelis Ulama Indonesia) dengan mengencarkan sertifikasi halal kepada kalangan pemilik restoran, dan perusahaan makanan lainnya mengingat per tanggal 17 Oktober 2019 pemerintah mewajibkan untuk menempuh sertifikasi halal bagi para pelaku usaha makanan, termasuk pemilik restoran.

2. Pengembangan indikator layanan (*Services*) pada destinasi wisata dengan memilih 2 destinasi pilihan yakni Wisata Tebing Breksi dan Desa Wisata Gamplong cenderung masih banyak kekurangan, terutama pada indikator hotel dan restoran halal seperti yang dapat dilihat dalam indikator layanan yang telah diobservasi: a) Masjid, Wisata Tebing Breksi telah memiliki 3 tempat ibadah dengan rincian 1 Masjid, dan 2 Mushola yang masing-masing telah memenuhi setengah dari 11 poin maksimal dalam indikator ini. sedangkan Desa Wisata Gamplong, hanya tersedia 1 tempat ibadah berupa Mushola yang memenuhi 6 dari 11 poin maksimal, b) Hotel, Wisata Tebing Breksi tidak memiliki hotel, namun hanya memiliki 2 *Guesthouse*, yakni *Guesthouse* BALKONDES, dan *Guesthouse* Kasimin yang masing-masing memenuhi 18 dan 12 poin dari 46 poin maksimal. Sedangkan pada Desa Wisata Gamplong juga tidak didapati adanya hotel, hanya ada *homestay* yang konsepnya *homestay* ini tidak dibangun dengan bangunan tersendiri, melainkan menyatu dengan rumah para warganya dengan menjadikan salah satu kamar dirumahnya untuk dijadikan kamar tamu sehingga tidak dapat diobservasi, c) restoran halal, Wisata Tebing

Breksi hanya memiliki 1 restoran, 1 Rumah Makan Manunggal Roso, 28 lapak kaki lima, dan 10 Kuliner Atas dengan masing-masing secara berurutan telah memenuhi 12, 9, 3 dan 4 dari 21 poin maksimal. Sedangkan pada Desa Wisata Gamplong tidak ditemukan adanya restoran, hanya ada 7 lapak luar dan 7 lapak dalam dengan hanya masing-masing memenuhi 4 dan 3 poin dari 21 poin maksimal. Khusus untuk indikator Bandara dan Atraksi, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta serta Kabupaten Sleman telah baik dilihat dari hasil penelitian ini dengan bandara yang memiliki 1 masjid dan mushola ditiap lantai gedungnya dengan memenuhi masing-masing 9 poin dari 11 poin maksimal. Sedangkan atraksi yang mengarahkan observasi pada 4 pusat perbelanjaan terbesar dan atraksi-atraksi budaya di Kabupaten Sleman telah baik dilaksanakan dengan akses yang mudah dan terjangkau. Namun kendala terjadi karena adanya pandemi membuat format pelaksanaan atraksi budaya ini menjadi berubah dan terhambat.

## **B. Saran**

1. Bagi pemerintah Kabupaten Sleman, peneliti menyarankan untuk memusyawarahkan dan menentukan langkah kedepannya untuk mengembangkan pariwisata ramah Muslim serta segera disusun ketetapan khusus untuk merealisasikan pariwisata ramah Muslim di Kabupaten Sleman.
2. Bagi pengelola wisata, peneliti menyarankan untuk memperhatikan sisi akomodasi di daerah wisatanya, serta menempuh sertifikasi halal bagi

restoran yang ada di wilayahnya untuk memenuhi kewajiban yang telah tercantum dalam UU nomor 33 tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal.

3. Bagi peneliti selanjutnya agar melaksanakan penelitian lanjutan terkait pariwisata ramah Muslim di Kabupaten Sleman sehingga dapat menambah dan memperkaya khazanah keilmuan dalam ekonomi Islam, khususnya pada sektor pariwisata ramah Muslim sehingga realisasi pariwisata ramah Muslim akan semakin terlihat.





## DAFTAR PUSTAKA

- Abrori, Faizul., 2020, *Pariwisata Halal Dan Peningkatan Kesejahteraan*. Malang: Literasi Nusantara.
- Adrian Franklin., & Mike Crang., 2001, "The Trouble With Tourism and Travel Theory." *Sage Publications London* Vol. 1, no. Issue 1, London.
- Ahmad, Mustaq., 2001, *Etika Bisnis Dalam Islam*. Jakarta: Al-Kautsar.
- Al-Ghazali, Muhammad., 1964, *Khuluq Al-Muslim*. Mekkah: Dar al-Khutub al-Haditsah.
- Asyafri, Detyani Putri, & Brillyanes Sanawiri., 2019, "Analisis Islamic Religious Attributes Pada Atribut Produk Wisata Sebagai Pembentuk Citra Destinasi Wisata Ramah Muslim (Studi Pada Korea Selatan Sebagai Negara Non-Oki Penyedia Destinasi Wisata Ramah Muslim)." *Jurnal Administrasi Bisnis*, Vol. 1, no. 76.
- Aziz, Azreen Hamiza Binti Abdul., 2018, "Muslim Friendly Tourism: Concept, Practices and Challenges in Malaysia." *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences* 8, no. 11.
- Battour, Mohamed. "Halal Tourism or Muslim-Friendly Tourism." dalam <https://www.crescentrating.com/magazine/opinion/3925/halal-tourism-or-muslim-friendly-tourism.html>, diakses pada hari Jum'at 22 Januari 2021, Pukul 21.43 WIB .
- \_\_\_\_\_, 2017, "Muslim Travel Behavior in Halal Tourism." *Mobilities, Tourism and Travel Behavior - Contexts and Boundaries*, no. 10.
- \_\_\_\_\_, & Mohd Nazari Ismail., 2016 "Halal Tourism: Concepts, Practises, Challenges and Future." *Tourism Management Perspectives* 19, no.

19.

- Bisnis.com. “Sleman Gelar Atraksi Seni Di Joglo Gathak.” dalam.  
<https://semarang.bisnis.com/read/20190729/535/1130057/sleman-gelar-atraksi-seni-di-joglo-gathak> diakses pada hari Kamis, tanggal 15 Juli 2021, pukul 21.25 WIB .
- Boğan, Erhan, and Mehmet Sarıışık., 2019 “Halal Tourism: Conceptual and Practical Challenges.” *Journal of Islamic Marketing* 10, no. 1. Turkey.
- Çetin, Gürel, & Mithat Zeki Dinçer., 2016, “Muslim Friendly Tourism (MFT): A Discussion.” *Journal of Tourismology*, vol. 2, no. 1.
- Commercial Cooperation of the Organization of Islamic Cooperation., 2016, *Muslim Friendly Tourism: Understanding the Demand and Supply Sides In the OIC Member Countries. COMCEC Coordination Office.* Ankara, Turkey.
- Creswell, John H., 2009, *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches.* Los Angeles: Sage.
- Dewan Syari’ah Nasional., 2016, *Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata Berdasarkan Prinsip Syari’ah.* Indonesia.
- Dinas Pariwisata DI Yogyakarta., 2019, *Statistik Kepariwisata Daerah Istimewa Yogyakarta Tahun 2019.* DI Yogyakarta.
- ., 2018, *Statistik Kepariwisata DI Yogyakarta 2018.* DI Yogyakarta.
- Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman., 2018, *Buku Statistik Pariwisata Kabupaten Sleman Tahun 2018.* Sleman.
- ., “Digelar Selama Sembilan Hari Festival Kethoprak Kabupaten Sleman Tahun 2020.” dalam <http://slemankab.go.id>, diakses pada hari Minggu, tanggal 25 Juli 2021, pukul 20.15 WIB.

- . “DISBUD Sleman Sajikan Atraksi Budaya Secara Daring.” dalam <https://kebudayaan.slemankab.go.id/post/disbud-sleman-sajikan-atraksi-budaya-secara-daring>., diakses pada hari Kamis, tanggal 15 Juli 2021, pukul. 11.32 WIB.
- Djakfar, Muhammad., 2012, *Etika Bisnis Menangkap Spirit Ajaran Langit Dan Pesan Moral Ajaran Bumi*. Depok: Penebar Plus.
- ., 2017, *Pariwisata Halal Perspektif Multidimensi*. Malang: UIN Maliki Press.
- ., 2019, *Pariwisata Halal Perspektif Multidimensi*. Malang: UIN-Maliki Press.
- Emzir., 2016, *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rajawali Press.
- Ferdiansyah H., Endyana C., Rachmat H., Khadijah Ute L. S., 2020, “Pengembangan Pariwisata Halal Di Indonesia Melalui Konsep Development of Halal Tourism in Indonesia Through Smart Tourism Concept.” *Journal of Sustainable Tourism Research*, vol. 2, no. 1.
- Fitriani, Hanik., 2018, “Proyeksi Potensi Pengembangan Pariwisata Perhotelan Dengan Konsep Syari’ah.” *Muslim Heritage Vol.3*, no. 1.
- Gilang Widagdyo, Kurniawan., 2015, “Analisis Pasar Pariwisata Halal Indonesia.” *The Journal of Tauhidinomics*, vol.1, no. 1.
- Google Maps. “Alamat Bandara YIA.” dalam <https://www.google.com/maps/place/Bandar+Udara+Internasional+Yogyakarta/@7.9003073,110.059109,15z/data=!4m5!3m4!1s0x0:0x13e6f2aec9af3e85!8m2!3d-7.9003073!4d110.059109?hl=id>, diakses pada hari Senin, 28 Juni 2021, Pukul 11.45 WIB.
- . “Alamat Desa Wisata Gamplong.” dalam [https://www.google.com/search?q=alamat+desa+wisata+gamplong&saf=strict&sxsrf=ALeKk03\\_2Zb2CCjTL6KxANeTYJnvgg86GA%3A](https://www.google.com/search?q=alamat+desa+wisata+gamplong&saf=strict&sxsrf=ALeKk03_2Zb2CCjTL6KxANeTYJnvgg86GA%3A)

1620105650563&source=hp&ei=stmQYJrwH8z7z7sPgsCskAc&iflsi  
g=AINFCbYAAAAAYJDnwrjmxkPT0NSY6x9oumvBU8NJCeQB&  
oq=alamat+desa+wisata+gamplong&gs\_lcp, diakses pada hari Selasa,  
04 Mei 2021, Pukul 13.43 WITA.

- . “Jarak Dari Dusun Gamplong Ke Kecamatan Moyudan.” dalam  
[https://www.google.com/search?q=jarak+dari+dusun+gamplong+ke+kecamatan+moyudan&biw=842&bih=808&ei=BEwYISVncO2rQGKyKboBw&oq=jarak+dari+dusun+gamplong+ke+kecamatan+moyudan&gs\\_lcp=Cgdnd3Mtd2l6EAM6BwgAEEcQsAM6BQgAEM0CSgQIQRgAULWYBFj3iQVgIwFaBZwAngBgAGpAogB8](https://www.google.com/search?q=jarak+dari+dusun+gamplong+ke+kecamatan+moyudan&biw=842&bih=808&ei=BEwYISVncO2rQGKyKboBw&oq=jarak+dari+dusun+gamplong+ke+kecamatan+moyudan&gs_lcp=Cgdnd3Mtd2l6EAM6BwgAEEcQsAM6BQgAEM0CSgQIQRgAULWYBFj3iQVgIwFaBZwAngBgAGpAogB8), diakses pada hari Kamis, tanggal 15 Juli 2021, pukul 21.45 WIB.
- . “Jarak Tebing Breksi Ke Candi Prambanan.” dalam  
[https://www.google.com/search?q=jarak+tebing+breksi+ke+candi+prambanan&biw=842&bih=808&ei=qjfwYLnTNJHgz7sP6rOr8Ak&oq=jarak+tebing+breksi+ke+candi+prambanan&gs\\_lcp=Cgdnd3Mtd2l6EAMyBggAEAgQHjoHCAAQRxCwAzoFCAAQzQI6BggAEAcQHjoICAAQCBAHEB5KBAhBGABQppQKWPKyCmDv](https://www.google.com/search?q=jarak+tebing+breksi+ke+candi+prambanan&biw=842&bih=808&ei=qjfwYLnTNJHgz7sP6rOr8Ak&oq=jarak+tebing+breksi+ke+candi+prambanan&gs_lcp=Cgdnd3Mtd2l6EAMyBggAEAgQHjoHCAAQRxCwAzoFCAAQzQI6BggAEAcQHjoICAAQCBAHEB5KBAhBGABQppQKWPKyCmDv), diakses pada hari Kamis, tanggal 15 Juli 2021, pukul 21.50 WIB.
- . “Tebing Breksi.” dalam  
[https://www.google.com/search?ei=ENEpYJ78OIPb9QPjn5yIDg&q=tebing+breksi+&oq=tebing+breksi+&gs\\_lcp=Cgdnd3Mtd2l6EAMyBAgAEEMyCwgAELEDEMcbEK8BMgIIADICCAAyAggAMgIIADICCAAyAggAMgIIADICCAA6BwgAEEcQsANQpegIWKXoCGCr6QhoAnACeACA AV2IAbcBkgEBMpgBAKABAaoBB2d3cy13aXrIA](https://www.google.com/search?ei=ENEpYJ78OIPb9QPjn5yIDg&q=tebing+breksi+&oq=tebing+breksi+&gs_lcp=Cgdnd3Mtd2l6EAMyBAgAEEMyCwgAELEDEMcbEK8BMgIIADICCAAyAggAMgIIADICCAAyAggAMgIIADICCAA6BwgAEEcQsANQpegIWKXoCGCr6QhoAnACeACA AV2IAbcBkgEBMpgBAKABAaoBB2d3cy13aXrIA), diakses pada hari Kamis, tanggal 15 Juli 2021, pukul 21.55 WIB.

Grove, S, R Fisk, & John., 2003, “The Future of Services, Marketing: Forecast From Ten Services Experts.” *Journal of Services Marketing* Vol.17.

Hadi, Firdaus., 2017, “Kajian Potensi Dan Strategi Pengembangan Wisata Pantai Syari’ah (Studi Di Pulau Santren, Kabupaten Banyuwangi).” *Jurnal*

*MD* vol.3, no. 2,

- Hadi, W, & H Widyaningsih., 2020, “Implementasi Penerapan Sapta Pesona Wisata Terhadap Kunjungan Wisatawan Di Desa Sambirejo Kecamatan Prambanan Kabupaten Sleman Daerah Istimewa Yogyakarta”, *Khasanah Ilmu-Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, vol.1, no. 2.
- Hemawati, Retno. “Terdampak Pandemi Kali Pertama Prambanan Jazz Digelar Daring.” dalam <https://mediaindonesia.com/hiburan/329300/terdampak-pandemi-kali-pertama-prambanan-jazz-digelar-daring>, diakses pada hari Kamis, tanggal 15 Juli, pukul 14.15 WIB .
- Hidayah, Ni A, Simon S Hutagalung, & Dedy Hermawan., 2019. “Analisis Peran Stakeholder Dalam Pengembangan Wisata Talang Air Peninggalan Kolonial Belanda Di Kelurahan Pajaresuk Kabupaten Pringsewu Peran Stakeholder Dibutuhkan Untuk Mengoptimalkan Pelaksanaan Pembangunan Termasuk Pembangun.” *Jurnal Administrasi Publik*, no. 7.
- Ihsan, Rafiqi. Deddy Setyawan, Ariza Qanita, Achmad Room Fitrianto., 2019 “Studi Komparatif Pariwisata Halal Dan Pariwisata Berkelanjutan (Suatu Kajian Pemikiran Ekonomi Islam Tentang Pariwisata).” dalam *Proceeding Semnas Pariwisata*, 97–106. Surabaya.
- Indah Puspita, & Sunarti., 2018, “Analisis Pulau Santen Dengan Konsep Wisata Syaif’ah.” *Jurnal Administrasi Bisnis* Vol. 55.
- Islam, Aminul, & Karkkainen., 2013, “Islamic Tourism as a Prosperous Phenomenon in Lapland.” Rovaniemi University Of Applied Sciences, Finlandia.
- Jaelani, Aan., 2017, “Halal Tourism Industry in Indonesia: Potential and

Prospects.” *SSRN Electronic Journal*, no. 76237.

- Judisseno, Rimsky K., 2017, *Aktivitas Dan Kompleksitas Kepariwisata: Mengkaji Kebijakan Pembangunan Kepariwisata*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Karim, Adiwarmanto A., 2002, *Ekonomi Mikro Islami*. Jakarta: The International Institute of Islamic Thought Indonesia.
- Kasmir., 2010, *Manajemen Perbankan*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Kemenparekraf. “Data Kunjungan Wisatawan Mancanegara Ke Indonesia.” dalam <https://www.kemenparekraf.go.id/post/data-kunjungan-wisatawan-mancanegara-bulanan-tahun-2019>, diakses pada hari Kamis, tanggal 10 September 2020, pukul 14.35 WITA.
- Kementerian Agama Republik Indonesia, 2010, *Al-Qur’an Tajwid Dan Terjemahan*. Bandung: PT SYGMA EXAMEDIA ARKANLEEMA.
- Khalika, Nindias. “Mengenal Bregada, Pasukan Prajurit Kraton Yogyakarta.” dalam <https://jogja.idntimes.com/life/education/amp/nindias-khalika/mengenal-bregada-pasukan-prajurit-kraton-yogyakarta>, diakses pada hari Minggu, tanggal 25 Juli 2021, pukul. 20.25 WIB .
- Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah., 2020, *Laporan Perkembangan Pariwisata Ramah Muslim Daerah 2019-2020*, Jakarta: KNKS
- Kompas.com. “Infrastruktur Berperan Penting Untuk Kemajuan Pariwisata,” dalam <https://travel.kompas.com/read/2019/06/24/113626327/infrastruktur-berperan-penting-untuk-kemajuan-pariwisata?page=all>, diakses pada hari Kamis tanggal 10 September 2020 pukul 14.55 WITA.
- Kotler., 1997, *Managementul Marketingului*. Bucuresti: Teora.

- Kunnisa, Ita. "Prambanan Jazz 2020 Jadwal Line Up Dan Harga Tiket." dalam <https://tirto.id/prambanan-jazz-2020-jadwal-line-up-dan-harga-tiket-f5Hp>, diakses pada hari Kamis, tanggal 15 Juli 2021, pukul 20.40 WIB.
- Lovelock, C., 1996, *Services Marketing*. London: Prentice Hall Inc.
- LPPOM-MUI. "Kriteria Sistem Jaminan Halal Dalam HAS 23000." dalam <https://www.halalmui.org/mui14/main/page/kriteria-sistem-jaminan-halal-dalam-has23000>, diakses pada Hari Sabtu, 05 Juni 2021, Pukul 14.20 WITA.
- . "Prosedur Sertifikasi Halal MUI." dalam <https://www.halalmui.org/mui14/main/page/prosedur-sertifikasi-halal-mui>, diakses pada hari Senin, 07 Juni 2021, Pukul 17.05 WITA.
- Lubis, M Zaky Mubarak., 2018, "Prospek Destinasi Wisata Halal Berbasis OVOP (One Village One Product)." *Jurnal Kajian Ekonomi Islam* 3, no. 1.
- Ma'rifah, Aula Nurul., 2020, "Analisis Halal Tourism Dan Aksesibilitas Terhadap Keputusan Wisatawan Berkunjung Pada Destinasi Wisata Di Indonesia." tesis, UIN Raden Intan: Lampung.
- Mastercard-Crescentrating., 2019, *Indonesia Muslim Travel Index (IMTI 2019)*. Jakarta.
- Mastercard-Crescentrating GMTI Series Report., 2019 *Indonesia Muslim Travel Index: Jakarta*.
- ., 2019, *Global Muslim Travel Index 2019*, Uni Emirate Arab
- Mellina., Mulyono Jamal. Hamid Fahmi Zarkasyi. Haerul Akmal. Tessa., 2019, "Implementasi Wisata Syari'ah Lombok Dalam Perspektif Maqashid Syari'ah." *Al-Istinbath* 4, no. 2.

Merapi Adventure., dalam <https://www.merapiadventure.com/tour35-harga-sewa-jeep-wisata-starting--tebing-breksi-prambanan.html>, diakses pada hari Minggu, tanggal 25 Juli 2021, pukul. 21.35 WIB.

Mill, Robert Christie., 2000, *The Tourism International Business*. Jakarta: Raja Grafiika Persada.

Morris, W., 1973, *The American Heritage Dictionary of English Language*. Boston: Houghton Mifflin.

Muljadi., 2012, *Kepariwisata Dan Perjalanan*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Naqvi, Syed Nawab Haider., 1994, *Islam, Economics, and Society*. London and New York: Kegan Paul International.

Nasution, Lukman, Siti Anom, and Ahmad Karim., 2020, "Pengaruh Program Sapta Pesona Dan Fasilitas Terhadap tingkat Kunjungan Objek Wisata T-Gardendi Kecamatan Deli Tua Kabupaten Deli Serdang." *Jurnal Darma Agung* 28, no. 2.

Nasution, Mustofa Edwin., 2007, *Pengenalan Eksklusif Ekonomi Islam*. Jakarta: Kencana.

Nisthar, Sainudeen, & Abdul Majeed Mohamed Mustafa., 2019, "An Econometric Analysis of Global Muslim Travel Index: A Study on the Perspectives of Permitted Tourism Industry in the Global Context." *International Journal of Economics and Financial Issues* 9, no. 5.

"Prambanan Jazz Festival Dan Segudang Apresiasi Dari Masyarakat." dalam <https://2019.prambananjazz.com/documents/prambanan-jazz-festival-dan-segudang-apresiasi-dari-masyarakat.pdf>, diakses pada hari Kamis, tanggal 15 Juli 2021, pukul 13.35 WIB.

P3EI UII Yogyakarta Bekerjasama dengan Bank Indonesia., 2008, *Ekonomi*



*Islam*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

Pemerintah Kabupaten Sleman. "Gambaran Umum Kondisi Daerah. Sleman", dalam [http://www.slemankab.go.id/wp-content/file/rpjmd2011/BAB\\_II\\_GambaranUmumKondisiDaerah\\_a.pdf](http://www.slemankab.go.id/wp-content/file/rpjmd2011/BAB_II_GambaranUmumKondisiDaerah_a.pdf), diakses pada hari Sabtu, 13 Februari 2021, Pukul 13.46 WIB.

\_\_\_\_\_. "Festival Pelangi Budaya Bumi Merapi Tahun 2019." dalam <https://slemankab.go.id/Festival-Pelangi-Budaya-Bumi-Merapi-tahun-2019>, diakses pada hari Minggu, tanggal 25 Juli 2021, pukul. 20.40 WIB.

Pemerintah Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta., 2019, *Laporan Kinerja Instansi Pemerintah*. DI Yogyakarta.

\_\_\_\_\_. 2013, *LKPJ Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta*, Indonesia.

Pemerintah Republik Indonesia., 2009, *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009*. Indonesia.

Peraturan Menteri Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, Dan Transmigrasi Republik Indonesia., 2015, *Peraturan Menteri Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, Dan Transmigrasi Republik Indonesia. Kementerian Desa, Pembangunan Daerah Tertinggal, Dan Transmigrasi*. Jakarta.

Poerwadarminta, WJS., 1986, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.

Poerwadarminto, W.J.S., 1996, *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta: Balai Pustaka.

Qardhawi, Yusuf., 1995, *Dawr Al-Qiyam Wa Al-Akhlaq Fi Al-Iqtishad Al-Islami*. Kairo: Maktabah Wahbah.

- Rangkuti, Azhar Hapiz., 2017, “Analisis Potensi Pengembangan Pariwisata Ramah Muslim Di Yogyakarta,” tesis, Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga: Yogyakarta.
- Razak, Abdul Hamied. “DISBUD Sleman Manfaatkan Live Streaming Untuk Atraksi Budaya.” dalam <https://jogjapolitan.harianjogja.com/read/2020/08/04/512/1046188/disbud-sleman-manfaatkan-live-streaming-untuk-atraksi-budaya>, diakses pada hari Kamis, tanggal 15 Juli 2021, Pukul 11.35 WIB.
- Razak, Nor Hidayatun Abdul., 2018, “Malaysia Accomodation Providers Understanding of Halal Hospitality.” University of Canterbury: New Zealand.
- Rianto, M. Nur., 2010, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syari'ah*. Bandung: Alfabeta.
- Sanchez, A. M., 2009, “Relationships Between Services, Growth, Productivity and Welfare.” *ServPPIN*.
- Saud, Mahmud Abu., 1996, *Garis-Garis Besar Ekonomi Islam*. Jakarta: Gema Insani Press.
- Setiawati, Rahmi., Pandu Siwi Tri Aji., 2020, “Implementasi SAPTA PESONA Sebagai Upaya Dalam Memberikan Pelayanan Prima Pada Wisatawan Di Desa Wisata Pentingsari.” *Jurnal Bisnis Terapan*, no. 4, vol. 2.
- Siddiqi, Muhammad Nejatullah., 1979, *The Economics Enterprise in Islam*. Lahore: Islamic Publication Ltd.
- Spillane, James J., 1987, *Ekonomi Pariwisata Sejarah Dan Prospeknya*. Yogyakarta: Kanisius.
- Subarkah, Alwafi Ridho., 2018, “Potensi Dan Prospek Wisata Halal Dalam Meningkatkan Ekonomi Daerah (Studi Kasus: Nusa Tenggara Barat).”

*Jurnal Sosial Politik* 4, no. 2.

- Sudarsono, Heri., 2019, “Pengembangan Potensi Wisata Di Kawasan Pantai Selatan Kabupaten Gunung Kidul, Yogyakarta.” *Agriekonomika*, no. 8.
- Sufyan Suryana., 2019, “Analisis Dampak Ekonomi Dalam Banyuwangi Festival: Studi Kabupaten Banyuwangi.” tesis, *UNEJ*: Jember.
- Sugiyono., 2018, *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- ., 2020, *Metode Penelitian Pariwisata*. Bandung: Alfabeta.
- Sukandarrumidi., 2002, *Metode Penelitian*. Yogyakarta: Gadjah Mada University Press.
- Sunarti, Karisma Wahyu., 2016, “Kelayakan Wisata Yogyakarta Sebagai Wisata Halal Tinjauan Dari Fatwa DSN-MUI Nomor : 108/DSN-MUI/X/2016 Tentang Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata Syari’ah (Studi Kasus Di Kota Yogyakarta)”, Tesis, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta.
- Surwandono, Rizki Dian Nursita, Rashda Diana, & Ade Meiliyana., 2020, “Polemik Kebijakan Wisata Halal Di Indonesia Serta Tinjauannya Dalam Maqashid Syari’ah.” *Tsaqafah* 16, no. 1.
- Suryana, Wahyu. “Sleman Kembali Gelar Budaya Moyudan Gumebyar.” dalam. <https://nasional.republika.co.id/berita/nasional/daerah/plu017368/sleman-kembali-gelar-budaya-moyudan-gumebyar>, diakses pada hari Kamis, tanggal 15 Juli 2021, pukul 21.40 WIB.
- Susanto, Happy., 2020, “Analisis Dampak Sosial Ekonomi Dalam Pembangunan Bandara Yogyakarta International Airport (YIA) Di Kabupaten Kulonprogo.” *Majalah Ilmiah Bijak* 17, no. 1.

- Sutono, Anang, R. Wisnu Rahtomo, Sumaryadi, Hafizuddin Ahmad, Bagus Moeshari, Rizanto Binol, & Faisal Fahdian Puksi., 2019, *Panduan Penyelenggaraan Pariwisata Halal. Kementerian Pariwisata Tahun 2019*. Jakarta: Indonesia.
- Suwena, I Ketut, & I Gst Ngr Widyatmaja., 2017, *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*. Denpasar: Pustaka Larasan.
- Suyatman, U, R Ruminda, & I Ika Yatmikasari., 2019, *Pengembangan Muslim Friendly Tourism Dalam Konsep Pariwisata Di Pulau Dewata*, tesis, UIN Sunan Gunung Djati: Bandung.
- Taman Wisata Candi. "Sendratari Ramayana." dalam <https://borobudurpark.com/event/763/>, diakses pada hari Rabu, tanggal 14 Juli, pukul 12.00 WIB .
- Tjiptono, Fendy., 2004, *Manajemen Jasa*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Tobari. "Sumbang PAD Cukup Besar, Bupati Sleman Minta Sektor Pariwisata Bangkit Di Tahun 2021." dalam <https://infopublik.id/kategori/nusantara/519256/sumbang-pad-cukup-besar-bupati-sleman-minta-sektor-pariwisata-bangkit-di-tahun-2021>, diakses pada hari Selasa, tanggal 27 Juli 2021, pukul. 13.30 WIB.
- Tribun Jogja. "Bertambah Signifikan Desa Wisata Di Sleman Kini Berjumlah 47". dalam. <https://jogja.tribunnews.com/2019/03/13/bertambah-signifikan-desa-wisata-di-sleman-kini-berjumlah-47>, diakses pada hari Rabu, tanggal 26 Mei 2021, pukul 23.30 WITA.
- United Nation - World Tourism Organization. "UNWTO Tourist Definitions." dalam <https://www.e-unwto.org/doi/book/10.18111/9789284420858>, diakses pada hari Jumat, Tanggal 20 November 2020, Pukul 20.28 WIB.

- Wahab, Salah., 1977, *Tourism Management*. London: Tourism International Press.
- Wiradesa.co. “20 Kelompok Ikuti Festival Bregada Rakyat 2020 - Mandirikan Desa Sejahterakan Rakyat.” dalam <https://wiradesa.co//20-kelompok-ikuti-festival-bregada-rakyat-2020-mandirikan-desa-sejahterakan-rakyat>, diakses pada hari Minggu, tanggal 25 Juli 2021, pukul 20.30 WIB.
- “Youtube Channel Dinas Kebudayaan Kabupaten Sleman.” dalam <https://www.youtube.com/channel/UC1KSPozHUUuKpOKXhxQnJFA/videos>, diakses pada hari Kamis, tanggal 15 Juli 2021, Pukul 13.00 WIB.
- Ying-chan Liu, I-jing Li, Shang-yun Yen, & Peter J Sher., 2018, “What Makes Muslim Friendly Tourism ? An Empirical Study on Destination Image , Tourist Attitude and Travel Intention” 8, no. 5.
- Yoeti, Oka., 2008, *Ekonomi Pariwisata (Introduksi, Informasi, Dan Aplikasi)*. Jakarta: Kompas.
- Zaini, Muh., 2019, “Pengembangan Pariwisata Halal Berbasis Masyarakat Untuk Meningkatkan Kesejahteraan.” *Program Magister Ekonomi Syari’ah UIN Maulana Malik Ibrahim Malang*.

## LAMPIRAN

### A. Pedoman Wawancara

#### 1. Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman

##### a. Wawancara Seputar Pengembangan Pariwisata Ramah Muslim

1. Bagaimana perkembangan pariwisata ramah Muslim di Kabupaten Sleman?
2. Bagaimana pengembangan pariwisata ramah Muslim di Kabupaten Sleman?
3. Apakah dalam pengembangannya, terdapat kendala yang berarti?
4. Bagaimana menanggulangi kendala tersebut sebagai pengembang pariwisata ramah Muslim di Kabupaten Sleman?
5. Bagaimana prospek pariwisata ramah Muslim di Kabupaten Sleman?
6. Bagaimana langkah kedepannya untuk mengembangkan pariwisata ramah Muslim di Kabupaten Sleman ini?
7. Apakah dengan adanya pariwisata ramah Muslim di Kabupaten Sleman ini dapat menaikkan taraf perekonomian warga sekitar destinasi wisata?
8. Sebelumnya, apakah yang bersangkutan mengetahui *Indonesia Muslim Travel Index* (IMTI) sebagai indeks pemeringkatan daerah tujuan wisata halal yang ada di Indonesia?

9. Jika mengetahui, dan jika telah melihat indeks tersebut. Kita melihat Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta ini ada pada posisi tujuh. Bagaimana pendapat Bapak/Ibu terkait peringkat ini?

**b. Indikator Hotel**

1. Seberapa penting adanya hotel bersertifikasi halal di dekat suatu destinasi wisata?
2. Bagaimana Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman menyikapi adanya sertifikasi hotel syarî'ah?
3. Bagaimana andil Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman terkait kehadiran sertifikasi hotel syarî'ah?
4. Apakah Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman memiliki pekerjaan rumah terkait hal ini?

**c. Indikator Restoran Halal**

1. Seberapa penting adanya restoran bersertifikasi halal di dekat suatu destinasi wisata?
2. Bagaimana Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman menyikapi adanya sertifikasi restoran halal?
3. Bagaimana andil Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman terkait kehadiran restoran halal di suatu daerah yang dekat dengan destinasi wisata?
4. Apakah Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman memiliki pekerjaan rumah terkait hal ini?

**d. Indikator Masjid**

1. Adakah peraturan tertentu tentang pengadaan Masjid/Musholla di destinasi wisata?
2. Seberapa penting unsur agama seperti Masjid/Musholla pada suatu destinasi wisata?
3. Apakah ada standar pembangunan Masjid/Musholla yang harus dipatuhi oleh pengelola wisata?
4. Seberapa penting aspek aspek seperti pusat perbelanjaan, atraksi budaya, atraksi lokal bagi pengembangan suatu destinasi wisata?
5. Apakah dari Dinas Pariwisata memiliki program yang ada kaitannya dengan atraksi budaya, atraksi lokal sebagai penunjang pengembangan pariwisata ramah Muslim?

**e. Indikator Atraksi**

1. Adakah peraturan tertentu tentang pengadaan Masjid/Musholla di destinasi wisata?
2. Seberapa penting unsur agama seperti Masjid/Musholla pada suatu destinasi wisata?
3. Apakah ada standar pembangunan Masjid/Musholla yang harus dipatuhi oleh pengelola wisata?
4. Seberapa penting aspek aspek seperti pusat perbelanjaan, atraksi budaya, atraksi lokal bagi pengembangan suatu destinasi wisata?



5. Apakah dari Dinas Pariwisata memiliki program yang ada kaitannya dengan atraksi budaya, atraksi lokal sebagai penunjang pengembangan pariwisata ramah Muslim?

**f. Indikator Bandara**

1. Apakah adanya perpindahan bandara dari bandara Adi Soetjipto menuju bandara YIA (*Yogyakarta International Airport*) dapat memudahkan wisatawan dalam mengakses destinasi wisata di Yogyakarta, terkhusus di Kabupaten Sleman?
2. Bagaimana dampak perpindahan bandara ini bagi penambahan jumlah wisatawan yang akan berkunjung ke Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta, khususnya di Kabupaten Sleman?

**2. Pengelola Wisata**

**a. Indikator Masjid**

1. Bagaimana pengaruh adanya Masjid/Musholla yang ada di dalam area wisata bagi kenyamanan wisatawan Muslim?
2. Bagaimana pola perawatan Masjid/Musholla yang ada di area destinasi wisata ini?
3. Apakah ke depannya ada rencana untuk merenovasi Masjid/Musholla yang ada di area wisata?
4. Apakah dari pengelola memiliki cara tersendiri agar Masjid/Musholla ini berfungsi dengan baik?
5. Apakah Masjid/Musholla yang ada disini memiliki pengurus?
6. Menurut Bapak/Ibu, sudah efektif kah jumlah Masjid/Musholla yang ada di destinasi wisata ini?

7. Bagaimana prosedur pengadaan Masjid/Musholla di destinasi wisata ini?

**b. Indikator Atraksi**

1. Apa saja atraksi budaya/lokal yang disuguhkan oleh pengelola untuk menambah daya tarik di destinasi wisata ini?
2. Seberapa besar pengaruh atraksi budaya/lokal sebagai daya tarik tambahan destinasi wisata ini?
3. Bagaimana cara pengelola untuk menetapkan atraksi lokal/budaya yang tepat untuk disuguhkan kepada wisatawan?
4. Apa saja nilai-nilai yang terkandung dalam atraksi budaya/lokal yang ada di destinasi wisata ini?
5. Apakah atraksi budaya/lokal ini sangat penting untuk pengembangan destinasi wisata yang bersangkutan?

**3. Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM-MUI) Ranting Daerah Istimewa Yogyakarta**

**a. Indikator Restoran Halal**

1. Dalam pariwisata ramah Muslim, terdapat sektor-sektor yang berkaitan di dalamnya, yakni yang ada kaitannya dengan sertifikasi halal. Terkait dengan hal ini, ada berapa restoran yang sudah bersertifikasi halal di Kabupaten Sleman?
2. Apakah ada restoran yang sertifikasi halalnya bermasalah?
3. Bagaimana prosedur yang ditempuh untuk mendapatkan sertifikasi halal ini?

4. Bagaimana upaya LPPOM untuk menjangkau seluruh *stakeholder* khusus yang ada kaitannya dengan restoran untuk mengambil sertifikasi halal bagi usahanya?
5. Apakah ada kendala dalam pensertifikasian halal ini?
6. Apa saja komponen yang ada dalam sertifikasi halal restoran?
7. Menurut Bapak/Ibu, seberapa besar pengaruh hadirnya restoran halal ini dalam menyangga pariwisata ramah Muslim di Kabupaten Sleman?

#### **4. Majelis Ulama Indonesia Ranting Daerah Istimewa Yogyakarta**

##### **a. Indikator Hotel**

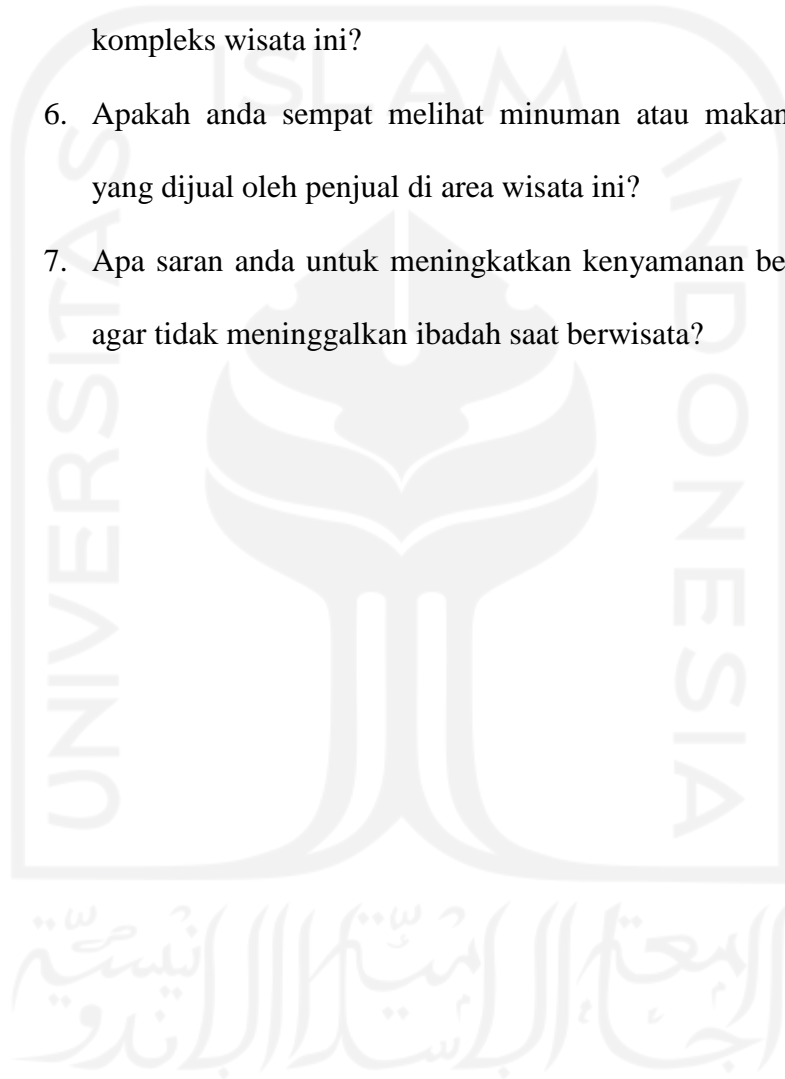
1. Berapa jumlah hotel yang telah memiliki sertifikasi halal di Kabupaten Sleman?
2. Bagaimana pengaruh adanya hotel bersertifikasi halal ini bagi pengembangan pariwisata? Khususnya pada pariwisata ramah Muslim?
3. Bagaimana prosedur yang ditempuh untuk mendapatkan sertifikasi halal ini?
4. Bagaimana langkah MUI dalam mengembangkan pensertifikasian hotel ini agar dapat meluas?

#### **5. Wisatawan**

##### **a. Terkait Dengan Kenyamanan Wisatawan**

1. Bagaimana kesan anda mengunjungi destinasi wisata ini?
2. Apakah anda sebagai Muslim merasa nyaman berkunjung kesini?

3. Bagaimana pendapat anda tentang pariwisata halal?
4. Apakah anda merasa terberatkan dalam menjalankan ibadah saat berada di area wisata ini?
5. Bagaimana anda menilai masjid/mushola yang ada di dalam kompleks wisata ini?
6. Apakah anda sempat melihat minuman atau makanan non halal yang dijual oleh penjual di area wisata ini?
7. Apa saran anda untuk meningkatkan kenyamanan berwisata disini agar tidak meninggalkan ibadah saat berwisata?



## **B. Hasil Wawancara**

### **a. Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman**

#### **1. Bapak Kus Endarto**

##### **a. Bagaimana konsep pariwisata ramah Muslim ini?**

konsep pariwisata ramah Muslim ini tak jelas. Yang membuat term pariwisata halal adalah negara non muslim yang ingin orang muslim datang kesana. Sebenarnya minoritas yang butuh. Bukan Muslim. Bapaknya main logika. Mengapa yang sudah mayoritas ini merasa minoritas. Hadist: umat islam akan dijadikan buih dilautan di kemudian hari, dan sekaran ini seperti buih. Sperti dimainkan. Pariwisata itu tak bisa dipisahkan menjadi halal atau haram. Pariwisata itu luas, melayani segala aspek dan latar belakang pengunjung yakni dari calon penghuni neraka paling bawah hingga surga tertinggi. Mengapa harus gini? karena pariwisata ditujukan pada manusia, ia bebas memilih baik yang halal ataupun yang haram.

##### **b. Lalu, sebaiknya aspek apa yang harus diperhatikan dalam rencana pariwisata ramah Muslim ini?**

Yang penting adalah zonasinya. Zonasi harus jelas atau lokalisasinya harus jelas. Lokalisasi untuk ibadah, untuk hal-hal lain itu dimana, harus jelas. Jugan sampai tidak ada lokalisasi, sehingga lokalisasi ibadah malah dibuat hal lain.

##### **c. Perlukah negara mayoritas Islam seperti Indonesia untuk merealisasikan pariwisata ramah Muslim?**

Menurut saya ini tidak cocok. masuk akal kah negara Islam membuat pariwisata ramah Muslim? Memang di Malaysia ada pariwisata ramah Muslim? tidak. Di Jepang, dapat disebut pariwisata ramah Muslim karena di sana makanannya banyak yang mengandung babi (campur-campur). Wajar jika Jepang membuat pariwisata ramah Muslim. Alasannya jelas, supaya traveller muslim berminat datang kesana, dan konsepnya tidak sekedar memisahkan tempat sholat antara pria dan

wanita saja, disana jelas ada pemberitahuan waktu sholat saat sedang tour. Ini baru disebut wisata halal atau ramah Muslim.

- d. Apakah ada opsi lain jika pariwisata ramah Muslim ini tidak sesuai diterapkan di Indonesia?

Lebih baik melihat aspek tentang SAPTA PESONA, apakah sudah Islami atau belum? ada 7 poin didalamnya, yaitu: aman, bersih, nyaman, indah, kenangan, dll. Ini islami? Sangat islami. Tak perlu koar-koar tentang wisata halal. SAPTA PESONA saja kita kembangkan. Bersih? Iya sebagian dari iman. Nyaman? Kita mendapat pahala. Melindungi orang yang berwisata (aman)? Juga mendapat pahala. Apakah itu tak Islam? itu lebih luas. Mengapa kita promosi wisata halal atau ramah Muslim? Berlebihan. Sangat sempit maknanya. Bagaimana implementasi SAPTA PESONA itu berjalan. Secara global, sebenarnya aspek pariwisata itu diambil dari SAPTA PESONA. Kalau wisatawan datang ke Jogja dan tidak mendapat kenangan, untuk apa datang lagi? Jika ia memiliki kenangan yang membekas, pasti ia akan kembali lagi. Tetapi ketika ia tak memiliki kenangan, jangan kembali, menceritakan saja mungkin tidak. Mengapa orang Indoneesia suka ke jepang? Karena ada orang Indonesia yang datang ke Jepang dan memiliki kenangan yang luar biasa lalu ia ceritakan ke orang lain. Sama seperti naik haji bolak balik, karena ada kenangan. Maka dari itu, dari kenangan itulah sumber promosi yang paling murah.

- e. Jikalau akan direalisasikan, apakah Indonesia mampu untuk melaksanakannya?

menerapkan SAPTA PESONA saja masih belum bisa. Bersih saja susah, aman pun juga kewalahan. Contoh: mengapa memilih bali karena lebih aman ketimbang di Banyuwangi, dan Jogja, dll. Memberi rasa nyaman pun juga belum bisa. Makanya itu yang harus dilihat dan diperbaiki. Pariwisata halal seperti di peta-petakan. Jadinya itu benar-benar tidak sesuai.

## 2. Ibu Nyoamn Rai Safitri

### a. Bagaimana pengembangan wisata di Kabupaten Sleman?

Mengembangkannya lebih kepada pariwisata yang berbasis masyarakat. Walaupun tak begitu besar gaungnya. Mengapa seperti itu? Karena jika ingin jujur, DIY ataupun Sleman ini tak sebesar Bali. Namun bedanya dengan di Bali adalah industri pariwisatanya yang berbasis industri, dan gaungnya lebih besar. Masyarakatnya sebagai “pegawai kelas menengah kebawah” hanya sedikit yang dapat menembus ke level-level tertentu. Na, kalau di Sleman khususnya yang ditangani sendiri adalah di sisi pengembangan pariwisata berbasis masyarakat. Salah satu contohnya adalah banyaknya desa wisata di Sleman. Destinasi itu objek wisata. Destinasi berbasis masyarakat disini contohnya adalah: Breksi, Lava Bantal, Bukit Klangon, Watu Purbo, Puri Mataram juga berbasis masyarakat. Artinya walaupun ada pemodal disitu tapi dikembangkan oleh BUMDES, swadaya masyarakat dan dikelola oleh BUMDES, sehingga ini tidak swasta statusnya. Inilah salah satu wujud pariwisata berbasis masyarakat, Kesimpulannya pariwisata di Sleman ini berbasis masyarakat. Ini semua sudah terealisasi. DINPAR membuat klasifikasi tiap 2 tahun sekali sejak 2016, 2020 terakhir telah terklasifikasi 52/53 desa wisata, 11 diantaranya masih rintisan, 42 desa yang tumbuh berkembang dan mandiri. Jadi ada kelas kelasnya, dan semua berbasis masyarakat. Ada beberapa desa yang menggunakan branding desa wisata, semisal di Jawa Timur di Malang dan Jabar, desa wisata Naga. Itu bukan desa wisata padahal, itu masuknya resort. Kalau di Sleman, dibilang desa wisata atau kampung wisata ya memang benar-benar masyarakat yang membangunnya. Walaupun ada juga beberapa yang sebenarnya itu masih swasta namun kita masukan dalam klasifikasi tadi adalah yang benar-benar berbasis masyarakat. Kalau tak memenuhi klasifikasi, maka tidak akan masuk kategori desa wisata.

- b. Apakah ada peraturan tersendiri untuk suatu desa agar mendapat status desa wisata?

Desa wisata itu ada spesifikasinya lagi. Kalau di Bantul, itu desa wisata tetapi bukan berarti satu desa-satu desa wisata, ini bukan. Seperti di Sleman dan sebagian di Bantul. Khususnya Sleman, satu wilayah administratif suatu desa atau kelurahan itu dapat memiliki lebih dari satu desa wisata. Karena desa wisata ini yang membuat adalah masyarakat. Masyarakat yg merencanakan, melaksanakan, dan mengelola hasilnya. Bukan PEMKAB yang menyuruh untuk membuat desa wisata. Murni dari masyarakat. Mereka yang cari tamu sendiri, yang melayani sendiri dan dijalankan sendiri. Dan di Sleman dengan 50 sekian desa wisata itu tetapi desanya sebenarnya tidak 50 jumlahnya. Karena ada satu desa yang punya banyak bahkan sampai 4 desa wisata.

- c. Apakah ada program pembangunan wisata yang akan dijalankan oleh DINPAR kedepannya?

Bentuk pendampingan kami salah satunya atau khusus adalah di bidang pengembangan yakni pengembangan kapasitas SDMnya. Jadi, kita bahkan yang mengajukan ke DINPAR, tidak langsung di iyaikan, kita lihat terlebih dahulu apakah desa itu beneran jalan tidak. Karena pariwisata tidak bisa kalau di duitkan terus sama pemerintah ataupun di bantu terus. Mereka harus mandiri. Kalau mereka sudah benar-benar memiliki komitmen yang kuat, bahkan bantuan pun tidak kami berikan dalam bentuk fisik, yang paling rutin itu kita berikan pendampingan smisal: dibuatkan semacam bintek, sosialisasi, pengarahan dengan mendatangkan narasumber-narasumber kompeten yang sesuai dengan materinya. Selain itu kita juga memberikan materi pemasaran, medsos, juga akan kami datangkan pemateri yang berkompeten. Kalau yang berhubungan dengan makanan kita bisa undang cheff, dari pihak restoran, dll. Materi tentang pengelolaan homestay juga seperti itu, kita datangkan dari GM hotel, dll. Atau



misalnya yang lain adalah kami ajak promosi bersama, kita adakan pameran, ada travel dialog ke luar daerah.

d. Bagaimana kendala pengembangan pariwisata di Sleman?

Tentu banyak kendala, bahwa masyarakatnya juga memiliki komitmen yang berbeda-beda. Lalu kapasitas karakter mereka juga berbeda. Ini butuh pendekatan yang berbeda. Lalu bagaimana konflik-konflik yang muncul diredakan. Bagaimana menyikapi kekurangan anggaran kita, personil kita juga berpengaruh agar semua sektor dapat tersentuh ini membutuhkan anggaran yg besar. Tidak dapat dipukul rata.

e. Bagaimana perspektif Ibu terkait pariwisata ramah Muslim?

Sebenarnya bukan menolak, karena ada plus dan minusnya. Dan minusnya masih lebih banyak. Atau begini, Menggunakan branding halal itu harus mengeluarkan beberapa dana. Dan tiap 2 tahun sekali harus diperbarui, dan minimal 2 juta per satu unit usaha. Kalau ada desa wisata halal, itu dicek bukan hanya dengan 2 juta, yang dicek itu segala macam. Itu sama dengan destinasi halal atau hotel. Sempelnya, hotel saja. Hotel yang menggunakan branding halal atau syari'ah sekarang tinggal 1 di Sleman. Satu Namira depan TVRI. Di Sleman pernah ada 2 hotel yang mencoba untuk masuk menjadi syari'ah tapi tak jadi. Mengapa? Satu, berbiaya mahal karena pengecekan keseluruhannya ini berbiaya tinggi seperti alur makanan, angkutannya seperti apa itu di cek semua. Sementara, efek adanya hotel syari'ah juga tak menjamin datangnya wisatawan untuk menginap. Mengapa dulu di gaungkan masalah ini, karena tamu dari timur tengah itu negara Muslimnya akan menjadi pasarnya.

f. Pariwisata di Sleman yang memberi andil paling banyak bagi perekonomian dan dari data juga paling banyak dikunjungi itu destinasi mana?

Saat ini, masih tebing breksi, kedua adalah jeep merapi. Namun begini, berbasis masyarakat itu berarti tidak ada pajak atau apapun untuk PEMDA. Artinya, perekonomian yang mendapat efek langsung

adalah masyarakat artinya, masyarakat yang dulunya menganggur, tapi setelah ada pariwisata mendapat penghasilan ataupun penghasilan tambahan dari adanya pariwisata di wilayahnya. Bukan masuk menjadi PAD. Memang PAD di Sleman itu hampir 1,3 nya dari Pariwisata, akan tetapi itu dari pajak hotel dan restoran, serta dari hiburan-hiburan, bukan dari desa wisata. Itu belum ada tarikan apapun. Meskipun tidak ada PAD langsung dari masyarakat desa wisata, namun DINPAR tetap memberi pendampingan dll.

g. Mengapa hal ini tidak dikenai pajak?

Tidak bisa, karena dalam ketentuannya belum ada pengenaan pada pajak. DINPAR mengikuti aturan yang lebih tinggi. Kedua, yang namanya retribusi atau pajak ini sebagai imbal balik daripada bantuan. Jadi, kita boleh menarik pajak jika kita membuat sesuatu disitu, Atau ada fasilitas yg diterima oleh masyarakat ataupun pengelola, baru bisa dikenai pajak (ada imbal baliknya). Mengapa di desa/destinasi wisata tidak ada tarikan retribusi atau pajak? Karena PEMDA tidak membuatkan sesuatu kepada desa wisata tadi, sehingga mereka tidak boleh ditariki retribusi. Kalau pajak penghasilan, NPWP itu urusannya dengan dirjen pajak.

h. Seberapa besar prasaranan dapat membangun suatu desa wisata khususnya, seperti adanya mushola, tmpat makan, dll?

Desa wisata di Sleman sendiri ini didirikan oleh masyarakat setempat. Artinya, mereka sudah harus memiliki aspek ini dulu. Jadi DINPAR hanya membuatkan regulasinya, bahwa kalau mau buat destinasi wisata itu harus punya ini, ini, ini. Minimal akses masuknya harus ada, karena ini ada hubungannya dengan parkir juga. Jadi sarana prasarana ini nomor satu. Toilet, tempat parkir juga harus ada. Toilet harus ada, untuk wisatawan yang pasti telah menahan urinnnya selama berjam-jam. Dan harus memiliki titik kumpul. Semua ini masih satu persyaratan. Walaupun tak dirinci, namun mereka harus tau. Ini bukan persyaratan utama, tapi ini harus ada. Kemudian yang kedua, adalah

adanya kelembagaan yang aktif dari masyarakat setempat. Saya punya lahan, saya kasi uang 100 M lalu saya buat prasarana itu bukan desa wisata, ini namanya usaha jasa wisata. Lalu ketiga, mereka harus punya minimal 3 atraksi wisata/paket-paket wisata yang bisa dinikmati wisatawan. Minimal 3 diluar outbond. Mengapa? Karena Sleman punya masalah, hampir semua paket wisatanya memiliki paket outbond. Jadi seperti adanya persaingan antar desa wisata. Kalau mau bikin yang baru, harus bikin 3 diluar outbond. Semisal paket membatik, belajar menari, memetik buah, dll. Paket-paket ini juga harus ada di lingkungan masyarakat, bukan hanya satu tempat saja. Kalau satu tempat saja ini seperti objek wisata. Lalu keempat adalah harus sudah ada kunjungan rutin. Kunjungan rutin itu artinya ia harus bisa mendatangkan, melayani, mengelola hasilnya. Kunjungan rutin ini akan dipantau selama minimal 6 bulan karena setiap 2 bulan sekali sudah ada tamu yang mereka bisa layani. Jika 4 kriteria ini tidak dapat dipenuhi semua, nanti masuknya ke desa wisata rintisan yang dapat diakui dengan SK Kepala Dinas.

- i. Terkait perpindahan bandara, bagaimana efek langsungnya dengan pariwisata di Sleman?

Tentunya berpengaruh, karena konsentrasi pariwisata di Sleman saat ini dan sebelumnya adalah di daerah timur serta utara. Timur itu prambanan, utara ada merapi. Daerah tengah juga ada pariwisata namun berbasis pendidikan dan kuliner. Lalu di barat ini yang belum banyak berkembang karena disana masih dipertahankan sebagai daerah pertanian, atau lumbung padi. Inilah mengapa di daerah barat tidak ada hotel-hotel, karena tidak boleh. Disitu adalah lumbung padinya Sleman dan DIY. Nah, ini yang menjadi masalah juga. Kita kesannya tidak siap untuk perpindahan bandara ke kulonprogo, karena nanti dari Kulonprogo mau ke Magelang lewatnya ke barat, na ini menjadi permasalahan kita. kita bekerja bukan dari melihat peluang lalu kita dorong, tidak sesimpel ini, terkadang dari sisi masyarakatnya

yang tidak mau bergerak. Dan akhirnya mundur lagi. Ini jadi masalah, tetapi kita berusaha untuk mempersiapkan wisata agak ke bagian barat agar lebih peka terhadap pariwisata. Sebenarnya sudah mulai namun belum terbiasa, harus seperti apa membuat atraksi yang menarik, membuat desa wisata agar ada tamu yang berkunjung dengan karakteristik mereka. Karena desa wisata itu bukan seperti buat hotel yang dibangun lalu dibuat atraksinya, ini bukan seperti ini. Atraksinya ya harus ada dari masyarakat ini sendiri. Sampai saat ini pun, para pengunjung masih tetap nyaman untuk menginap di hotel-hotel di kota, di Sleman. Karena hotel ini digunakan untuk tidur (istirahat) saja. Orang tidur nunggu malam, seperti sekarang mengapa di DIY *length of stay* nya hanya tidak sampai 2 hari di Jogja. Karena memang atraksinya tidak cukup banyak. Mengapa orang tak betah di Jogja karena atraksinya sedikit. Kita masih berusaha dalam sekian tahun ini menggerakkan pariwisata yang menarik sehingga walaupun orang menginap disini, ia tetap mau ke Jogja. Sepertinya poin yang ada dalam SAPTA PESONA yakni pengalaman.

## **b. LPPOM-MUI Yogyakarta**

### **1. Bapak Jumeri Wikarta**

- a. Berapakah jumlah restoran yang sudah tersertifikasi halal di Sleman? Ini daftar resto yang hingga saat ini masih memiliki sertifikasi halal: ada 13 resto. Bisa jadi daftar ini tiap waktu bisa berubah. Karena tergantung sampai kapan sertifikat halalnya berlaku. Jngka waktu sertifikast halal itu 2 tahun. Jd mereka berhak untuk mengklaim bahwa restonya itu halal dlm waktu 2 tahun sejak memperoleh sertifikat halal. Setelah 2 tahun, nnti mereka harus memperpanjang sertifikat halalnya untuk 2 tahun kedepannya. Ketika nanti BPJPH sudah berlaku mutlak, sertifikasi halal berlaku 4 tahun. Tapi hal ini belum terealisasi. Masih masa peralihan sehingga ketentuan yang

dipakai msh berdasar atas ketentuan LPPOM yakni 2 tahun. Rata2 13 resto ini akan berakhir sertifikasi halalnya tahun 2021 dan 2022.

- b. Apa benar masa peralihan antara BPJPH dengan LPPOM baru di tahun 2019?

Betul, karena UU No. 33 thn 2014 itu mulai berlaku efektif tahun 2019. Tepatnya 17 oktober 2019. Tetapi, itukan UUnya tetapi dalam praktiknya dalam prsiapannya menuju pralihat tersebut kan butuh waktu sehingga BPJPH sampai saat ini belum siap untuk beralih 100%.

- c. Prosedur yang ditempuh untuk mendapatkan sertifikasi halal itu bagaimana?

Ada banyak tahap. Sempelnya, perusahaan menyiapkan SJH (Sistem Jaminan Halal) berupa dokumen yang berisi sistem jaminan halal yang menjamin bahwa bahan-bahan yang digunakan, proses produksinya, serta produk yang dihasilkan telah melalui kriteria halal. Jadi inilah dokumen yang harus disiapkan. Semua ini disiapkan oleh perusahaan. Kemudian mereka juga bisa mencari informasi ke LPPOM untuk berkonsultasi sekaligus memperoleh form-form yang nantinya diberikan kepada pemohon sertifikat halal untuk diisi. Hasil isian tersebut lalu dikembalikan ke LPPOM. Ini artinya si pemohon sudah mendaftar untuk memperoleh sertifikat halal. Disamping mereka menyiapkan dokumennya tersebut, mereka juga harus mengisi form-form yang telah disediakan oleh LPPOM terkait dengan identitas prusahaan seperti nama pemilik, didirikan kapan, dst. Ketika itu sudah diisi, dan dokimen-dokumen juga sudah lengkap, maka kemudian diserahkan kembali ke LPPOM. Tapi sekarang dengan adanya UU tersebut, ada 2 tujuan yang harus dilakukan oleh pemohon sertifikat halal. Pertama ke BPJPH, kemudian dalam waktu yang brsamaan mereka juga ke LPPOM. Di BPJPH juga ada dokumen yang harus diisi, dan disaat yang bersamaan mereka bisa ke LPPOM untuk mngisi form yang telah disediakan juga. Nanti ketika form itu telah

terisi, dokumen juga sdh lengkap baru dibawa ke LPPOM untuk ditindak lanjuti dengan cara melakukan sertifikasi halal dengan tahapan melihat dokumen dahulu oleh tim auditor, tim ini biasanya berisi 2-3 orang tergantung besar kecilnya perusahaannya. Nanti tim auditor akan melihat kelengkapan dokumen yang telah disiapkan apakah sudah cukup atau belum, kalau belum maka dilengkapi terlebih dahulu. Jika sudah dirasa cukup, dan kemudian ditemukan suatu temuan ketidak sesuaian maka nanti pd saat audit bisa dikonfirmasi ke perusahaan2 terkait. Jd nanti setelah dokumen dicek, lalu proses berikutnya adalah audit halal. Dulu sbelum pandemic, audit halal ini dilakukan langsung di lapangan (onside) untuk melihat langsung. Namun karena ini masih pandemic, sampai saat ini masih kita lakukan dengan cara online scr daring tapi mereka harus siap untuk berkeliling menunjukkan lingkungan usahanya. Dalam proses klarifikasi kalo ada yang kurang pada saat dokumen audit juga bisa ditanyakan pada kesempatan tersebut. Jika tak ada temuan, maka hasil auditnya kemudian dibawa ke sidang internal untuk disampaikan pd saat rapat besar yang dihadiri oleh pengurus LPPOM dan auditor yang terlibat dalam prosesnya. Sidang internal ini dihadiri oleh banyak auditor. Ada sekitar 40-50 perusahaan nanti dalam sidangnya, seluruh auditor akan berkumpul disitu. Sehingga sidang internal ini akan diketahui oleh seluruh auditor. Kemudian, setelah sidang internal selesai, baru nanti akan dibawa ke sidang komisi fatwa. Kalo sidang internal tidak ada masalah, maka insyaAllah di komisi fatwa juga tidak ada masalah. Jika sebaliknya, maka nanti akan diinformasikan ke perusahaan pemohon untuk dilengkapi. Setelah syarat ini telah dilengkapi, maka nanti akan diterbitkan ketetapan halal. Tetapi kalau syarat-syarat tersebut belum ditindaklanjuti, maka tentu belum bisa ditetapkan kehalalannya. Ketika perusahaan telah menerima ketetapan halal, maka dari LPPOM MUI daerah akan

menyerahkan kepada LPPOM MUI pusat untuk diteruskan ke BPJPH dalam rangka pembuatan sertifikat halal.

- d. Daftar 13 restoran yang telah disertifikasi halal di Sleman, dimana saja?

Demimac di Maguwoharjo, Hara chicken jalan Palagan, Terus Berbuat Kebaikan Grup di jalan Kolombo, Karang Malang, PT Sumber Pangan Semesta di Jalan Wijayakusuma, Kutu Tegal Sinduadi, Yummy Panda di Gejayan, Shabu suki, Boroboro pizza, PT Cukuwatu Karya Rasa, PT Bale Ayu Indonesia, Bale Bengong Resto, Hasbunga Resto, Siomay Mirza, CV.8899. semua ini resto yang berdiri sbg sebuah perusahaan, jadi ia punya bangunan dipinggir jalan atau kalau sekarang tidak harus dipinggir jalan, berbisnis secara online, tapi mayoritas ada di pinggir jalan. Nanti lain lagi dengan resto yang ada di hotel.

- e. Bagaimana Komponen sertifikasi halal yang ada di resto apakah sama saja dengan pertanyaan yang tadi jawabannya?

Pada dasarnya sama, yaitu kita akan mlihat bahan-bahan yang digunakan dalam proses produksi tersebut baik itu bahan baku, bahan pembantu atau tambahan lain sekalipun bahan itu dipakai sedikit saja, itu tetep harus dilihat. Sehingga pada SCH ada daftar bahan bahan yang digunakan itu harus diisikan secara lengkap. Maka kita akan konfirmasi dengan mlihat bahan-bahan tersebut baik scr offline maupun online. Karena masih pandemic, jadi memakai online. Disamping bahan, kita juga proses produksi. Apakah ada kontaminasi dengan bahan-bahan yang haram atau tidak, lalu terkait dengan thoyyib nya juga apakah menggunakan bahan-bahan yang mmenuhi syarat-syarat kesehatan atau tidak, atau alat-alat yang digunakan apakah terindikasi haram atau tidak. Selain itu, kita juga melihat produknya apakah terindikasi haram atau tidak. Bahan-bahan yang halal tidak selalu melahirkan produk yang halal. Semisal bahan-bahan dari biji-bijian itu bisa diproses untuk menjadi produk yang kadar

alkoholnya tinggi. Di MUI sendiri maksimal alkohol yang ada dalam suatu produk itu setengah %, maka harus di cek kalau produknya ternyata mengandung alkohol yang tinggi, maka tidak diperbolehkan. Lalu kita juga melihat lingkungan produksinya apakah memenuhi syarat-syarat sanitasi higienis atau tidak. Karena di pedoman al-Qur'an maupun Hadist, halal atau thoyyib itu selalu menjadi satu paket. Meskipun poin utamanya adalah halal, tetapi thoyyib nya itu kita juga perhatikan. Kalau ditemukan produk halal namun tidak thoyyib, maka kita biasanya adakan pembinaan/platihan.

- f. Bagaimana sosialisasi sertifikasi halal ini kepada seluruh stakeholder, khususnya untuk para pemilik perusahaan?

Jadi, dalam rangka sosialisasi apalagi sekarang sudah wajib ini dengan adanya UU kan sudah wajib. Semua produsen harus mencari sertifikasi halal thd produk-produk yang dihasilkan. Meskipun ada masa toleransi, misal produk pangan itu sampai 2024. Skarenag ini sdah wajib, tapi sifatnya masih membina, belum ada semacam sanksi atau hukuman bagi industri yang tak memiliki sertifikat halal. Karena sifatnya masih pembinaan sampai tahun 2024. Untuk obat2 dan kosmetika itu lebih panjang lagi. Jd meskipun wajib, ini sifatnya masih pembinaan dan blum ada sanksi. Namun, kalau kita kembali pada falsafah bahwa makanan itu harus halal dan thoyyib. Banyak surat maupun hadist yang mnjelaskan tentang hal ini. Maka pihak industri harus mmperhatikan kaidah halal dari hulu hingga hilirnya. sekarang ini sertifikasi halal sudah bersifat obligatory/wajib maka tentu akan lebih ketat lagi. Baik perusahaan itu perusahaan non Muslim atau sebaliknya. Karena konsumennya adalah orang-orang Muslim, jika mmproduksi produk non halal tentu tak ada pembelinya. Dalam rangka sosialisasi trsebut, baik saat sertifikasi halal itu sifatnya voluntary dan yang saat ini sudah bersifat obligatory maka LPPOM aktif mengadakan untuk sosialisasi dalam brbagai macam bentuk. Misalkan yang rutin kita laksanakan adalah Advancing halal auditing



technique ini untuk memberi pencerahan pd masyarakat terutama masyarakat produsen, disamping itu pembekalan bagi auditor untuk refresh keilmuan terkait halal dan haram. Acara ini mengundang banyak perusahaan untuk berpartisipasi. Kemudian acara lainnya adalah ngaji bareng yang ditujukan pada masyarakat dan jg untuk sosialisasi tentang kewajiban untuk memproduksi produk halal kita lakukan secara online selama pandemic, kalau offline biasanya kita adakan di masjid, mushola, grup2 kajian, dan di pesantren2. Selain itu, kita sudah beberapa kali mengadakan lomba vlog maupun lomba LKTI yang ditujukan pada pelajar dan mahasiswa se-Jawa bahkan ada rencana se-Indonesia. Kemudian kita jg banyak bekerja sama dengan lembaga2 halal, smisal dengan DINPAR Yogya ini kita sudah ajak kerjasama dalam rangka memberikan informasi terkait industri apa saja yang sudah bersertifikasi halal dr LPPOM Yogya ini kita upload di websitenya DINPAR tujuannya untuk wisatawan yang ingin mencari resto halal, atau tempat industri2 halal lainnya. Sehingga hal ini akan dapat memberi kemudahan bagi masyarakat. Satu lagi, kita juga aktif dalam siaran-siaran baik dengan radio maupun dengan televisi. Hal ini secara rutin sudah kita lakukan. Salah satunya yang bertajuk Kabar Halal, bekerjasama dengan salah satu radio di Yogya dan sudah berjalan 3 tahun ini.

- g. Apakah betul LPPOM itu ada hubungannya dengan sertifikasi hotel halal?

Saya sampaikan dahulu bahwa definisi hotel halal itu memang masih belum menjadi sebuah ketentuan yang dituangkan oleh MUI. Jadi, masih berupa tulisan-tulisan lepas yang disampaikan oleh ulama-ulama ataupun oleh pegiat-pegiat halal. Sehingga belum menjadi pedoman atau semacam UU yang menjadi sumber pegangan hotel halal. Selain itu, hotel2 yang ada memang belum berniat untuk mengajukan sertifikasi halal pd hotelnya dengan berbagai alasan. Yang dilakukan saat ini adalah sebatas mensertifikatkan restonya saja (tiap

hotel biasanya ada restonya) na ini sudah ada sjumlah hotel yang melakukan sertifikasi halal thd restonya. Untuk sertifikasi hotel secara umum, khususnya di Sleman itu belum ada. Bahkan di Jogja saja belum ada. Hotel halal ini kan misalkan kalau hotel halal itu kan tidak hanya restonya yang halal, akan tetapi tersedia tmpat sholat yang sangat memadai, kemudian ada petunjuk arah kiblat di masing2 kamar. Kmudian adanya kewajiban bagi tamu harus memiliki hubungan yang sah (suami istri) itu sampai saat ini belum mnjadi patokan. Jadi mereka baru sebatas mensertifikatkan produk pangan yang diproduksi oleh hotel/resto tersebut. belum ada secara umum sertifikasi untuk hotel halal. Khususnya di Jogja, yang dikembangkan baru sertifikasi untuk restonya saja. Resto dan dapur hotel itu satu paket. Yang sudah tersertifikasi resto hotel yang ada di Jogja adalah: Pesona Hotel Tugu, Pesona Hotel Malioboro, Fave Hotel Malioboro, Ispac Hotel, Bhinneka Pratama Jaya. Ini semua restonya yang tersertifikasi.

h. Bagaimana hubungan sertifikasi halal dengan pariwisata?

Hubungannya sangat erat. Bahwa di dunia pariwisata itukan pasti nanti ada komponen-komponen yang terlibat yang ada di dalamnya misalnya trkait dengan makanan yang ada di satu area wisata. biasanya ini satu paket dengan pariwisata. Ada restonya dan segala macam. Jadi, tentu makanan ini harus halal. Kemudian, dari sisi fasilitas ibadah. Tentu ini tak boleh lepas. Baik itu mushola atau masjid di tmpat wisata trsebut. Ini hrs ada. Lalu, tidk boleh menyediakan minuman-minuman yang berbau khamr. Maka, jika ini trjadi tentu akan bermasalah kehalalannya. Aspek lainnya yakni pelayannya. Harus islami, menggunaka atribut2 yang tak bertentangan dengan agama Islam. kemudian harus ramah dan sopan, serta sikat positif2 lainnya. kmudian fasilitas-fasilitas lainnya tentu tidak boleh brtentangan dengan kaidah halal haram. Tmpat2 wisata yang mngandung kesyirikan misalkan ada gua2nya yang dipercayai dpt

memberi berkah maka tidak boleh ada seperti itu kalau suatu saat destinasi wisata harus disertifikasi halal. Saat ini belum ada pariwisata halal, sifatnya masih bersifat umum, tetapi suatu saat kalau UU itu mutlak diwajibkan maka kriteria<sup>2</sup> yang tadi saya sebutkan itu harus ada di suatu tempat wisata. Untuk saat ini saya kira masih jauh untuk mencapai kondisi ini. Paling hanya ada 1,2, atau 3 item saja, belum sepenuhnya.

i. Perlukah DIY mengadakan pariwisata ramah Muslim/halal?

Dulu sempat ada wacana. Pada saat itu, Direktur LPPOM sudah melaksanakan pertemuan dengan wakil gubernur Jogja menyinggung, halal corner. Misalkan tempat-tempat tertentu yang nanti dijadikan kompleks percontohan halal. Misalkan, bakpia. Nanti jadi suatu item produk yang halal, jadi nanti ada daerah-daerah tertentu yang memproduksi bakpia halal. Halal corner bakpia, begitu. Contoh lain misalkan adalah ayam goreng kalasan. Banyak di daerah dekat prambanan, nah di daerah sana sudah melakukan pelatihan<sup>2</sup> untuk seluruh produsen disana. Ketika mereka menggunakan ayam sebagai bahan utamanya, maka harus diperoleh dari RPH yang sudah halal atau mereka sudah memiliki tukang jagal sendiri yang telah dilatih oleh LPPOM MUI sehingga memenuhi kriteria halal. Jadi baru sbatas halal corner. Tapi semakin luas misalnya pariwisata halal begitu, ini penting dan menjadi suatu hal yang sangat berkembang dan dinamis akan tetapi itu perlu dibicarakan lagi. Membangun ini harus ada kerjasama dari berbagai stakeholder terkait untuk mewujudkan itu semua. Meskipun Indonesia mayoritas Islam, tetapi juga ada sebagian yang non muslim dimana mereka terhadap halal dan haram mungkin menjadi nomor sekian. Kalau pun Indonesia mayoritas Muslim belum tentu juga pemahaman mereka terkait halal dan haram itu sama, berbeda beda juga. Sehingga memang harus dilakukan konsolidasi pertemuan-pertemuan secara kontinyu untuk mewujudkan itu semua baik dari pemerintah daerah, LPPOM MUI, Dinas-dinas terkait, ini perlu berdiskusi lebih lanjut untuk

mewujudkan pariwisata halal ini. Saya kira di Indonesia tahun 2020 kemarin berdasarkan indeks global halal, Indonesia kan nomor 1. Tapi sekarang turun lagi jadi nomor 2. Sebenarnya dari potensi pariwisata halal otomatis sudah ada di kelompok atas di dunia. Padahal di Indonesia belum ada wisata halal tapi sudah diatas, apalagi jika ada. Kemarin sempat ada wacana dari pemerintah itu akan menjadikan NTB, Jogja, itu sebagai destinasi wisata halal. Tapi masih dalam wacana-wacana, belum ditindak lanjuti secara serius. Masih perlu kajian yang mendalam.

### c. Wisata Tebing Breksi

#### 1. Bapak Halim (HUMAS)

##### a. Sejarah tebing breksi?

Awal breksi ini adalah sebenarnya tanah kas desa dari keseluruhan luasnya itu sekitar 22 Ha yang 6,3 Ha ada di breksi ini khususnya. Wilayah di breksi ini awalnya adalah tanah bengkoknya pak Lurah. Tanah bengkok itu tanah yang diberikan kepada lurah selama ia menjabat (periode). Kalau ia tak jadi lurah lagi, otomatis dikembalikan. Skitar tahun 70an karena lahan disini tandus, tak bisa di olah karena tidak terlalu subur, akhirnya dalam hal ini yakni pejabat setempat atau lurahnya dikontrakan kepada penambang. Dari depan sampai kebelakang dahulu terpotong karena sudah 50 tahunan lebih. Jadi ditambangkan lalu dikontrakan kepada penambang dan hasil dari penambangan itu adalah untuk pak lurah, aparat desa, juga sebagian dikembalikan kepada PAD untuk pembangunan, namun tak banyak dan itu tak tercatat dengan rapi. Kalau mau tahu, tentu bisa ditanyakan ke kelurahan. Ada yang bilang setahun utk kelurahan itu Cuma 6 jt dan ada yng bilang 8 jt kita ga tahu ya. Pnambangan dihentikan pada tahun 2014 karena atas rekomendasi dari badan geologi nasional waktu itu dibawah pimpinan Mbah Rono diteliti disini selama hampir 1 tahun dari 2013 smpai 2014 awal itu, dan ditemukan bahwa breksi

ini adalah geo heritage (warisan sejarah geologi) diteliti lebih lanjut bahwa breksi ini merupakan abu vulkanik yang mengendap gunung api purba ada sebagian bilang dari gunung api purba Nglanggeran, namun menurut Prof. Subagyo dari UPN dengan tegas mengatakan bahwa ini adalah abu dari gunung Sumilir yang ada di Klaten. Dari dulu itu laut yang naik ke atas akhirnya jadilah bukit-bukit ini sehingga yang dilewati laut dari gunung Sumilir kesini ya berupa padas padas ini. Mengapa dinamakan breksi karena breksi menurut ahli geologi merupakan batuan yang terjadi karena endapan abu vulkanik gunung api purba. Jadi di Jogja itu ada tiga, endapan lava namanya lava bantal, endapan magma namanya Nglanggeran, dan ini endapan abu vulkanik namanya Breksi. Setelah direkomendasikan dari badan geologi nasional merupakan kawasan heritage maka thn 2014 penambangan dihentikan oleh gubernur tidak boleh ditambang lagi. Dan atas kesepakatan pak lurah dan aparat desa yang dinaungi DINPAR provinsi dijadikanlah objek wisata dan diresmikan pada tanggal 30 Mei 2015. Kebetulan awal 2015 itu DINPAR punya program namanya pembuatan 20 ampiteater. Salah satunya diberikan ke kelurahan Sambirejo yang dulu rencananya dibangun ke kelurahan tapi atas kejeniusan bapak Arya sebagai atasan saya di kepala bidang pengembangan destinasi ditaruhlah disini. Otomatis dengan ditaruhnya disini membuat orang berpikir bahwa tak akan bisa menambang disini lagi. Terbukti memang di thn 2014 sudah dihentikan penambangannya walaupun masih ada curi2 sedikit. 2015 akhirnya berhenti total lalu dilaunching di tgl 30 Mei oleh pak Gubernur menjadi wisata. Itu awalnya seperti itu. Lalu, gubernur mmeri bantuan 3x yang pertama adalah pembangunan warung kuliner sebanyak 20 lapak. Kedua, adalah berupa masjid yang dilengkapi juga dengan toilet2 seperti yang ada di bawah beringin parkir selatan ada 2 buah, di masjid ada 2, di belakang ada 4. Ketiga, diberikan gubernur itu adalah di tahun 2016 awal yakni

pembangunan lapak2 pedagang kaki lima ini baik yang didepan maupun di belakang, sebanyak 64 lapak. Jadi total semua adalah 84 lapak jualan, dan 8 toilet. 8 toilet yang lain itu kita yang membangun, ditambah dengan yang ada di balkondes ada 8 toilet, lalu ada di guesthousenya ada 8 toilet. Pembangunan selanjutnya adalah untuk di bagian bawah itu ada 2 tepatnya di utara tebing. Di kebun buah juga ada 2 toilet. Total 36 toilet yang tersebar diseluruh area wisata breksi. Fasilitas selanjutnya adalah masjid dan aada musholla yang ada di belakang 1, di bawah ada 2 musholla. Cuma untuk sholat jamaah ada di masjid utama. Sisanya hanya untuk kondisional saja. Di masa pandemic ini kita mendapat bantuan 8 tmpat cuci tangan itu dari DINPAR sleman, sedangkan 60 lainnya dari kita sendiri. Total ada 68 tmpat cuci tangan diseluruh area wisata. Untuk CHSE itu Cuma meninjau kesini tentang apakah breksi dimasa pandemic itu layak untuk dikunjungi, dan kita dapat sertifikat. Jadi breksi adalah salah satu objek wisata yang dianggap aman utk dikunjungi. Disamping itu juga ada gazebo ini dari kementerian desa ada 6. Juga ada fasilitas2 pendukung seperti joglo yang ada dibelakang itu ada satu. Kamar pun kami punya satu untuk keluarga dengan kapasitas 10 org, dan 3 buah kamar utk masing2 2 orang. Kalau ruang meeting kita punya 1 dgn kapasitas skitar 30 org. jadi kalau ada pelatihan2 jika dipaksakan 40 org juga bisa. Ini letaknya di BALKONDES. Di BALKONDES juga ada restonya jadi resto tadi ada 1 yang kita kelola sendiri, sisanya dikelola masyarakat letaknya di BALKONDES juga. Jadi breksi ini memang unik, tanah ini berbelok-belok. Contohnya bangunan belakang kantor, ini bukan punya kita. saya tak tahu apakah dahulu ada permainan. Disamping kita punya restoran, punya penginapan, kantor pengelola, ruang pertemuan, ruang pertemuan ini dari kas pengelola sendiri, memiliki area taman parkir yang sangat luas kira2 bisa menampung bus sebnyak 100 buah baik di depan, belakang, ataupun di samping, dan juga kendaraan sekali masuk bisa 600-700

kendaraan, juga untuk parkir2 motor yang sangat luas dpt menampung 2000-3000 motor bisa masuk. Yang menjadi idola disini adalah spot foto2 yang ada di tebing, dan yang berada di atas tebing. Selain itu, ada satu bangunan yang ada di sisi utara tebing itu sumbangan dari lintas komunitas peduli wisata itu fungsinya adalah tempat pertemuan difungsikan sbg skretariat lintas. Lintas komunitas peduli wisata adalah perkumpulan penggemar motor, mobil, objek wisata, moge, sepeda onthel, seluruhnya ada sekitar 60 komunitas bergabung jadi satu. Na dibelakang rumah lintas itu ada 300an pohon buah itu adalah hasil karya adik2 UPN waktu KKN dsini dahulu pada tahun 2016 di bulan Mei yang memiliki program bernama Breksinergi, disinergikan dgn adik2 UPN kita mengemis kasarannya minta2 ke instansi pemerintah atau swasta utk penghijauan shingga kita mendapat skitar 300 pohon buah yang ditanam disitu yang bisa dilihat disitu walaupun tidak terlalu subur buahnya jadi kecil Karena kondisi tanahnya, klengkengnya juga mini. Dulu yang menanam itu dari adik-adik pertanian UPN diberikan seperti pot-pot raksasa, dari bawah membawa tanah ditumpuk baru ditanam.

- b. Apakah wisatawan Muslim merasa aman ketika berwisata disini jika dikaitkan dengan kemudahannya untuk beribadah?

Yang pertama ketersediaan air sangat banyak disini, bahkan dimasjid ini kalau kita hendak sholat dan wudhu gratis yang dipungut adalah kalau kita kencing, buang air itu 2rb. Hanya saja orang masuk kesitu sekalian beramal. Masjid disini digunakan juga untuk sholat jumat sedangkan kalau ia parkir dibelakang ada balkondes yang menyediakan mushola, ditempat parkir pohon buah juga ada mushola bahkan disebelah utara tebing dekat spot area disitu juga ada mushola, jadi ada 4 tempat ibadah. Sehingga untuk Muslim insyaAllah aman. Dan setiap menjelang sholat juga selalu didengungkan adzan. Kadang-kadang tidak mungkin karena petugasnya sedang keliling. Dsini ada sholat jamaah yang jelas itu dhuhur ashar magrib. Kalo isya kadang-

kadang iya dan tidak karena tugasnya giliran. Dan mayoritas disini kan Muslim semua, dari 120 karyawan, ditambah 30 karyawan itu Cuma 2 yang non Islam, kakak beradik. Semuanya Muslim hanya saja memang muslimnya setaat mahasiswa UII. Saya juga heran ya, saya disini dari thn 2018 februari, yang melaksanakan sholat di masjid ya itu itu saja. Jadi Islam ya Islam tapi tidak terlalu taat.

- c. Terkait makanan, mungkin ada sertifikasi yang harus ditepati oleh para pedagang? Atau hanya sebatas jangan menjual yang tidak halal? Kalau kita disini kesepakatan dari awal memang tidak perlu menjual masakan yang haram artinya seperti babi atau minuman keras juga tidak akan dijual karena ada di mayoritas walaupun tidak terlalu taat dalam beragama, sehingga tidak ada yang menjual makanan/minuman yang haram walaupun belum ada sertifikasi halal, tapi yang halal itu prodaknya misalnya mie yang ada tulisannya halal, tapi secara masakan tidak. Hanya disini sudah terkondisi bahwa kita tidak akan menjual makanan-makanan yang haram.
- d. Pengembangan kedepan yang akan dilakukan pengelola? Sebenarnya sudah banyak sekali. Namun semuanya terhenti akibat korona. Kita sebelumnya sudah sepakat dengan investor China, jadi dari depan itu mau dibuat teras kaca sepanjang sekitar 600-700m di atas tebing itu. Tapi dia nanti tempatnya di situ (taman atas), Cuma nanti masuknya sendiri, tidak melalui breksi (pisah dengan breksi). Kita sebenarnya sudah disewa selama 10 tahun dengan setahunnya 600 juta, tapi semua itu terhenti karena korona. Yang kedua kita sebenarnya sudah dijanjikan membuat kolam di utara itu diperluas terus nanti dibuat taman, terus ditambah dengan bebek2an jadi ada wisata airnya. Tp ternyata karena anggaran dari kementerian desa pusat yang kabarnya waktu itu 1-2 M sudah Acc bahkan menterinya sudah ke breksi, tapi stop semua. Jadi rencana pengembangan sudah ada, rencana ketiga adalah kita akan membuat tambahan untuk penginapan dari PT. Telkom. Penginapan kan baru satu rumah itu aja



kan (balkondes) dan tiga buah kamar dan seberangnya mau dibikin lg untuk penginapan sekitaran ada 6 kamar. Tapi ya semua berhenti semua. Apakah akan berlanjut di tahun depan, nyatanya jangankan Telkom, di dinas2 sendiri, pemerintah sendiri semuanya stop. Ini aja kita ga jadi memperbaiki jalan, nambah ukir ukiran. Dan di sebelah rumah lintas rencananya mau di kasi batu-batu indah gitu untuk tempat pameran, ini juga terhenti. Karena dana rodok seret. Waktu sebelum pandemic di bulan maret punya cadangan skitar 1,6 M, sekarang ya tinggal 500 jutaan itu, karena ya sudha terlanjur membangun masjid kecil, joglo kecil yang ada di kebun buah itu kita harus selesaikan. Tapi bantuan-bantuan dari pihak lain baik hibah maupun CSR tahun kmarin sampai tahun ini berhenti semua. Jadi Telkom 2017 itu membangun dengan anggaran 4,5 M itu adalah salah satunya dibelakang (utara) ada resto, balkondes, kamar tamu. Sebagai tindak lanjut bahwa mereka meminta untuk diberi space promosi di kuliner atas. Ya rasa terima kasih. Cuma kita bkan berupa uang ya, dalam bentuk bangunan. Cuma ya apakah itu senilai 4,5 M beneran atau tidak, kita tidak tahu, yang penting bangunannya sudah ada. Karena itu adalah consensus kesepakatan dengan ibu Menteri Rini Suandi waktu kesini kita minta dibangun satu buah BALKONDES yang berisi restoran, ruang meeting, joglo, kamar tamu dan dibuatkan lah itu.

e. Bagaimana cara memasarkan wisata tebing breksi ini?

Kita itu brandingnya adalah gotong royong, rukun, dan transparan. Itu branding kita. sedangkan untuk pemasarannya selama ini, sebelum masa pandemic kita telah melaksanakan macem2. Kita mengikutsertakan untk pelatihan SDM, di Jakarta juga pernah yang diselenggarakan DINPAR DIY, DINPAR Sleman itu kita mengadakan itu. Yang kedua, memang kita sekarang ini dengan berkembangnya teknologi yang sangat canggih, melalui Ytube ini sudah ada channelnya, ig pun ada. Beberapa bulan yang lalu, sayakan dikirim

dari RRI. RRI ini biasa mengajak wawancara. Seksi pemasaran itu sebenarnya mas Antok, tapi mas Antok kemarin itu cuti sampai sekarang belum masuk.

f. Tata cara rekrutmen karyawan disini bagaimana?

Kalau dulunya karyawan itu adalah semua keluarga penambang disini, tapi mulai tahun 2019 kemarin kita sudah terbuka untuk menerima karyawan hanya saja dikhususkan untuk masyarakat disini atau diprioritaskan. Dan saat ini ya penerimaan karyawan mulai tahun 2020 ditutup karena adanya pandemic, bayar gajinya gimana kan. Jadi banyak lamaran<sup>2</sup> yang tidak kita terima Karena kondisi ini. Hanya disini yang karyawannya tidak ada batas usianya, tidak ada batas pendidikan. Ada yang tidak bisa baca ya kita terima kita tempatkan dibagian belakang yakni di pertukangan. Bendaharawan kita 2 orang itu lulusan SMP. SDM nya memang sangat rendah, bahkan ketua pengelolanya Mas Kholid itu lulusan STM/SMK, tapi disini terbentuk karena alam. Ya lama lama mampu. Lulusan sarjana disini Cuma saya (Pak Halim), sarjana muda ada Mas Budi, Mas Anto, sisanya ya lulusan SMA/SLTA. Tapi yang dulu tak bisa ngetik, ga bisa computer sekarang sudah bisa. Sekretarisnya itu lulusan SMK juga, tapi dlu pernah kerja di Duta Foto. Dan disini rata2 karyawan yang pernah melanglangbuana di Bali, Jakarta kita panggil kembali. Karena kalau di Bali gaji 5 Juta ya mending di Jogja gaji 3 Juta, bisa beli apa apa. Ya Alhamdulillah lama-lama pada melek teknologi karena yaa harus dan diwajibkan bisa. Sedangkan orang-orang yang tukang masak disini juga dulu ya ga bisa masak semua, karena kerjanya nambang. Tapi setelah launching tanggal 30 mei 2015 waktu itu DINPAR ada program satu hotel, satu objek.

2. Bapak Budi Nurliawan (Bidang Pembangunan)

a. Secara umum, bagaimana pengelolaan wisata tebing breksi ini?

Awalnya dengan bergotong royong, lalu sekarang sedang menuju level professional. Jadi, berawal dari bergotong royong menjadi suatu

level yang professional dalam hal pengelolaannya. Dan seiring berjalannya waktu, kami berupaya menjaga keprofesionalan, atau swadaya masyarakat.

- b. Apakah ada campur tangan dinas?  
Untuk kedinasan itu sebagai pengebrak awalnya. Yakni dari dinas pariwisata provinsi DIY yang berawal amphitheatre di tahun 2015 bulan Mei yang letaknya di depan pintu masuk. Jadi dengan cikal bakal ini akhirnya pengunjung mau berkunjung. Dengan penggunaan black berry dan WA, secara otomatis menyebarkan keberadaan tebing breksi ini. Dari DINPAR Prov. DIY membangun amphitheatre, setelahnya grafik pengunjung merangkak naik. Untuk amphitheatre ini pure dari DINPAR Prov. DIY dengan penunjukan langsung.
- c. Dari DINPAR Sleman sendiri apakah memberi bantuan?  
Ada, yang terakhir adalah penataan taman di atas tebing, landscape jalan setapak (pedestrian) di atas tebingnya. Serta struktur bangunan yang ada di tempat kuliner di sisi utara.
- d. Apa betul yang mengelola breksi adalah BUMDES?  
Iya betul. Jadi, BUMDES ini letaknya di bawahnya desa, dan teritorinya desa. tebing breksi hanya sebagai operator pengelola objek wisata. Sedangkan BUMDES sendiri bisa membawahi beberapa pengelola yang ada dalam teritori desa, seperti watu payung, candi ijo. Kecuali yang lahan2 desa ya.
- e. Hasil ticketing itu masuknya kemana?  
Pertama diserap dulu oleh pengelola lalu sekian persentasenya ke BUMDES. “Ibunya” dari pengelola breksi adalah BUMDES. Walau realitanya itu pengelolanya dulu baru BUMDES.
- f. Potensi tebing breksi ini kedepannya (masa jangka panjang) untuk menarik orang-orang dari luar jogja atau dariJogja sendiri?  
Feeling saya, insyaAllah optimis. Karna dengan landscape seperti ini, menurut saya di jogja sendiri tidak ada yang menyerupai ataupun se-pulau jawa mesti berbeda. Keunggulan tebing breksi adalah letaknya

yang berada di atas ketinggian, tidak jauh dari kota, dan terbuka (tidak banyak pohon besar) karena saat pembangunan memang menghindari adanya pohon besar agar tak menghalangi view. Dari segi ekonomi, event sangat berpengaruh. Mau itu event wedding, disini bisa. Event music juga pernah terselenggara disini. Ketinggian disini sekitar 300-400 mdpl makanya sejuk. Sampai batas kunjungan ketika malam tebing breksi akan disorot 4 titik lampu utama. Dikala pandemic, breksi tutup jam 9, dulu sebelum ada corona bisa sampai jam 11, terkadang pengunjung tak pulang. Silakan. Sebelum corona datang, biasanya kami malah nolak2 karena saking banyaknya. Jadi kaitannya dgn ekonomi syari'ah, ya mestinya terkait. Dengan hadirnya banyak pengunjung dari luar, 1 orang mengeluarkan 10.000 di kali berapa orang yang datang sehingga ini banyak menghidupi banyak orang.

- g. Adanya tebing breksi ini termasuk menjadi potensinya warga sekitar untuk mengembangkan ekonominya?

Sebenarnya iya cuman terjadi kebimbangan di awal pengalihan dari mata pencaharian tambang menjadi berdagang ini mestinya orang2 akan kikuk. Yang awalnya hanya menangani batu, lalu menangani hal yang jauh berbeda.

- h. Adakah langkah terdekat untuk mengembangkan wisata ini ?

Dengan adanya corona, semua menjadi terhambat. (ikatan leher dilepas namun buntut ditarik). Semestinya menteri pariwisata yang baru juga pasti bingung, serba salah. Jika tak ada corona, bisa menggeber event2, seperti ini bisa. Bahkan tak perlu menggeber, EO EO akan datang sendirinya. Contohnya ketika suatu fakultas/himpunan membuat bazaar di weekend. Smisal penghasilan satu weekend aja bisa setara dengan satu minggu penghasilannya, ini bisa saja terjadi.

- i. Kendala pengembangan destinasi wisata breksi di masa corona ini?

Bahkan tidak ada kendala. Tanpa corona, intinya tetap bersyukur. Dengan adanya coronapun kita tetap bersyukur. Bahkan saat corona

disini juga tetap aman, karena kondisi di lapangan yang sifatnya terbuka. Ketika ada virus yang menempel, akan menguap terkena panas, mestinya segera mati. Keunggulan di tebing breksi adalah terbuka, udara terus mengalir. Jika bicara pengembangan, banuyak yang ingin kami kembangkan, baik dari segi infrastruktur, seperti peningkatan pengerasan dan perapian jalan, tapi dengan adanya corona awalnya dulu saat lockdown itu ya Alhamdulillah malah dijadikan momen untuk memperbaiki fasilitas, bergotong royong karena aji mumpung. Banyak sebenarnya selain itu seperti penataan tanggul di sisi utara, pembentukan kolam kolam kecil. Keunggulan lain tebing breksi ini adalah mengandung batu solid, tak mengandung semen. Kedalaman batu (tebing) ini sekitar 400m. ketebalan sedimen endapan juga sama. Ini secara geologi seperti itu. Metamorfosa, perubahan bentuk dari debu dan pasir vulkanik mengendap kurang lebih sekian juta yang lalu, dan berubah menjadi batu (tebing) ini. Batu aslinya berwarna abu2, jadi bukan kapur. Kalau kapur itu cenderung dari laut, dari karang. Pengalaman gunung kelud atau merapi meletus 2010 itu kan tebal debunya kurang lebih 5cm. dari banyaknya erupsi gunung2 yang ada disekitaran tebing ini membuat lapisan batuanya bertingkat tingkat. Disini pula banyak industri gergaji batu, diketahui terdapat sekitar 40 industri penggergajian batu. Batu disini untuk kebutuhan pembangunan rumah2, penataan landscape, untuk membuat batu temple. Seperti yang ada di toko batu alam. Bukan menjual jasa potong batu, tapi pabrik batu. Karena dulu secara ekonomi, TWC ini butuh batu breksi untuk isian merehab sebuah candi, sisi dalamnya, menggunakan batu breksi karena empuk, mudah dibentuk, baru nanti dilapisan luarnya adalah batu candi. Jadi disini menyediakan batu yang sudah dipotong karena adanya permintaan dari TWC. Jadi ekonomi masyarakat disini awalnya terdongkrak dari industri penggergajian batu. selain industri ini, banyak warga yang transmigrasi ke jambi, riau, Kalimantan, karnea

begitu kemarau disini sangat kering. Dikarenakan lapisan tanah itu 1 meter dan air sulit.

j. Prasarana yang terbaru?

Yang terbaru 2020 akhir itu ada penataan landscape. Ini prosesnya 3 bulan lebih. Mulai dari agustus dengan pengupasan tanah. Ya anggap saja taman sarinya breksi. Selain adanya pembangunan musholla di utara yang dibangun pada bulan april-mei 2020 lalu. Musholla ini untuk menjangkau wisatawan yang parkir di sisi utara. Sehingga memerlukan fasilitas yang menjangkaunya serta membuat nyaman wisatawan. Selain itu pula juga untuk memecah keramaian. Rancangan bangunannya serupa, namun tak sama. Masjid raudhotussalihin ini digunakan untuk sholat jumat. Di masjid juga kegiatan rutinnya, seperti pengajian dll.

k. Terkait tariff untuk para pelapak bagaimana?

Untuk lapak di parkiran, itu ada tarif kebersihan saja. Untuk event juga ada tarifnya. Namun pak Surat yang mengurusinya. Tak ada juga sewa per tahun untuk kuliner atas. Sistem kontrak itu tak ada disini. Jadi, bisa diwariskan ke cucu-cucunya.

l. Perlukah pak ada satu restoran yang memiliki sertifikasi halal?

Menurut saya untuk di tebing breksi itu tidak perlu. Di masjid ini ada pengurus takmirnya juga. Semestinya yang bersertifikasi itu adanya di tempat yang minoritas, kalau ditempat yang mayoritas itu menjadi tidak perlu. Minoritas kan seperti di Seoul, Tokyo, dll. Jadi mubazir.

m. Terkait prasarana khususnya masjid, bagaimana pengaruh adanya masjid dalam area wisata untuk kenayaman wisatawan Muslim?

Jelas, seperti momentum mingguan yakni ibadah jumat saat pengunjung berwisata dihari jumat, tentu adanya fasilitas masjid untuk sholat jumat sangat memudahkan wisatawan muslim. Kalau tidak ada ini, tentu kami akan diprotes. Dengan awalnya 2015 dari dinas pariwisata provinsi tidak melepas begitu saja adanya wisata ini pun senantiasa memberikan masukan masukan dan bimbingan kepada

masyarakat pengelola disini terutama kaitannya dengan keberadaan masjid, atau musholla. Seperti cara kami membangun musholla itu untuk mengcover area utara karena kapasitasnya masih musholla atau misalnya membludak, musholla itu dijadikan tempat sholat jumat juga bisa. Karena lahannya pun kami siapkan jika ada kelebihan jamaah sampai ke kebun buahnya.

- n. Apakah ada rencana membuat musholla di bagian selatan?

Menurut saya menjadi tidak perlu karena sudah tercover oleh adanya masjid. Jadi hanya ada di sisi utara dan timur. Berpengaruh ada masjid, padahal riwayatnya dulu akan dibuat di dekat ampitheater. Tentu ini tidak baik ketika ada acara, bisa mengganggu ibadah. Yang sisi utara itu bisa mengcover wisatawan dari glamour camping, watu tapak sama balkondes serta wisatawan yang parkir disisi utara.

- o. Mungkin bapak punya perspektif tertentu terkait keefektifan masjid?

Selama saya disini, ini sudah sangat efektif bahkan pengajian tahunan diadakan disini. Selain dari yang tadi ada yang rutin bulanan atau khususon dari pengelola ingin mendatangkan salah satu penceramah. Masjid diluar breksi juga ada beberapa, kurang lebih jaraknya 400m dari sini, arah atas. Ada yang kebawah juga sekitar 600-700m.

- p. Apakah disini memiliki atraksi atau budaya, paket wisata yang dipamerkan ke wisatawan?

Dengan berjalannya waktu, di sini ada tarian2 anak ini diciptakan oleh warga sekitar. Mau tidak mau warga disini harus mengikuti arus pariwisata dari imbas destinasi wisata yang ada di sekitar sini. Tarian ini pun dikawal oleh mahasiswa dari ISI Yogya. Kalau kaitannya pertanian, berkaitan dgn UPN. Yang disuguhkan pada wisatawan sejauh ini belum ada, seperti contohnya di Mangunan ada Gejlok lesung. Rencana akan ada hiburan yang ditampilkan, hal ini lahir dari pelatihan2 yang didampingi ISI mudah2an anak anak disini bisa menutupinya. Ketika ada EO yang butuh tarian, bisa menggunakan jasa anak2 sini, tidak harus cari diluar. Untuk paket wisata, hanya ada

jeep saja. Bahkan sebenarnya ada kerjasama, tapi belum menjalankan sendiri, umumnya dapat imbasan dari destinasi wisata terdekat seperti, umbul ponggok Klaten yang ada paket terusan ke breksi. Ada juga dari mangunan. Kedepannya tebing breksi ingin membuat paket wisata yang bisa mengantar pengunjung ke mangunan, ke umbul ponggok, atau ke pantai. Untuk jeep itu diwadahi oleh koperasi (berbadan hukum). Dari masyarakat sekitar yang memiliki jeep dan didaftarkan ke koperasi. Dulu susah untuk mengajak masyarakat ikut berpartisipasi dalam proyek wisata ini, namun ketika sistemnya berjalan lama kelamaan masyarakat mau ikut dan rebutan. Sistemnya seperti taksi, antre berurutan menggunakan absensi. Jeep tak masuk ke BUMDES karena output dan incomenya masuk ke koperasi dan berbadan hukum. Diluar konteks, masyarakat disini dulu butuh peralihan waktu dari masyarakat perbukitan, ladang, proyek menjadi masyarakat wisata ini butuh waktu. Menanamkan kesadaran dulu awalnya baru mengencarkan kegiatan2 seni budaya.

- q. Apakah atraksi budaya/paket wisata ini penting untuk suatu destinasi wisata?

Hal ini, Di tebing breksi tidak terlampau wajib. Karena keunggulannya di tebing breksi letaknya ada di ketinggian, atraksinya matahari terbenam dan terbit. Orang duduk2 melihat matahari terbenam seperti di watugupit.

3. Bapak Suratno (Tiketing/Pengelola Stand Makanan)

- a. Apakah betul yang memiliki lapak makanan disini khusus untuk para bekas penambang?

Sebelum ada tebing breksi, ini bekas pertambangan. Dan rata2 penambangnya adalah warga desa sini, kurang lebih ditambang sekitar tahun 80an. Saya juga masih kecil waktu itu. Seiring berjalannya waktu, banyak pengujung datang ke bekas penambangan ini, banyak pula penelitian2 dari badan geologi. Breksi ini awalnya dari endapat gunung api purba di Nglanggeran, jadi breksi ini sisa2 endapan



gunung api purba yang pada saat ini harus dilindungi dan tidak boleh ditambang lagi. Dari sini DINPAR berpikir jika seandainya ditutup, mata pencaharian warga sekitar ini bagaimana. Na dari sini, mata pencahariannya dialihkan ke kuliner sebagian juga sebagai pengelola, ada juga yang menyewakan jeep nya, jadi agar mata pencahariannya tidak terputus.

- b. Apakah ada tarifnya utnk membuka/menyewa lapak kuliner?

Sementara ini belum ada. Adapun hanya menarik biaya sampah. Kebersihan, perawatan. Jadi nanti kalau ada yang rusak, akan ditanggung oleh pihak kulinernya. Contohnya seperti kursi payung yang ada di teras. Itu kalau rusak yang nanggung adalah pihak kuliner untuk perbaikannya. Kursi payung ini milik bersama dan support dari le minerale, hidario coco. Yang di parkirannya itu kuliner kaki lima, kalau yang di atas adalah kuliner kontrak, berbeda. Di utara tebing juga ada lagi, ada juga yang nyewa kayak warung manunggal roso, itu termasuk nyewa. Yang nyewa ini adalah usaha sendiri, maksudnya di wilayah breksi Cuma semuanya modal sendiri, nyewa. Yang nyempil dekat musholla itu milik sendiri, tanahnya milik sendiri terus dibangun. BUMDES sendiri adalah wadah kpengelolaan yang ada di desa Sambirejo, jadi ketentuan yang ada selama ini adalah dari BUMDES. Jadi kita dibawahnya BUMDES secara struktur

- c. Kuliner bawah (parkiran) berarti juga tak ada tarikan ya?

Kita kondisional ya mas kalau yang dibawah. Sebelum covid, ada dana kebersihan dan perawatan. Kalau hari biasa itu 15ribu. Cuman kita lihat kondisional di lapangan, jadi bgini ketika rame ya monggo. Karena semua pedagang adalah warga desa kami ya to. Jadi tidak ada ketntuan tetap, jadi kesadaran sendiri saja. Jadi kalau rame atau dagangannya laku ya ngasi, kalau ga rame ga laku, ya enggak kita maklum. Karena namanya juga jenenge wong ngadang-ngadang iki ra mesti. Namanya jualan ya kadang laku, kadang tidak itu kita maklumi. Jika diberi tarif tetap, ini kasihan. Kalau pas posisi ramai, semua rata2

kasi biaya tersebut. 15rb itu untuk hari biasa, untuk weekend dan Liburan itu 25rb/hari, untuk tarif bulanan itu belum ada. Menunggu ketentuan di atas, ini juga kan baru ada pemilihan kepala desa yang baru. Tidak tahu kebijakannya seperti apa. Jd kesimpulannya tidak ada biaya bulanan, dan tahunan. Serta yang mau buka lapak disini harus warga sini dan bekas penambang. Dulu itu ada 2 opsi, eh ga Cuma 2 opsi ada pengelola, diganti menjadi ternak, terus yang jualan itu, terus ada pengadaan jeep juga. Seperti itu. Karena juga lumayan banyak si mas penambang yang ada disini.

d. Uang iuran ini diputar menjadi apa ya?

Itu untuk dikembangkan lagi. Breksi ini masih dalam tahap pengembangan mas. Dari dana itu, kita kembangkan lagi contoh untuk perawatan, kalau ada kerusakan atau apa gitu, kalau kita back up ga dari situ, dari mana lagi? Untuk pengembangan juga. Pengembangan ini juga kan butuh biaya kan mas.

e. Bapak juga memegang ketakmiran masjid ya?

Iya. Ini ada strukturnya. Ada ketua takmirnya, ketuanya itu Agus Salim. Beliau tidak disini. Saya wakil di sini. Bendaharanya pak Widodo, trus skretarisnya saya lupa. Sistem pengelolaan masjid utnk saat ini kepengelolaannya saat ini Cuma kita bersihkan tiap hari berkala. Kita pel, sapu dan lain sebagainya. Tiap senin slama pandemic kita semprotkan disinfektan. Hari senin, breksi ini slalu di adakan penyemprotan disinfekta secara menyeluruh. Untuk kegiatan rutin tiap ahad legi dipagi hari, itu ada mujahadah, sama paling sholat jumat. Sebenarnya ada pengajian juga, tapi belum jadi lagi. Pas puasa juga ada tarawihnya, Cuma kalau tadarusnya blum ada. Musholla yang ada di utara juga satu pengelola dengan masjid. Pra sarana juga sudah lengkap di mushola, kalau hujan kan air masuk to mas jadi tak suruh beli kre biar gak tampiasan air.

f. Mungkin ada suatu yang kurang terkait prasarana di masjid?

Kalau dimasjid, menurut kita sudah lumayan cukup ya. Yang kurang bagus itu speaker dalamnya, sedikit brebek. Trutama waktu sholat jumat. Saat khotbah, lebih baik pakai speaker dalam. Untuk sandal wudhu sudah banyak tersedia, Cuma ilang-ilang terus. Tapi ya gapapa.

g. Terkait event bagaimana pak?

Iya saya, cuman sudah lama tidak pegang event, yang pegang event expert ke Pak Eko karena ada tupoksinya masing2. Kalau stand yang ada di event (open booth), itu baru saya. Biaya open booth itu tergantung tempat, produk yang dijual apa, serta ukuran boothnya berapa. Contoh booth 3x3 itu per harinya 500 rb. Kalau boothnya Cuma pakai meja kecil untuk sampling produk itu skitar 300 atau 250rb per harinya tergantung kesepakatannya seperti apa.

h. Bapak berkecimpung di ketakmiran, stand booth, kuliner, apakah bapak berkecimpung di sektor yang lain?

Tidak ada, sementara ini saja. Tapi kalau tak ada kegiatan pokok saya biasanya ada di post parkir. Kondisional mas kerjanya, mana yang urgen maka didahulukan.

i. Tarif tiket masuknya bagaimana bapak?

Per orang untuk wisatawan domestic itu 10.000, wisatawan asing 20.000. parkir bis 25.000, mini bis 15.000, terus untuk mobil 5.000, dan sepeda motor 2.000. semua hasil ini larinya ke BUMDES. Nanti pembagiannya persentase, yang lebih tahu tentu manajemennya.

4. Wisatawan Breksi

a. Bapak Yadi Boyolali

- Dari boyolali jam 7 pagi
- Sebelum ke tebing Breksi, berkeliling ke pantai Dariini
- Rencana sekali jalan, ada 3 destinasi termasuk tebing breksi
- Kesan di tebing breksi: senang cuman capek.
- Masalah ibadah disini: gampang, karena masjidnya dekat
- Sudah kedua kali ke tebing breksi (sebelum corona pernah kesini, dengan kader posyandu. Baru sekali ini ngajak keluarga)
- Anaknya ada dua

- Kekurangan dari tebing breksi: jumlah masjid sudah cukup, jumlah warung juga sudah cukup
  - Akses kesini cukup sulit dengan adanya tanjakan yang cukup curang
- b. Ibu Juariyah Surabaya
- Sebelum ke tebing breksi, sempat ke prambanan, ratu boko, taman sari, Malioboro, pantai indariyanti (2 hari trip)
  - Berangkat dengan keluarga 1 mobil
  - Baru sekali ke tebing breksi karena baru tahu juga ada wisata sebagus ini di Jogja
  - Tebing breksi dijadikan tempat nyantai
  - Kepingin datang lagi ke breksi, ingin juga datang ke wisata yang belum pernah dikunjungi
  - Apakah terberatkan ketika masuk jam sholat: sudah di jamak waktu istirahat tadi
  - Anak2 ambil cuti, jadi dipakai buat wisata
  - Suka berwisata, sudah tua jadi cari senangnya aja
  - Sepertinya akan kembali lagi berwisata ke tebing breksi
  - Nyaman disini,, seger, hawanya enak
- c. Mbak Aisyah Lampung
- Suka banget, soalnya bagus terus cari makanan juga enak, tempat sholatnya dekat
  - Ingin kembali kesini lagi next time
  - Ingin ngadain acara disini seperti wedding
  - Saran: sudah bagus, tinggal ditambah dengan perawatan2 segala sisi, perlu juga untuk memperbaiki jalan masuknya yang sedikit grudug grudug
  - Kesimpulannya saya nyaman disini.
5. Warga Di Breksi
- a. Pedagang Minuman (bu Sarmini, 46 Thn) tgl 23 Feb:
- Selama pandemic, penjualannya menurun
  - Sebelum pandemic, omzet hariannya dapat mencapai 500rb
  - Kala itu pernah sebelum ada pandemic, penerimaan total seluruh pendapatan dari penjualan makanan dan minuman di seluruh lapak mencapai 54 juta/hari
  - Bus pariwisata dari sekolah-sekolah kerap meramaikan lapak, dan ini berpengaruh signifikan (bus study tour)

- Menurut ibu penjual, hasil dari penjualan makanan dan minuman ini dapat memenuhi kebutuhan hidupnya
  - Sekedar informasi bahwa tebing breksi ini telah ada sejak tahun 2015 yang diawali dengan adanya penambangan
  - Tebing breksi juga kerap dijadikan venue pagelaran music
  - Ibu ini telah berjualan selama 2 tahun di tebing breksi
  - Sebelum pandemic, paling ramai kunjungannya ada pada libur tahun baru yang dikarenakan adanya pesta kembang api
  - Tebing breksi ini dikelola oleh BUMDES yang meliputi: destinasi wisata, penginapan, hingga rumah makan/lapak makanan
  - Masjid disini (masjid raudhotussolihin) digunakan untuk sholat jumat dan digunakan untuk kegiatan agama
  - Sekedar informasi bahwa bapak lurah setempat masih baru menjabat (sekitar 3 bulanan)
- b. Driver Jeep (Mas Sigit, 28 Thn) tgl 03 Maret:
- Sistemnya jeep2 yang ada di tebing breksi ini untuk dijadikan paket wisata berkeliling objek wisata lain disekitar tebing breksi
  - Digaji oleh koperasi yang hitungannya gajinya adalah tiap melakukan trip, dengan rincian pakatnya:
    - S dengan gaji 60.000
    - M dengan gaji 70.000
    - L dengan gaji 100.000
  - Kendaraan jeep nya milik warga. Agar jeepnya dapat bernilai ekonomis, maka pemilik jeep bekerja sama dengan koperasi untuk sama2 menjalankan paket wisata
  - Mas sigit awalnya juga seorang penambang di tebing breksi ini.
  - Tersedia 61 unit jeep, namun perharinya tersedia 5 jeep. Tergantung banyaknya permintaan trip
  - Sistem trip jeepnya adalah menggunakan antrean dan absensi agar seluruh dariiver serta jeep sama rata mendapatkan hasilnya
- c. Pedagang Kaki Lima (Mas Iwan), 27 Maret 2021:
- Disini ada peguyuban pedagang kaki lima
  - Menggunakan seragam tiap hari sabtu dan minggu
  - Ada suatu perjanjian untuk menghindari persaingan yang tidak sehat (mengenai harga jual, produk yang akan dijualpun diatur sedemikian rupa agar tidak saling bersebelahan antara jualan produk yang sama)
  - Omzet jika sepi itu 100rb an bahkan kadang ga dapat sama sekali
  - Kalau week day, bisa di atas itu

- Untuk harga komoditi pabrik (aqua, pop mie, teh, kopi, dll) itu sudah ada ketetapanannya dan para penjual harus menggunakan harga yang sama terhadap barang2 yang telah disebutukah sebelumnya)
- Terdapat 28 lapak kaki lima di parkiran selatan
- Terdapat 20 lapak kuliner atas

#### d. Desa Wisata Gamplong

##### 1. Bapak Giyono

##### a. Bagaimana profil pariwisata di Gamplong ini?

Gamplong ini merupakan sentra kerajinan tenun tradisional awalnya, tenun ATBM. Ini adanya sejak zaman penjajah. Dari zaman belanda hingga jepang. Kerajinan ini turun temurun sampai sekarang. Tahun 2004, itu pemerintah ditetapkan menjadi desa wisata namun basicnya kerajinan. Shingga paket wisata berkunjung ke Gamplong ini paket edukasi belajar kerajinan, tenun, bukan hanya tenun karena perkembangan pasar bukan hanya tenun. Kalau tenun saja belum bisa dijual secara langsung ke konsumen itu harus ada sesuatu yang baru seperti tas, keranjang dan lain sebagainya. Yang segmen pasarnya menyentuh ke pasar luar negeri. Kalo ke Gamplong, wisatanya wisata edukasi kerajinan jadi yang ke Gamplong itu kebanyakan pelajar2 (ini sebelum pandemic) kalau yang memang belajar untuk mengembangkan daerahnya itu banyak juga dari Sumatera, seperti Aceh kan disana ada lidi kelapa, Gamplong tenunnya pakai serat dari alam, seperti eceng gondong, debog pisang, pandan, dll. Jadi edukasi tentang kerajinan. Jatuhnya seperti study banding. Belajar disini kan ga hanya satu hari, karena harus menginap jadi wisatawan menginapnya di homestay2 tempat belajarnya. Berbeda dengan tempat wisata yang lain, kalo disini memang ciri khasnya itu kerajinan. Wisata nya itu 2004, kalo studio alam itu 2017. Selain kerajinan tenun, ada juga kerajinan keranjang2, kerajinan pasir juga ada nnti dibuat pigura hasilnya. Kerajinan eceng gondok juga ada, nnti disulam dan dianyam. Bisa dikombinasi dengan kulit, vynil ya seperti itu.

##### b. bahan baku pembuatan kerajinan ini dr mana?

Kalo tenun, bahan bakunya dr lidi itu diambil dari Cilacap, Ciamis, Pangandaran. Kemudian kalau eceng gondok itu dari Semarang di rawa pening. Kalao tampar/tali itu dari Madura, Banyuwangi. Jadi supply bahan sudah ada.

##### c. Untuk permintaan pasar bagaimana?

Di masa pandemic ini permintaan sangat kurang. Ya seperti pada umumnya karena banyak daerah yang dilockdown. Akhir-akhir ini

lockdown mulai dibuka. Di bulan maret 2020 yang lalu kan dilockdown, gamplong juga terdampak. Ga ada aktivitas perokonomian, perjalanan pariwisata ditutup. Bahkan mau bepergian ke luar daerah saja ada syaratnya. Perekonomian seolah-olah mati.

d. Animo wisatawan bagaimana sebelum pandemic?

Kebanyakan kalo anak-anak sekolah itu kana da pelajaran luar kelas, na itu biasanya ke Gamplong. Nnti belajar buat tas, dll. Ini sesuai dengan umur dan kelas. Anak-anak SD buat tempat pensil, gitu gitu. Kalau mau mengadakan suatu pembelajaran disini harus booking dulu istilahnya, yakni telpon dahulu berapa orang yang akan belajar. Saya sebagai ketua paguyuban TEGAR. TEGAR itu (Tekun Ekonomi Gigih Amanah Rajin). Saya juga aktif di desa wisata. sprti yang saya bilang gamplong ini backgroundnya kerajinan jadi untuk mengembangkan ekonomi desa ya dengan kerajinan itu sendiri. Contohnya dari paket wisata kerajinan. Kalau ke Gamplong bukan hanya membeli barang, tapi belajar juga. Tapi ya kami mengenakan ongkos/budget sbesar 25rb per anak. Nanti mendapatkan fasilitas berupa bahan untuk membuat kerajinan itu, ada tentornya juga, nanti ada guidenya juga. Jadi setelah selesai nanti kita punya kereta odong2 itu untuk anak-anak dan keliling nanti didampingi guide sambil diterangkan ini ini ini. Wisata disini berbasis masyarakat, jadi kita digilir. Guide nya pun digilir. Ada jadwalnya. Tempat pembelajarannya digilir. Era pandemic ini, odong2nya diperbaiki malah. Selain itu, pandemic ini kan ga ada aktivitas. Akhirnya kita membuka pasar kuliner tradisional yang bukanya tiap minggu pagi. Namanya pasar belik sonto. Dan ini untuk mengambil manfaat dari pengunjung studio yang banyak. studio kan konsepnya untuk syuting. Jadi kita buka dekat sana, agar kcipratan pengunjung dari studio. Buka sampai jam 11an siang.

e. Dari sisi ekonomi, semenjak gamplong ditetapiapkan jadi desa wisata kerajinan ini, apakah dapat mengangkat ekonomi warga disini?

Saya kira bisa. Disini itu, wrganya banyak menjadi semacam pengepulnya. Tenaga kerjanya dari luar daerah sini. Disini soalnya sdh ga ada tenaga kerja. Ada tapi sedikit. Gamplong ini kan Sleman paling selatan ya.

f. Kalo ditanya omzet bagaimana ya?

Bervariasi, anggota kami ada 21 dalam naungan TEGAR. Pas pandemic sperti ini banyak yang berhenti, karena penjualannya seret, mau dijual kemana. Kalau sbelum pandemic, omzet bisa skitar 5 -10 jt, bervariasi. Yang tertinggi ada yang sampai 50 jt. Pandemic gini ga

jalan malahan karena g ada pengunjungnya. Paling sdikit dr pnjualan online saja. Pnjualan online ini lewat shopee, bukalapak, tokped. Untuk pnjualan online, biasa lewat marketapilace gitu. Satu UKM, satu akun marketapilace. Biasanya pemuda2 yang kita suruh untuk mengelola marketapilace trsebut. Mereka kan teknologinya sudah lbih paham. Untuk pnjualan offlinenya, ini masih lewat eksportir, dan di eksport ke Amerika, Kita supplier saja. Jadi ikut eksportir, kita hanya nyuplay. Permasalahannya itu kmarin kita kordinasi dan belajar ke Dinas, kalo bisa UKM Gamplong bisa langsung mengekspor tanpa perantara eksportir. Jadi kami sudah belajar ekspor impor kmdian, di ajari administrasinya, dan manajemennya bagaimana tapi sampai sekarang belum bisa. Ekspor itu ada prijinan tertentu. Sedikit demi sedikit kami mau mngarah kesana. Selain itu, kita belajar untuk membuka/berjualan di marketapilace internasional. Sperti amazon, alibaba, dll. Kita juga prnah diajari untuk mmpromosikan produk ke Jepang. Kita juga belajar pelatihan ekspor-impor dengan Pusat Studi Perdagangan Dunia UGM dengan pembelajaran virtual via zoom. Kmdian, untuk permasalahan sekrang ini lebih pada penguasaan bahasa asing. Kalo mau merambah kesana harus bisa bahasa. Ya sedikit-sedikit tapi belum dipraktikan. Sejauh ini, belum ada wisatawan mancanegara yang berwisata kerajinan disini. Turis itu biasanya nyari produknya dan langsung datang ke Gamplong. Kerajinan itu juga sampai Bali pemasarannya. Ada juga permintaan dri hotel tapi omzetnya kecil. Terkait penjualan internasional, kita juga msh belajar. Karena sistem pembayarannya juga sdikit rumit, sperti menggunakan pay pall, dll. Trnyata ga semudah di marketapilace Indonesia yang mudah.

- g. Untuk paket wisata disni selain yang tadi (belajar kerajinan) apakah ada?

Selain itu, ya ada wisata kuliner tiap minggu pagi itu. Untuk wisata kerajinan ini, dibuka tiap hari tapi hrs telpon dulu. Karena sekarang ada PPKM, jadi tersendat wisatanya. Intinya statusnya tetap buka hingga sekarang. Namun tetap mematuhi protocol kesehatan. Jika ada grup wisatawan yang ingin belajar dan berwisata disini, bisa telponya ke saya (Bapak Giono). Kita kan promosi lewat online juga. Macam2 pakai IG, FB, dll. Atau lewat Dinas. Kita juga kerjasama dengan Telkom dengan mgamplongk ke dalam marketapilacanya. Jadi di Gamplong ini ada wisata edukasi, ada wisata kuliner. Ada sebenarnya wisata outbond, tapi ga sebaik wisata yang lain. Ketika ada yang mau booking untuk berwisata edukasi, maka kami sebagai pengelola akan



menjadwalkan kapan sedianya bisa dilaksanakan kegiatan tersebut. karena kalau pelatihan, kita harus mempersiapkan semuanya. Paling cepat 3 hari.

h. Bagaimana kontribusi wisata kerajinan ini terhadap desa?

Hasilnya itu untuk pribadi. Kalau kereta wisata yang berbasis masyarakat itu ada pembagiannya untuk RT /RW, tentor, Guide, pengemudi keretanya, sama dibagi ke masyarakatnya. Pembagiannya hanya skitar sini, ga ke Sumberrahayu. Di Sumberrahayu itu malah ga mendukung. Gimana ya, kalau saya kesana malah kadang lucu. Sebetulnya prospeknya itu bagus, disana ada BUMDES. Kita sudah pernah mengajukan ke KEMENPAREKRAF. Sudah ditinjau dan ditanyakan apakah ada BUMDESnya, kita jawab belum. Akhirnya gak jadi. Dan kelurahan belum ada BUMDESnya. Kalau yang lain kan sudah ada. Jadi syarat dari KEMENPAREKRAF itu harus memiliki BUMDES. Soalnya tempat untuk bangunan permanen itu kan harus di kas desa, kalau ada bantuan dari instansi atau yang lain mgamplongnya harus di kas desa supaya kedepannya ga menjadi suatu polemik. Jugan sampai yang tujuannya untuk membangun ekonomi masyarkat, malah jadi permusuhan masyarakat. Yang sama kita malah kecamatan (Moyudan) sama kabupaten (Sleman), tapi ya sebenarnya ga baik lompat sperti itu.

i. upaya kedepan untuk mengembangkan Gamplong ini menjadi pusat kerajinan yang dikenal banyak orang?

Kita punya RPJM (Rencana Pengembangan Jangka Menengah), sebelum pandemic kita juga mendapat bimbingan dr Dinas pemerintahan Kab. Sleman untuk meningkatkan perekonomian Sleman barat yang dimana banyak warga miskin dibanding Sleman bagian yang lain, maka diadakan Sleman Exotic Fest di Gamplong. Rencananya ada festival tenun, kuliner, budaya, dll itu tenun misalnya dari jepara, Lombok, itu diundang. Rencana dulu ini tgl 20 Oktober 2020 tapi karena ada pandemic, jadi ditunda. Dananya sudah digunakan untuk penanggulangan covid ini. Kmudian kita juga pernah dikunjungi oleh Bupati. Smua ini tujuannya untuk mmpromosikan bahwa Gamplong ini punya potensi untuk dikembangkan. Karena disini ada kerajinan, kuliner, studio, wisata, dll. Dan kedepannya kami juga sudah mengusulkan beberapa tempat untuk mmbuat showroom dan museum tenun karena tenun di Gamplong ini mgamplongk cagar budaya. Jadi museumnya itu berisi tenun dari dulu smpai skarang, dipajang disitu, da nada guidenya yang menerangkan na itu kan jadi wisata tersendiri. Kmudian juga ada glamour camping. Sebenarnya

sudha di planning, sudah ada gambarnya juga. Dan kita sudah minta izin pak camat, lurah juga dan dibolehkan. Tapiii kembali lagi karena masih ada pandemic, jadi ditunda dulu. Kesimpulannya aka nada event, museum, glamour camp.

- j. Kendala dalam pengembangan wisata di gamplong?  
Masyarakat belum 100% memahami tentang wisata. baru sekitar 70% saja. Tujuan wisata berbasis masyarakat kan supaya masyarakat yang terlibat akan menghasilkan program wisata yang baik. Karena kita bukan pemilik wisata, bukan yang memiliki sendiri. Tetapi warga yang memiliki. Kendala lainnya belum terpenuhinya SAPTA PESONA, ini juga masih 70%. Wisata kan bisa mengangkat segalanya dengan berbagai aspek. Termgamploong kenyamanan, keamanan, perdagangan, dan kerajinan juga sebagai oleh-olehnya, kulinernya untuk menyajikan makanan kan dengan adanya wisata, ini semua bisa terangkat. Kadang seperti itu, pemerintah desa belum memahami. Belum memahami kalau wisata itu taunya Cuma bermain/dolan-dolan itu aja. Enggak sampai memikirkan aspek yang lainnya. sebetulnya kalau keamanan dalam aspek ini kan ga aman, misal ada copet kan membuat wisatawan takut. Harus aman, dan kalau di Gamplong masih aman. POKDARWIS juga ada disini.
- k. Apakah desa ada memberikan insentif untuk para pengrajin?  
Kalau desa, biasa-biasa saja untuk wisata ini belum ada geliatnya. Untuk permodalan, itu ga ada. Makanya saya katakana desa itu belum merespon dengan baik terkait adanya potensi wisata disini. Karena kalau diklasifikasi kita mgamploong desa wisata mandiri, na menurut desa mandiri itu ya apa apa sendiri, ga perlu pembinaan, dll. Pernah saya ngobrol dengan lurahnya itu katanya ga perlu, kan udah mandiri. Padahal mandiri itu untuk memudahkan pembinaan antara yang lama, rintisan, embrio, berkembang, dan tumbuh. Kan pembinaan ditiap tahapnya berbeda-beda. Jadi tetap butuh pendampingan.
- l. Jumlahnya bagaimana pak?  
21 UKMK untuk kerajinan, kalau wisata banyak karena profitnya lebih besar. Yang muda-muda kan banyak yang ikut. Untuk pengelolaan keuangan kita transparan dan adil. Pendapatannya diumumkan dll. Itu penting soalnya. Karena uang itu bisa membubarkan suatu organisasi, dan bisa memutus silaturahmi. Pengurusnya yang mmegang uang (TEGAR). TEGAR ini juga memegang wisata. kas ini nantinya untuk pengembangan, untuk masyarakat, ada posnya sendiri-sendiri. Ada persentasenya.

2. Wawancara dengan Bapak Suhariyanto (Ketua POKDARWIS)

a. Potensi wisata di Gamplong?

Wisata di gamplong itu pertama itu dari kerajinan. Kemudian ditetapkan menjadi desa wisata kerajinan. Potensinya yakni kerap digunakan sebagai studi banding dari anak TK hingga UKM-UKM dari luar kota juga kerap hadir. Kedua, adanya paket kunjungan pembuatan cinderamata seperti tempat pensil, figura, dll itu untuk paket kunjungan anak-anak, kunjungan ini menggunakan kereta. Kemudian setelah kunjungan, antar UKM dikelilingkan pakai kereta. Ini bsok ada rencana yang anggaran ini digunakan untuk mmbuka pasar belik sonto, ini sudah jalan. Lalu, ada pengembangan lainnya adalah perluasan jangkauan wisata dengan menggunakan keretanya. Gamplong menjadi sentra kerajinan itu sudah lama. Dulu awalnya tenun disini adalah tenun stagen.

b. Studio alam gamplong ini apakah masuk wisata desa?

Ga masuk POKDARWIS, itukan sewa/kontrak. Manajemennya sendiri-sendiri. Itu tanahnya kan tanah kas desa.

c. Pengaruh terkait pengadaan prasarana di suatu destinasi wisata khususnya disini, semisal masjid atau musholla diperbanyak, akses jalan diperbaiki, dll apakah ada rencana?

Kunjungan terbanyak itukan sebenarnya dr studio itu. Tapi kok kelihatannya ga mmperhatikan jalur, belum ada tindakan apapun dr manajemennya.

d. Masjid disini ada berapa (gamplong 2)?

Masjidnya 1, mushollanya 2. Rencana lain mau mengembangkan mushola di pasar belik sonto itu, tapi kan terbentur dana. Syukur kalau ada jalur2. Pasar itu sudah buka skitar bulan maret yang lalu. Bukanya dari jam 6 pagi sampai jam 11an. Nanti jam 9 atau 10 itu dagangannya sudah habis. Jam jam pagi itu biasanya diisi orang gowes. Agak siangan dikit, ibu2 sambil momong itu banyak. kurangnya di pasar itu spot2 fotonya. Yang ingin dikembangkan pertama di pasar itu spot fotonya, lalu kurangnya mushola, sama naungan pedagang. Pdagangnya berdagang di alam, ga pakai naungan. Kurang lebih 30 pedagang ada disana. isinya kuliner saja. Macem2. Yang isi ya warga2 dari gamplong 1-5.

e. Apakah di pasar tsb pedagang dikenakan retribusi untuk pokdarwis sendiri atau untuk desa/dusun?

10% untuk panitia, karena nanti panitia akan melaksanakan pengembangan. Panitia ini dari warga gamplong sini aja. (pengelola).

Pasar ini ada juga utnk meningkatkan UMKM yang terdampak covid. Sempat sebelumnya 15%, agak ketinggian. Jadi diturunkan 10%.

- f. Buka lapak di pasar belik sonto apakah bayar?  
Pembelian lincak (tempat berdagang) itu 200.000 bisa dicicil atau bisa cash. Ini bayar di awal. Umpamanya minggu kemarin omset 8 juta, ya 10% dr total 8 juta itu berapa. Umpama saya berdagang nasi pecel, total omset kotornya adalah 400 rb. Ya 10%nya dr 400 rb itu yang dikasihkan. Bayarnya per minggu untuk yang 10% itu.
- g. Disini katanya ada homestay?  
Iya tadi baru selesai ini. Yang lainnya homestaynya masih melekat dirumah induknya. Nanti diiklankan homestaynya. Atau ketika ada kunjungan dr mana gitu, bisa tinggal homestaynya, jadi sudah siaga. Atau ada rekan KKN yang mau ngepos kan sudah ready, gitu. Bisa untuk posko KKN, bisa untuk kunjungan yang sekira butuh waktu lebih dr shari jadi nginap. Tariff rata2nya belum ditentukan. Tapi kalo yang lain rata-rata itu 150an rb sekianlah.
- h. Perlukah ada restoran untuk satu desa wisata seperti disini?  
Ga perlu, biasanya ibu2 pengrajin memiliki klompok kuliner ktika ada event itu sudah ada jadwalnya. Mau masak apa,
- i. Seberapa penting keberadaan mushola dalam suatu tempat wisata?  
Pertama, untuk pasar. Rencana pengadaan mushola di pasar sebenarnya kan jam operasionalnya ga smpai waktu sholat. Tapi kita mmbangun mushola itu seolah2 kita mengajak sholat, untuk mengakomodasi wisatawan muslim. Tapi masih ada pro kontrak untuk pengadaan mushola ini. Masalahnya pasarannya sampai jam 11 itu, g lewat waktu sholat. Jadi kita masih mengandalkan masjid-masjid desa saja sementara.
- j. Disini apakah ada atraksi (tarian2) atau apa bgitu?  
Ada, dr anak-anak SD sini. Atraksi ini ditampilkan saat ada kunjungan dinas/pejabat. Latar belakang adanya hal ini karena di sini sering ada pentas-pentas atau 17an anak-anak sering tampil dan senang. Pelatihnya dari sini.
- k. Awal mula adanya wisata disini?  
Untuk kerajinan, yang menetapkan desa ini menjadi desa wisata kerajinan adalah DINPAR. Kalau pasar, awalnya disitu ada parkiran studio alam. Studio alam ini kan menjadi magnet tersendiri, akhirnya kami mencoba untuk memanfaatkan peluang untuk menggaet wisatawan studio alam. Akhirnya dibentuk pasar ini. Seblumnya kita study banding dulu ke Temanggung, yakni ke pasar pring. Pasar ini jadi inspirasi kita. pasar ini baru sekali diadakan.

- l. Untuk POKDARWIS ini, mengelolanya bagaimana?  
Sementara Cuma untuk menghimpun proposal2 pengembangan saja. Belum ada langkah2 konkrit yang mandiri. Pandemic juga mempengaruhi gerak POKDARWIS.
  - m. Jika ga pandemic, apakah ada langkah2 yang hendak dijalankan?  
Maunya disbelah timur desa hendak didirikan museum tenun yang akan dibackup dengan dana keistimewaan. Dan hendak juga mmbangun pendopo untuk pertemuan, secretariat, posko, titik pertemuan dll. Pak Camat juga sudah ACC.
  - n. POKDARWIS ini apakah ada strukturnya?  
Ada, namun tidak memiliki kas sendiri.
  - o. Kendala menjadi POKDARWIS selama ini?  
Sering adanya perbedaan persepsi antar warga terkait kepariwisataan.
  - p. Pengaruh adanya wisata bagi perekonomian desa?  
Sebelum pandemic, Alhamdulillah kunjungan2 ke UKM2 itu banyak. bisa mnambah lapangan kerja.
  - q. Apakah orang-orang disini sudh paham terkait keparwisataan?  
Ada sebagian yang sudah, ada sbagian yang belum. Perlu sosialisasi.
  - r. Apakah disini pernah ada kajian tentang pariwisata ramah muslim?  
Belum, itu sangat penting. Aslinya sangat penting kalau ada kajian seperti itu bisa meleburkan wisata dengan konsep baru ini.
  - s. Kondisi keislaman di desa ini bagaimana?  
Alhamdulillah, disini sholat 5 waktunya ramai terus (Gamplong 2). Dibanding lainnya. ramadhan juga ada tradisi takjilan.
3. Mas Hafiz (Pengelola Studio Alam Gamplong)
    - a. Latar belakang adanya studio alam ini?  
Studio alam ini dibuat untuk wadah perfilman Indonesia, jadi cita-citanya mas Hanung (sutradara) untuk mengatasi keluhan dari seniman film yang susah mencari lokasi syuting, ketika ada itu harganya mahal banget. Dari pada budgetnya dipakai buat sewa lokasi, mendingan di arahkan untuk membuat studio sekalian. Awalnya sesimple itu latar belakangnya mengapa ada studio alam disini. Dibangun pada tahun 2018, dan sampai saat ini belum rampung sepenuhnya, seperti kampung belanda, rumah-rumah dojo yang seperti itu yang belum. Tempatnya berada di bagian depan. Tanah yang digunakan adalah tanah kas desa, jadi ini sewa. Sewanya tahunan. Pembangunan dilaksanakan secara bertahap. Profilnya ada di ig. Sejarahnya, film apa saja yang dibuat disini itu sudah ada di ig semua.
    - b. Sistem pengelolaannya seperti apa?

Sistemnya seperti kelompok sadar wisata (POKDARWIS) gitu mas, persis seperti itu. Untk wisatanya ini kan katakana ga sengaja karena awalnya dipakai untuk perfilman. Jadi orang kesini ya untuk bikin film. Cuma karena pertama adanya animo masyarakat, kedua karena Mas Hanung ketika membawa talent artisnya kesini para fansnya si artis banyak yang penasaran akhirnya pada kesini, seiring berjalannya waktu semakin banyak yang kesini, akhirnya diwisatakan. Diwisatakan ini mulai tahun 2019 pas setelah lebaran.

- c. Dikelola swasta atau desa?  
Masyarakat/pemuda yang mengelola. Jadi analoginya seperti ini untuk pengelolaan studio ini, misal saya mas Hanung dan anda pengelola. Ini kamu tak kasi warung tolong dikembangkan, dagangannya disini kalau ada untung ruginya itu resikomu. Jadi kepentingan beliau hanya untuk syutung saja. Kalau untuk kepenitngan wisatanya ya kalau itu bisa bermanfaat untuk masyarakat sekitar ya silakan dimanfaatkan. Cuma kalau nanti mas Hanung mau bikin film disini ya jugan suruh bayar. Karena beliau yang berwenang. Saya bantu merawat saja. Merawat dan mengembangkan fasilitasnya saja. Dana sukarela itu akan kembali pd pengelolaan.
- d. Alur pendapatan dari wisata ini bagaimana?  
Ke pengelola dulu kan nanti untuk ke desa nanti ada pembagian CSR terus sewa tanah dn lain-lain. Pengelola itu sekarang bentuknya yayasan. Namanya Gamplong Wana Budaya Indonesia. Ini beda dengan oranganisasi desa wisatanya. Jadi kesimpulannya adalah pengelolaannya dari mas Hanung Cuma ngasi studio ini silakan dirawat silakan dibukakan apa apa apa, yang penting dirawat aja trus untuk keuangan balik lagi untuk pengelolanya atau warga sekitar.
- e. Langkah terdekat yang akan direalisasikan?  
Akan memanjangkan rel kereta. Sama bikin benteng sebelah kali itu. Jalur keretanya akan dibuat berputar.
- f. Untuk fasilitas mushola bagaimana?  
Disini ada 1 mushola. Ada toilet juga. Tambahan utnk keuangan wisata ini ga mgamplongk ke BUMDES. Selain itu ada pembagian sewa, bagi hasil sama CSR.
- g. Kendala besarnya apa?  
Untuk wisatawan ya kesadaran berindonesianya aja. Sperti sampah, terus himbauan itu semacam anjuran. Misal himbauan larangan itu malah seperti anjuran. Contoh jangan menyentuh atau bersender, karena disini kan untuk film, set film itu kan bukan bangunan permanen. Na tulisan itu malah seperti anjuran, jadi malah dipegang atau malah

bersandar. Satu orang mukul ya gpp, tapi ini kan rame dikali banyak orang lama lama hancur. Dilarang memindah set property, ini juga malah dipindah2. Sama satu lagi terkait dengan covid ini kendala kita di pengetatan protocol kesehatan. Kalo cuci tangan kan cek suhu kan biasa, untuk pengisian barcode itu ada pengunjung yang merasa ribet. Padahal itu tujuannya untuk tracing dan itu wajib dari DINPAR karena tiap bulan kita juga laporan data pengunjung. Laporan dengan Satgas terkait.

- h. Sikap masyarakat terkait adanya wisata ini apakah ada pro dan kontra? Tentu itu, awalnya ada pro kontra itu pasti. Karena ini suatu hal yang baru di desa atau di kampung mereka tentu kaget. Yang dulunya disini sepi terus jadi rame tentu ada beberapa pihak yang ga suka. Sisi positifnya kalo yang bisa menyambut ya ia pasti memanfaatkan ini menjadi ladang bisnisnya seperti berjualan di area ini, dll. Dapat menangkap peluang. Kalau yang kontra itu sebenarnya ga banyak Cuma vocal, faktornya banyak yang membuat hal ini terjadi. Ada yang merasa menjadi orang terpendang (pamong) atau dituakan tapi ga dilibatkan kayak gitu itu. Mislanya ga di klamiti jadinya ia ga terima. Masalah masalah sosial yang kerap ada. Perijinan juga ini sudah ditempu secara procedural, maksudnya izin dari kecamatan sampai gubernur telah ditempuh. Jadi, ini sudah resmi menjadi wisata. Kendala ini telah teratasi, hanya di awal awal dibangunnya saja. Kendala lain yakni ketika ada syuting. Kalau syuting kan butuh kesunyian, katakanlah begini waktu dulu film Sultan Agung. Setting film ini kan belum ada kendaraan bermotor, jadi kita kan ngeblock jalan, na ini ada beberapa warga yang protes. Ini sudah di mediasi sama pak Hanungnya sendiri dengan cara dikumpulkan warga di kelurahan dan diberi pengertian. Dekat2 ini belum ada rencana syuting kembali yang menggunakan setting tempat ini, karena masih pandemic juga.
- i. Adanya wisata ini apakah dapat mengangkat ekonomi warga disini? Secara pribadi saya menjawab, iya. Banyak menyerap lapangan kerja juga. Pemuda-pemuda yang baru lulus SMA jadi tak harus merantau, bisa mengabdikan disini. Karena disini rata2 lulus SMA/SMK itu langsung merantau ke Jakarta, Karawang, dll. Mayoritas merantau. 70% SDM pengelola studio alam adalah warga asli Gamplong. Ada persyaratan SDM pekerja bahwa harus orang asli Gamplong. Bukan syarat, namun lebih ke prioritas. Ketika orang Gamplong ga ada yang berminat saat bukaan lowongan, maka dibuka se kelurahan Sumberrahayu, kalau belum ada yang mau juga, maka dibuka lebih luas lagi.
- j. Untuk orang yang sudah berdagang disini juga orang Gamplong kah?

Kalo yang jualan wajib orang Gamplong, ini untuk seluruh area lapak di studio alam. Ga ada tarif/sewanya jika hendak berjualan disini. Jadi sistemnya ga minta tapi kita juga ga menolak jika diberi, jadi seikhlasnya saja. Uang kebersihan juga ga ditarik. Jadi hanya iuran bulanan berupa yang tadi itu yang seikhlasnya. Karena ada beberapa yang menggunakan listrik kan, listrik kan tetep harus bayar. Untuk lapak yang ada di dalam sini ada 9 lapak. Kita lebih menekankan supaya berbeda dengan pedagang yang lain (bervariasi) untuk menghindari persaingan yang ga sehat. Syarat lain sifatnya umum yakni ikut mnjaga dan merawat studio alam. Untuk pasar belik sonto, itu yang mengelola adalah desa wisatanya yang diketuai bapak Giono.

- k. Untuk penginapan, apakah disini ada?  
 Belum ada. Homestay khusus juga belum ada. Kalau dar Gamplong studio ga ada rencana Cuma yang kita harapkan dari beberapa warga sekitar yang punya lahan kosong untuk dibuat homestay bgitu. Smakin meluas ruang lingkupnya untuk warga sekitar yang ingin mncari rezeki lebih dengan adanya gamplong studio ini. Gamplong studio ini sperti pusatnya kota Gamplong, ada diperbatasan antara Gamplong 1,2,3,4 dan 5. Detailnya lebih ke kelurahan terkait perbatasan wilayahnya. Dulu studio ini lapangan bola, setelah disewa lapangan bolanya pindah ke seberang. Pihak mas Hanung sendiri yang mindahin ini sebagai gantinya. Mas Hanung itu orang Jogja, daerah Kadipaten.
- l. Bagaimana pengaruh ada masjid atau mushola dalam suatu destinasi wisata?  
 Sebenarnya adanya masjid/musholla disekitar sini cukup banyak. sperti di Gamplong 5 ada di sebelah timurnya ruko. Biasanya kalau jumatn wisatawan sebelum pandemic sholatnya di masjid2 sekitaran sini (masjid skitar desa). yang didalam Cuma ada 1 mushola, akan tetapi dengan adanya pandemic ini sampai saat ini beberapa warga ga berkenan kalau ada jamaah dari luar hendak sholat di masjid desa. makanya ketika ada pengunjung yang tanya mushola ada dimana kita jawab adanya di dalam, kalau mau yang diluar kita beri pengertian bahwa ada masjid disekitaran sini tapi para warganya ga berkenan jadi kita sarankan di Pom bensin.
- m. Lalu untuk menyikapi sholat jumat apakah tempat ini ditutup sementara atau tetap buka?  
 Tetap buka. Namun agak sepi.
- n. Apakah ada rencana membangun musholla lagi di sisi yang lain?



Nanti setelah di bagian depan sudah kelihatan bangunannya baru ditambah mushollanya. Mushola disini ga ada pengurus khususnya seperti takmir.

- o. Apakah pengelola memiliki cara sendiri agar musholla disini dapat berfungsi dengan baik sebagai tempat ibadah?  
Untuk saat ini kami hanya memiliki penunjuk arah saja. Ga ada pengumandanan adzan. Untuk adzan, ngikut suara adzan masjid terdekat.
- p. Efektif kah hanya ada 1 mushola disini?  
Sebenarnya kurang, namun saat pandemic ini masih efektif dengan 1 mushola saja. Akan tetapi untuk saat ini ga boleh mnyediakan alat sholat, disini hanya tikar saja. Dahulu sebelum pandemic mushollanya sering antre. Karena bangunannya kecil, hanya sekian kali sekian. Muat sekitar 5-10 jamaah saja.
- q. Apakah ada prosedurnya ketika hendak membangun mushola?  
Ga ada prosedur khusus, Cuma ada pencarian/penempatan mau dimana mushollanya dibangun. Intinya jagan terlalu dekat jika ingin membangun atau menambah musholla lagi. setahu saya, rencana kedepan mau dibikin 1 mushola yang lebih besar dan dipusatkan disitu saja, musholla yang kecil ditiadakan.
- r. Apakah ada data jumlah wisatawan yang berkunjung?  
Ga ada, Cuma dari scan barcode itu aja pendataannya. Pasca adanya pandemic ini mayoritas wisatawan dari Jatim ketika weekend. Kalao weekdays ya tetep orang2 skitar sini saja seperti Jogja, Solo, Magelang, dll. Weekend itu paling banyak dr Jatim sperti Surabaya, Sidoarjo, Mojokerto, dll yang rombongan pake bis bis gitu. Biasanya dr instansi, rombongan kampung gitu.
- s. Mengapa harga tiketnya ga ditetapkan berapa rupiah hanya menggunakan dana seikhlasnya?  
Ya karena kita ingin menyasar target marketnya semua kalangan. Maksudnya begini, ketika di kenakan tarif tertentu bukan yang seikhlasnya itu, nanti orang yang merasa tdk punya uang jadi berpikir bahwa dikenakan biaya tiket. Kalau dngn seikhlasnya ibaratnya dengan uang 2000 pun sudah bisa mgamplongk studio tapi ga bisa mgamplongk ke spot/wahana tambahan. Makanya kita bikin sperti itu karena ya kalau yang pingin punya nilai prestise lebih ya beli tiket yang dapat wahana tambahan, kalau yang enggak ya cukup dengan membayar uang perawatan saja seikhlasnya.
- t. Apakah pengelola disini ada struktur organisasinya?

Secara tertulis ga ada, ketuanya mas Singgih. Saya sekretaris, mas Adi itu bendahara, ada satu pengawas, pembinanya bapak Hanung Bramantyo.

- u. Bagaimana Masa masa sulit wisata ini hingga akhirnya kembali ramai seperti sekarang?

Di bulan Juli tanggal 4 2020, itu sepi sekali. Sehari Cuma dapat sekian ratus ribu itu sampai di akhir bulan Juli aja. Setelah mgamplongk Agustus langsung membludak dari Jatim itu setelah tahu kalau di Jogja ini ga ada PSB, itu dr Jatim banyak mgamplongk kesini. Hingga saat ini stabil bahkan bisa melebihi keadaan sebelum pandemic, tapi disini konteksnya saat mengamplongki liburan. Bulan2 November itu ramainya. Total uang tiket itu diakumulasikan lalu dibagi fee nya berapa berapa gitu, dibagi ke bagian perawatan sekian sekian, untuk pengembangan sekian sekian.

4. Ibu Diah (Pedagang di Studio Alam Gamplong)

- a. Sudah berapa lama buka warung disini?

Berjalan 2 tahun, dari thn 2019

- b. Untuk tarif dan syaratnya bagaimana mmbuka warung disini?

Syaratnya yang penting punya modal hehe. Yang jelas harus orang asli sini (gamplong), di Gamplong 4. Untuk syarat2 yang spesifik itu ga ada. Tapi karena disini kan untuk mensejahterakan lingkungan, tanah warung inikan milik kelurahan, bukan milik kita. kitanya ngontrak. Bangunan warung ini sudah ada, kita tinggal mengisi saja. Tarifnya tahunan, namun karena lurahnya baru jadi belum ditetapkan tariff tahunannya. Jadi disuruh isi dulu. 2 tahun sebelumnya itu belum ditarik Cuma kami nitip istilahnya. Uang kebersihan juga ga ada, jadi untuk kebersihan ditanggung sendiri oleh pedagang. Yang baru lurahnya namanya Pak Sigit, dari Sumberrahayu.

- c. Omzet bulanannya?

Sebelum pandemi, hariannya itu rata2 2 juta kotor. Pas pandemic, hariannya itu kurang lebih 1 juta sekian tapi kadang juga sepi, kadang juga rame. Semua pedagang merasa dampaknya juga. Sempat tutup 4 bulan di awal pendemi. Sebelum puasa thn lalu juga tutup. Rencananya sebelum puasa itu bulan April 2020, kan sebelum puasa itu ada liburan. Ada intruksi katanya Liburan sama puasa itu nanti akan rame, jadi kami siapkan dengan nyetok kulakan banyak. akhirnya ga jadi karena tutup, jadi kami rugi banyak. ga tau tahun ini, katanya ramadhan ttapi buka. Tapi kalau ramadhan kan kuliner bukanya sore.

- d. Uneg-uneg pedagang terkait adanya wisata disini?

Ga adanya mushola di parkir luar. Jadi saya sendiri yang menyiapkan ruang sholat kecil di lapak saya. Disini Cuma ada 1 mushola yang ada di dalam. Ini dulu ruang sbelah ini kan saya buat lesehan, saya kasian sama supir-supir kalo nungguin mau nyari mushola susah. Mau kedalam juga ga mungkin. Ada sebnenarnya, tapi kan jauh skitar 100 meteran dari sini. Jadi sementara saya buat mushola kecil di warung saya. Bisa dibuat sholat untuk 2-3 orang, kalo rombongan kan ga mungkin. Kalo ada rombongan yang cari mushola adanya ya di desa, tapi kan sementara tutup karena pandemic. Saya sempat minta ke kelurahan utnuk meminta 3 lapak, dengan salah satunya mau saya jadikan mushola. Tapi sudah diambil orang, tapi ya gpp lah.

e. Tambahan:

1. hasil dari jualan ini dapat mencukupi keluarganya. Kebetulan suaminya adalah seorang pensiunan TNI
2. dari 10 warung/lapak yang ada, ini diisi oleh 2 pihak saja (2 keluarga)
3. penghasilan juga sebagian ditabung untuk masa depan

1. Bapak Irwan bersama Istri (Wisatawan Asal Grabag)

- kesan datang kesini?  
Senang karena bisa mlihat set tempat film2 indonesia. Baru pertama kali kesini
- Bagaimana bapak mnilai mushola disini?  
Bagi saya kurang, fasilitasnya kurang. Mhon diperbaiki lagi.
- Perlukah mnambah mushola lagi?  
Bagi saya tinggal nambah fasilitasnya aja. Tmpat wudu antara prempuan dan laki-laki jadi itu ga pas.
- Saran untuk tempat ini?  
Ga ada mukena, ga ada pembatas shaf antara pria dan wanita, tempat wudunya ga tertutup yang membuat waswas kaum wanita

2. Mas Tom (wisatawan asal Sleman)

- Berapa kali kesini?  
Sudah 4x
- Kesannya berwisata kesni?  
Keren sih.
- Sebagai muslim, nyaman kah berkunjung kesini?  
Nyaman2 saja menurut saya.
- Bagaimana nilai untuk mushola disini?  
Kebersihannya yang kurang. Kalo bisa ditambah lagi jumlah musholanya karena kompleks wisata ini luas.

- Saran untuk wisata ini?  
Intinya hanya kebersihannya saja yang kurang.
3. Mas Beni (Wisatawan Asal Klaten)
- Kesannya mnjadi wistawan disini?  
Kesannya klasik. Sprit kmbali lagi ke jaman dulu. Ga banyak ada wisata seperti ini. Kebanyakan kalo wisata lain kan ada landmarknya tapi bentuknya sdikit norak (love love). Kalo gini kan asyik, bisa belajar juga. Baru skali ini saya kesini.
  - Sebagai muslim, nyaman kah berwisata disini?  
Akses sholatnya trmgamplongk mudah. Ga sulitlah. Mencari mushola ini saya ga bertanya, saya cari sendiri.
  - Perlukah mnambah mushola lagi di area wisata ini?  
Kalo dilihat dari jumlah pengunjungnya, mungkin ini prlu. Mungkin satu mushola berada didepan akan baik.
  - Bagaiman nilai mushola yang ada disini?  
Mnurut saya, kurang. Kalo masa pandemic gini Cuma bisa diisi paling maksimal 5 orang. Mngingat juml pengunjug banyak, tentu sangat kurang.
  - Bagaimana dengan tmpat wudunya?  
karena Cuma 2 kran, jadi harus gentian. Ga ada sekat antara wudu pria dan wnita juga mnjadi masalh sendiri.
  - Saran untuk kedepannya?  
Pertama, dibangun lagi tempat sholat yang lain selain ini. karena mushola ini masih mnumpang bangunan w

### C. Pedoman Observasi

No	Objek Pengamatan	Indikator	Sub Indikator	Spesifikasi
1	Masjid	Ketersediaan Tempat Ibadah	Kelengkapan Fasilitas	Pencahayaan
				Sirkulasi
				Penunjuk Kiblat
				Kelengkapan Alat Sholat
				Pembatas Antara Ikhwan dan Akhwat
				Sarana Kemudahan dari Tempat Wudhu ke Tempat Shalat
			Kebersihan	Kondisi Ruang Ibadah
				Kondisi Tempat Wudhu
			Kelengkapan Tempat Wudhu	Pemisahan Tempat Wudhu Antara Ikhwan dan Akhwat
				Ketersediaan Air Bersih

				Ketersediaan Saluran Pembuangan dari Bekas Wudhu
2	Hotel	Ketersediaan Hotel Syari'ah dan/Hotel yang Tidak Menghidangkan Alkohol/Ketersediaan <i>Dry Hotel Dengan Restoran/Dapur Bersertifikat Halal</i>	Ketentuan Dalam Fatwa DSN-MUI	Tidak Menyediakan Fasilitas Akses Pornografi dan Tindak Asusila
				Fasilitas Hiburan yang Tidak Mengarah Pada Kemusyrikan, Maksiat, Pornografi, dan/atau Tindak Asusila
				Sertifikasi Halal Terhadap Makanan dan Minuman
				Penyediaan Fasilitas, Peralatan, dan Sarana Untuk Ibadah, dan Bersuci (Wudhu)
				Pakaian yang Syar'i Untuk Para Karyawan/Karyawatnya

			Lobby	Tersedianya Pilihan Bacaan yang Bernilai Islami/Memiliki Pesan Moral
			Front Office	Tersedianya Informasi Tertulis yang Menyatakan Tidak Menerima Pasangan yang Bukan Mahram
		Toilet Umum		Adanya Sekat Antara Urinoir Satu Dengan yang Lainnya
				Adanya Peralatan Praktis Untuk Bersuci Dengan Air di Urinoir dan Kloset
		Kamar Tidur Tamu		Ketersediaan Sajadah
				Ketersediaan Jadwal Sholat Secara Tertulis
				Ketersediaan Al-Qur'an

				Tidak Tersedia Akses Untuk Pornografi dan Tindak Asusila Dalam Bentuk Apapun
				Adanya Tanda Dilarang Merokok di Kamar
				Ketersediaan Buku Doa
				Makanan dan Minuman Dalam Kemasan di Mini Bar Harus Berlogo Halal Resmi
			Kamar Mandi Tamu	Adanya Peralatan Praktis Untuk Bersuci Dengan Air di Urinoir dan Kloset
				Adanya Peralatan Wudhu yang Baik di Kamar Mandi Tamu
				Kamar Mandi yang



				Tertutup
			Ruang Ibadah	Kondisi Ruang Ibadah yang Baik dan Terawat
				Adanya Pemisah Antara Ikhwan dan Akhwat
				Ketersediaan Perlengkapan Sholat yang Terawat
				Sirkulasi Udara yang Baik Berupa Kipas atau Pendingin Ruangan
				Pencahayaan yang Cukup Terang
				Tersedia <i>Sound System</i> Untuk Mengumandangkan Adzan yang Dapat Didengar Seluruh Area Hotel
				Adanya Pemisahan Antara Wudhu Ikhwan dan Akhwat

				Kondisi Tempat Wudhu yang Bersih dan Terawat
				Ketersediaan Instalasi Air Bersih Untuk Wudhu
				Ketersediaan Saluran Pembuangan Air dari Bekas Wudhu yang Baik
			Interior dan Ornamen	Tidak ada Ornamen yang Mengarah Pada Bentuk-bentuk Kemusyrikan dan Pornografi
			Kolam Renang	Kolam Renang yang Terhindar dari Pandangan Umum
			Kantor Depan	Adanya Seleksi Terhadap Tamu yang Datang Berpasangan

			Memberikan Informasi Masjid Terdekat Dari Hotel
			Memberikan Informasi Jadwal Waktu Sholat
			Memberikan Informasi Restoran/Rumah Mahan Halal
		Tata Graha	Penyediaan Alat Sholat yang Bersih dan Terawat
			Penyediaan Jadwal Waktu Sholat
			Penyediaan Al-Qur'an
			Penyediaan Buku Doa
			Penyediaan Area Atau Ruang Untuk Sholat Jumat (Bila Ada)
		Makan dan Minum	Makanan dan Minuman yang Halal

				Penyediaan Makan Sahur Bagi Tamu yang Akan Melakukan Puasa Sunnah
			Keramahtamahan	Memulai Komunikasi Dengan Salam
			Fasilitas Hiburan	Tidak Adanya Fasilitas Hiburan yang Mengarah Kepada Pornografi dan Pornoaksi Serta Tindakan Asusila
				Musik Atau rekaman Harus Tidak Bertentangan Dengan Nilai dan Etika Seni Dalam Islam
				Tersedia Pilihan Saluran TV Khusus yang Bernuansa Islami
3	Restoran Halal	Ketersediaan Restoran Halal	Ruang Makan dan Minum	Bila Ada Ornamen Patung, Lukisan, Atau Hiasan, Tidak Mengarah Pada Kemusyrikan dan Pornografi
				Tersedianya Tanda Dilarang Merokok, Kecuali Pada Tempat Khusus Merokok

				Makanan dan Minuman Kemasan yang Disediakan Bersertifikat Halal
			Penyediaan Makanan dan Minuman	Daftar Menu Tidak Menggunakan Nama yang Mengarah Pada Sesuatu yang Negatif atau Diharamkan dan Disertai Harga
			Fasilitas Penunjang	Ruang Sholat yang Bersih dan Terawat
				Adanya Penunjuk Kiblat
				Adanya Jadwal Waktu Sholat
				Ketersediaan Sajadah dan Mukena
				Ketersediaan Al-Qur'an
				Adanya Pembatas Antara Area Sholat Ikhwan dan Akhwat
				Pencahayaan yang Cukup Terang Di Ruang Sholat

				Sirkulasi Udara yang Baik Berupa Kipas atau Pendingin Ruangan
				Tempat Wudhu yang Bersih dan Terawat, dan Adanya Pemisahan Antara Ikhwan dan Akhwat
				Instalasi Air Bersih Untuk Berwudhu
				Adanya Saluran Pembuangan Bekas Air Wudhu yang Berfungsi Baik
				Toilet yang Terpisah Dengan Tempat Wudhu
				Jika Ada Urinoir di Toilet Pria, Maka Harus Dilengkapi Dengan Penyekat dan Bidet

				<p>Adanya Tanda Larangan Tertulis Membawa atau Mengonsumsi Minuman Beralkohol di Area Restoran</p>
				<p>Jika Ada Hiburan, Tidak Mengarah Kepada Pornografi dan Pornoaksi</p>

			<p>Kelengkapan Bangunan</p>	<p>Papan Nama Dengan Nama Restoran Atau Identitas yang Tidak Mengarah pada Sesuatu yang Negatif dan Diharamkan</p>
				<p>Tersedia Logo "Halal" yang Resmi di Tempat yang Mudah Dilihat Publik</p>
4	Bandara	Keberadaan Bandara	Fasilitas Ibadah	Jumlah Ketersediaan Masjid/Musholla Lebih Dari Satu



				Kondisi Ruang Ibadah yang Baik dan Terawat
				Adanya Pemisah Antara Ikhwan dan Akhwat
				Ketersediaan Perlengkapan Sholat yang Terawat
				Sirkulasi Udara yang Baik Berupa Kipas atau Pendingin Ruangan
				Pencahayaan yang Cukup Terang
				Adanya Pemisahan Antara Wudhu Ikhwan dan Akhwat
				Kondisi Tempat Wudhu yang Bersih dan Terawat
				Ketersediaan Instalasi Air Bersih Untuk Wudhu
				Ketersediaan Saluran Pembuangan Air dari Bekas Wudhu yang Baik

				Ketersediaan Masjid/Ruangan yang Dapat Digunakan Untuk Sholat Jumat
5	Atraksi	Ketersediaan <i>Islamic Heritage Site/Islam-Related Attraction &amp; Culture &amp; Local Attraction (Pusat Perbelanjaan, Situs Budaya Islami, Atraksi Budaya, dan Atraksi Lokal)</i>	Jumlah Keberadaan	Pusat Perbelanjaan
				Local Attraction

## **D. Dokumentasi Penelitian**

### **A. Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman**



Wawancara dengan Ibu Nyoman Rai Safitri yang menjabat sebagai Kepala Bidang Pengembangan Sumber Daya Manusia dan Usaha Pariwisata Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman pada tanggal 22 Februari 2021, pukul. 13.00 WIB.

### **B. LPPOM-MUI Yogyakarta**



Wawancara dengan Bapak Jumeri Wikarta yang menjabat sebagai Manajer Kerjasama dan Pengembangan di LPPOM-MUI Yogyakarta yang dilaksanakan secara daring pada tanggal 01 April 2021, pukul. 08.00 WIB.

### C. Wisata Tebing Breksi



Salah satu spot di Wisata Tebing Breksi, foto diambil pada tanggal 28 Februari 2021, pukul. 15.00 WIB.

اجب الجسد الواسع

## 1. Wawancara



Wawancara dengan Bapak Halim dan Bapak Budi Nurliwana sebagai pengelola di wisata Tebing Breksi, foto diambil pada tanggal 07 Maret dan 03 Maret 2021, pukul. 13.00 WIB.



Wawancara dengan Mas Sigit sebagai driver jeep di wisata Tebing Breksi, foto diambil pada tanggal 03 Maret 2021, pukul. 15.00 WIB.



Wawancara dengan Bapak Suratno sebagai salah satu pengelola di wisata Tebing Breksi, foto diambil pada tanggal 03 Maret 2021, pukul. 15.30 WIB.



Wawancara dengan wisatawan asal Surabaya bernama Ibu Juariyah di wisata Tebing Breksi, foto diambil pada tanggal 23 Maret 2021, pukul. 16.00 WIB.

## 2. Indikator Layanan (*Services*)

### a. Masjid

#### 1) Masjid Raudhatussholihin



Tempat wudhu yang ada di Masjid Raudhatussholihin yang dipisah antara wudhu laki-laki dan perempuan dengan kondisi yang terawat, foto diambil pada tanggal 27 Maret 2021, pukul. 15.30 WIB.



Tampak depan Masjid Raudhatussolihin yang ada di kompleks Wisata Tebing Breksi. Masjid terawat dengan baik dan masjid ini juga melaksanakan sholat jumat di tiap pekannya, foto diambil pada tanggal 03 Maret 2021, pukul. 15.30 WIB.

## 2) Musholla Parkir Utara



Tampak depan Musholla Parkir Utara yang ada di kompleks Wisata Tebing Breksi. Musholla ini telah terawat dengan baik namun tidak memiliki pembatas antara shof laki-laki dan perempuan, foto diambil pada tanggal 03 Maret 2021, pukul. 15.30 WIB.



Area wudhu Musholla Parkir Utara yang tidak memiliki pemisah antara wudhu laki-laki dan perempuan, foto diambil pada tanggal 03 Maret 2021, pukul. 16.00 WIB.

### 3) Musholla BALKONDES



Area sholat Musholla BALKONDES yang tidak memiliki pemisah antara shoff laki-laki dan perempuan, dan menyediakan beberapa alat sholat, foto diambil pada tanggal 27 Maret 2021, pukul. 14.00 WIB.





Area wudhu di Musholla BALKONDES yang terawat serta tidak memiliki pemisah antara wudhu laki-laki dan perempuan, jarak antara tempat wudhu ke ruang sholat sekitar 1 meter, foto diambil pada tanggal 27 Maret 2021, pukul. 14.00 WIB.

**b. Hotel**

**1) *Guesthouse* BALKONDES**



Foto tampak samping dari bangunan *guesthouse* BALKONDES, foto diambil pada tanggal 27 Maret 2021, pukul. 14.30 WIB.



Kondisi toilet kamar tamu *guesthouse* BALKONDES yang tersedia 1 toilet dengan beberapa kran yang dapat digunakan sebagai alat bersuci. Di bagian atas, terdapat sedikit celah untuk ventilasi udara, foto diambil pada tanggal 27 Maret 2021, pukul. 14.30 WIB.

الجمعة، الأمانة، الأمانة، الأمانة



Kondisi kamar tamu *guesthouse* BALKONDES yang tersedia 1 kasur besar, 1 TV, dan beberapa perabotan yang lain. Namun, pengelola tidak menyediakan alat sholat dan Al-Qur'an di dalam kamar, foto diambil pada tanggal 27 Maret 2021, pukul. 14.30 WIB.

## 2) *Guesthouse* KASIMIN



Tampak samping *Guesthouse* KASIMIN yang berada di sisi timur area tebing breksi, foto diambil pada tanggal 27 Maret 2021, pukul. 12.00 WIB.



Kondisi kamar yang ada di *Guesthouse* KASIMIN terdapat 1 kipas angin sebagai pendingin ruangan, 1 kasur, 1 meja rias, dan 1 lemari baju. Namun di dalamnya tidak disediakan alat sholat dan Al-Qur'an, foto diambil pada tanggal 27 Maret 2021, pukul. 12.00 WIB.



Kondisi toilet yang ada di kamar tamu *Guesthouse* KASIMIN terdapat 1 kipas angin sebagai pendingin ruangan, 1 kasur, 1 meja rias, dan 1 lemari baju. Namun di dalamnya tidak disediakan alat sholat dan Al-Qur'an, foto diambil pada tanggal 27 Maret 2021, pukul. 12.00 WIB.

### c. Restoran Halal

#### 1) Restoran BALKONDES



Tampak depan dari Restoran BALKONDES. Di dalamnya tidak menjual makanan yang diharamkan, menu dan harga juga ditulis, serta di dalamnya juga tidak ada ornament-ornamen kesyirikan, foto diambil pada tanggal 27 Maret 2021, pukul. 14.30 WIB.

#### 2) Lapak Kaki Lima



Tampak belakang dan depan dari Lapak Kaki Lima. Di dalamnya hanya menjual makanan ringan dan makanan kemasan dengan label halal. Terdapat 28 lapak yang tersebar di area parkir sebelah selatan, foto diambil pada tanggal 27 Maret 2021, pukul. 11.00 WIB.

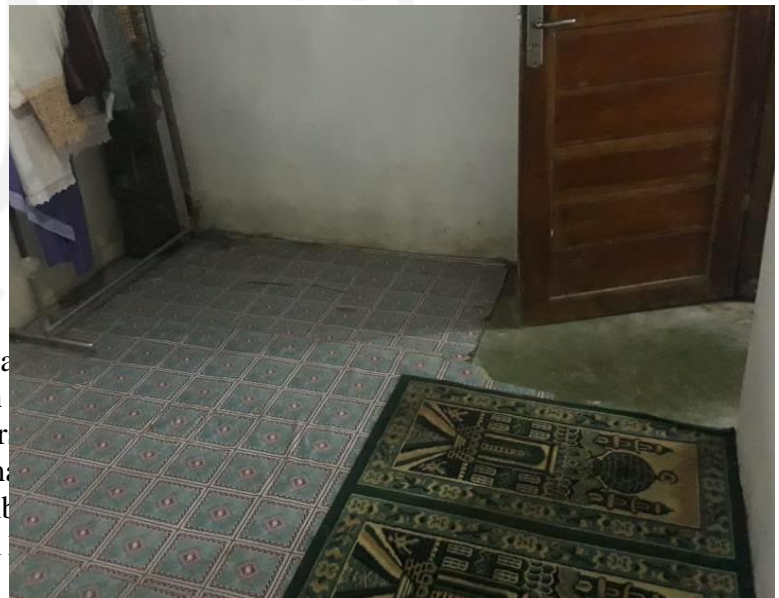
### 3) Lapak Atas



Tampak depan dari Lapak Atas. Di dalamnya hanya menjual makanan ringan dan makanan kemasan dengan label halal. Terdapat 10 lapak yang tersebar di area parkir sebelah selatan. Seluruh penjualnya adalah mantan penambang yang beralih profesi menjadi pedagang, foto diambil pada tanggal 27 Maret 2021, pukul. 11.30 WIB.

### 4) Manunggal Roso

Makanan		Camilan	
Soto Sapi	Rp 12.000	Tahu Bakso	Rp 3.000
Soto Ayam	Rp 10.000	Tempe Goreng	Rp 2.000
Mie Instan	Rp 8.000	Pisang Goreng	Rp 3.000
Goreng/Rebus	Rp 10.000		
Nasi Ikan Lele	Rp 12.000		
Nasi Paha Ayam	Rp 10.000		
Nasi Goreng	Rp 25.000		
Sop Iga	Rp 9.000		
Kupat Tahu	Rp 10.000		
Bakso			
Minuman			
Teh Pucuk Haram	Rp 5.000	Teh Es/Hangat	Rp 3.000
Le Minerale	Rp 5.000	Jeruk Es/Hangat	Rp 3.000
Q-Quava	Rp 7.000	Wedang Secang	Rp 5.000
Kopiko78	Rp 7.000	Susu Es/Hangat	Rp 5.000
		Aneka Jus	Rp 7.000
		Wedang Ronde	Rp 5.000
		Aneka Kopi	Rp 5.000
		Milo Es/Hangat	Rp 5.000
		Lemon Tea	Rp 5.000



Peneliti tidak mendokumentasikan bentuk fisik dari Rumah makan Manunggal Roso, yang terdokumentasikan hanya ada daftar menu dan area mushola di rumah makan ini, serta di sini juga tidak menjual makanan yang diharamkan, foto diambil pada tanggal 27 Maret 2021, pukul. 16.00 WIB.

## D. Desa Wisata Gamplong

### 1. Wawancara



Peneliti bersama Bapak Suhariyanto sebagai ketua POKDARWIS (Kiri) dan Bapak Giyono sebagai ketua perhimpunan TEGAR (kanan) saat melaksanakan wawancara, foto diambil pada tanggal 24 Maret 2021, pukul. 13.00 WIB.



Peneliti bersama Bapak Hafiz sebagai salah satu pengelola Studio Alam Gamplong saat melaksanakan wawancara, foto diambil pada tanggal 23 Maret 2021, pukul. 13.00 WIB.



Peneliti bersama Ibu Diah sebagai salah satu pedagang di area Studio Alam Gamplong saat melaksanakan wawancara, foto diambil pada tanggal 23 Maret 2021, pukul. 16.00 WIB.



Peneliti bersama Bapak Irwan bersama istri yang berasal dari Magelang sebagai salah satu wisatawan yang datang ke Studio Alam Gamplong saat melaksanakan wawancara, foto diambil pada tanggal 04 April 2021, pukul. 15.00 WIB.



## 2. Indikator Layanan (*Services*)

### a. Masjid



Tampak depan (kiri) dan suasana di dalam mushola ketika ada wisatawan yang beribadan (Kanan). Mushola ini cukup sempit dan hanya menampung 2 shof saja, serta tak memiliki pembatas antara shof laki-laki dan perempuan, foto diambil pada tanggal 04 April 2021, pukul. 16.00 WIB.

### b. Hotel



Salah satu *homestay* yang dimiliki oleh warga. *Homestay* ini digunakan ketika ada tamu yang hendak menginap, foto diambil pada tanggal 05 April 2021, pukul. 14.00 WIB.

### c. Restoran Halal



Keadaan lapak makanan yang ada di sekitar Studio Alam Gamplong yang berjumlah 14 lapak, foto diambil pada tanggal 05 April 2021, pukul. 13.00 WIB.



Daftar menu yang tersedia di lapak dalam area Studio Alam Gamplong, foto diambil pada tanggal 05 April 2021, pukul. 13.00 WIB.

### E. Bandara



Terdapat 1 Masjid (kiri) dan 3 Mushola yang ada di Bandara YIA. Namun pada kesempatan ini, peneliti hanya diperbolehkan masuk di 1 mushola (kanan) saja karena 2 mushola lainnya ada di area keberangkatan dan kedatangan. Masjid ini dapat digunakan untuk sholat jumat bagi para pengguna bandara, foto diambil pada tanggal 16 Februari 2021, pukul. 13.00 WIB.



Kondisi tempat wudhu di masjid (kiri) dan di mushola (kanan), kondisinya sangat terawat lalu antara laki-laki dan perempuan dipisah lokasi wudhunya, foto diambil pada tanggal 16 Februari 2021, pukul. 13.00 WIB.

## F. Atraksi/ *Local Attraction* (Pusat Perbelanjaan dan Atraksi Budaya/Seni)

### 1. Jogja City Mall (JCM)



Petunjuk arah menuju mushola yang ada di Mall JCM, mushola tersedia di seluruh lantai dalam mall ini, foto diambil pada tanggal 28 Maret 2021, pukul. 11.00 WIB.



Kondisi ruang Sholat di mushola Mall (kiri) dan kondisi tempat wudhunya (kanan), kondisinya sangat terawat, serta menerapkan protokol kesehatan. Namun shof dan tempat wudhu antara laki-laki dan perempuan tidak dipisah., foto diambil pada tanggal 28 Maret 2021, pukul. 11.00 WIB.

## 2. Sleman City Hall (SCH)



Petunjuk arah menuju mushola yang ada di Mall SCH, foto diambil pada tanggal 25 Maret 2021, pukul. 16.00 WIB.



Kondisi ruang sholat di mushola mall (kiri) yang cukup sempit dan tidak menerapkan aturan jaga jarak, dan Kondisi tempat wudhunya (kanan) yang terawat dengan menyediakan 2 kran wudhu. Keduanya tidak memiliki pemisah antara jamaah laki-laki dan perempuan, foto diambil pada tanggal 28 Maret 2021, pukul. 13.00

### 3. Hartono Mall



Kondisi ruang sholat di mushola Hartono Mall yang letaknya di area parkir mobil. Ruang sholat ini terawat dan telah menerapkan protokol kesehatan serta memberi sekat antara shof laki-laki dan perempuan, foto diambil pada tanggal 29 Maret 2021, pukul. 12.00 WIB.



Kondisi tempat wudhu di mushola Hartono Mall yang terawat serta membedakan tempat wudhu antara shof laki-laki dan perempuan, foto diambil pada tanggal 29 Maret 2021, pukul. 12.00 WIB.

#### 4. Plaza Ambarrukmo (Amplaz)

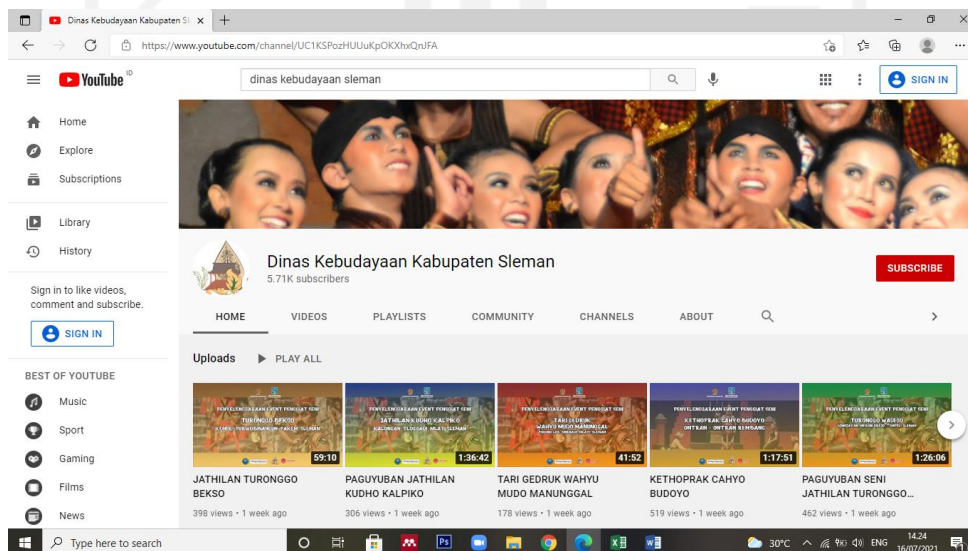


Kondisi ruang sholat di mushola Amplaz yang ada di tiap lantainya. Mushola ini membedakan ruang antara jamaah laki-laki (kanan) dan perempuan (kiri), foto diambil pada tanggal 29 Maret 2021, pukul. 15.00 WIB.



Yang unik dari Amplaz adalah memiliki 1 masjid yang sediakan melaksanakan sholat jumat. Letaknya berada di rooftop mall tersebut. kondisi di dalamnya terawat dengan baik, memberi sekat antara jamaah laki-laki dan perempuan serta menerapkan protokol kesehatan dengan mengatur shof sedikit renggang, foto diambil pada tanggal 29 Maret 2021. pukul. 15.00 WIB.

## 5. Atraksi Budaya Kabupaten Sleman



Youtube channel milik Dinas Budaya Kabupaten Sleman. terlihat DISBUD Sleman sangat aktif menyelenggarakan atraksi budaya secara online, foto diambil pada tanggal 15 Juli 2021, pukul. 20.00 WIB.





Foto-foto festival dan atraksi budaya serta wisata yang ada di Kabupaten Sleman. 1) Flyer Atraksi Budaya Bekakak (kiri atas), 2) Ketoprak (kanan atas), 3) Festival Bregada (Kiri bawah), 4) Festival Pelangi Merapi (Kanan bawah), foto diambil pada tanggal 27 Juli 2021, pukul. 15.15 WIB.



#### 6. Atraksi di Sekitar Wisata Tebing Breksi (Prambanan Jazz Festival)

Beberapa atraksi yang ada di Tebing Breksi dan sekitarnya. 1) Prambanan Jazz Festival (Kiri atas), 2) Sendratari Ramayana (Kanan atas), 3) Wisata jeep di Tebing Breksi (Bawah), foto diambil pada tanggal 27 Juli 2021, pukul. 16.00 WIB.

## 7. Atraksi Di Sekitar Desa Wisata Gamplong (Moyudan Gumebyar, dan Atraksi di Joglo Gathak)



Berbagai foto pagelaran atau atraksi budaya dan wisata yang ada di sekitar Desa Wisata Gamplong. 1) pagelaran Moyudan 2019 (Kiri atas), 2) Pamflet acara Pentas Seni di Joglo Gathak (Kanan atas), 3) Kereta yang ada di Studio Alam Gamplong, foto diambil pada tanggal 27 Juli 2021, pukul. 16.30 WIB.

### E. Daftar *Homestay* Di Desa Wisata Gamplong

No	Nama Pemilik	Alamat	Jumlah kamar	kamar mandi	Telp. Pengelola	Kapasitas (orang)
1	Arif J T	Gamplong 1,RT1/RW1	2	2	8121583657	4
2	Giyono	Gamplong 1,RT1/RW1	1	1	8121583657	2
3	Waludin	Gamplong 1,RT3/RW2	2	2	8121583657	4
4	Suretno	Gamplong 1,RT3/RW2	1	1	8121583657	2
5	Agus	Gamplong 1,RT3/RW2	2	1	8121583657	4
6	Sumarno	Gamplong 1,RT3/RW2	2	1	8121583657	4
7	Sulisan	Gamplong 1,RT1/RW1	2	2	8121583657	4
8	Rina	Gamplong 1,RT1/RW1	2	1	8121583657	4
9	Warchan	Gamplong 1,RT1/RW1	2	1	8121583657	4
10	Duwi S	Gamplong 1,RT1/RW1	1	1	8121583657	2
11	Yanto	Gamplong 1, RT2/RW1	2	1	8121583657	4
12	Dodo	Gamplong 1, RT2/RW1	1	1	8121583657	2
13	Toro	Gamplong 1, RT2/RW1	2	1	8121583657	4
14	Sujarwanto	Gamplong 1, RT2/RW2	2	1	8121583657	4
15	Samsuhadi	Gamplong 1, RT3/RW2	2	2	8121583657	4
16	Siswanto	Gamplong 1,RT3/RW2	2	1	8121583657	4
17	Zamroni	Gamplong 1, RT3/RW2	1	1	8121583657	2

18	Suparman	Gamplong 1, RT3/RW2	2	1	8121583657	4
19	Semi	Gamplong 1, RT4/RW2	2	1	8121583657	4
20	Budi	Gamplong 1, RT4/RW2	2	1	8121583657	4
21	Bambang	Gamplong 1, RT4/RW2	2	1	8121583657	4
22	Zuli	Gamplong 1, RT4/RW2	2	1	8121583657	4
23	Uut	Gamplong 1, RT4/RW2	2	1	8121583657	4
24	Joko	Gamplong 1, RT4/RW2	2	1	8121583657	4
25	Zarowi	Gamplong 1, RT4/RW2	2	1	8121583657	4
26	Mario	Gamplong 1, RT4/RW2	2	1	8121583657	4
27	Fitri	Gamplong 1, RT6/RW3	2	1	8121583657	4
28	Kodarji	Gamplong 1, RT5/RW3	2	1	8121583657	4
29	Wahyu	Gamplong 1, RT6/RW3	2	1	8121583657	4
30	Giyanto	Gamplong 1, RT5/RW4	2	1	8121583657	4
31	Danah	Gamplong 1, RT6/RW4	2	1	8121583657	4
32	Gilig	Gamplong 1, RT5/RW5	2	1	8121583657	4

33	Supratman	Gamplong 1, RT5/RW3	2	1	8121583657	4
34	Iwan	Gamplong 1, RT6/RW3	2	1	8121583657	4
35	Suharno	Gamplong 1, RT6/RW3	2	1	8121583657	4



### F. *Time Line* Penelitian

No	Kegiatan	Waktu
1	Seminar Proposal	14 Januari 2021
2	ACC Proposal	12 Februari 2021
3	Penyebaran Surat ke DINPAR dan LPPOM	15 Februari 2021
4	Observasi indikator bandara	16 Februari 2021
5	wawancara dengan pihak Dinas Pariwisata	17 Februari 2021
6	wawancara kedua dengan pihak Dinas Pariwisata	22 Februari 2021
7	Observasi dan wawancara wisatawan tebing breksi	28 Februari 2021
8	Pengiriman surat wawancara pengelola wisata Tebing Breksi	01 Maret 2021
9	Wawancara dengan pihak pengelola tebing breksi	03 Maret 2021
10	wawancara kedua dengan pihak pengelola tebing breksi	07 Maret 2021
11	Pengiriman surat wawancara pengelola Candi Prambanan	08 Maret 2021
12	Pengiriman surat wawancara ke Desa Sumberrahayu	22 Maret 2021
13	Wawancara dengan pedagang dan pengelola Studio Alam Gamplong	23 Maret 2021
14	Wawancara dengan Pengurus POKDARWIS dan Persatuan Pengrajin di Desa Gamplong	24 Maret 2021
15	Observasi indikator restoran, hotel, dan tempat ibadah di Wisata Tebing Breksi	27 Maret 2021
16	Observasi indikator atraksi (pusat perbelanjaan) JCM dan SCH	28 Maret 2021
17	Observasi indikator atraksi (pusat perbelanjaan) Hartono Mall dan Amplaz	29 Maret 2021
18	Wawancara virtual dengan pihak LPPOM	01 April 2021
19	wawancara wisatawan Studio alam dan observasi pasar Belik Sontho Gamplong	04 April 2021
20	Observasi Studio alam Gamplong	05 April 2021

## G. Surat Keterangan Hasil Cek Plagiasi



FAKULTAS  
ILMU AGAMA ISLAM

PROGRAM STUDI  
MAGISTER  
ILMU AGAMA ISLAM

Jl. Demangan Baru No. 24 Lantai II YOGYAKARTA  
Telp dan Fax (0274) 523637

Website : masterislamic.uui.ac.id  
Email: msi@uui.ac.id

### SURAT KETERANGAN HASIL CEK PLAGIASI No: 103/Perpus/MIAI/VIII/2021

*Assalamu'alaikum Wr. Wb.*

Dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Andika Rendra Bimantara  
 Nomor Induk Mahasiswa : 19913005  
 Konsentrasi : Ekonomi Islam  
 Dosen Pembimbing : Dr. Anton Priyo Nugroho, SE., MM  
 Fakultas/Prodi : MIAI FIAI UII  
 Judul Tesis :

**PENGEMBANGAN SERVICES INDICATOR PARIWISATA RAMAH MUSLIM DI KABUPATEN SLEMAN, PROVINSI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA.** Karya ilmiah yang bersangkutan di atas telah melalui proses cek plagiasi menggunakan Turnitin dengan hasil kemiripan (similarity) besar 6 (enam) persen %.

Demikian surat keterangan ini dibuat agar dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb.*

Yogyakarta, 04 Agustus 2021  
Kaprosdi MIAI



Dr. Junanah, MIS



## PENGEMBANGAN SERVICES INDICATOR PARIWISATA RAMAH MUSLIM DI KABUPATEN SLEMAN, PROVINSI DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA

### ORIGINALITY REPORT

<b>6%</b>	<b>6%</b>	<b>0%</b>	<b>3%</b>
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

### PRIMARY SOURCES

<b>1</b>	<b>core.ac.uk</b> Internet Source	<b>2%</b>
<b>2</b>	<b>www.scribd.com</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>3</b>	<b>repository.stp-bandung.ac.id</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>4</b>	<b>Submitted to Universitas Islam Indonesia</b> Student Paper	<b>1%</b>
<b>5</b>	<b>www.halalntb.org</b> Internet Source	<b>1%</b>
<b>6</b>	<b>digilib.uinsgd.ac.id</b> Internet Source	<b>1%</b>

Exclude quotes  On

Exclude matches  < 1%

Exclude bibliography  On

## H. Curriculum Vitae

### IDENTITAS DIRI

Nama : Andika Rendra Bimantara  
Jenis Kelamin : Laki-laki  
Tempat/Tanggal Lahir : Banyuwangi/27 Oktober 1997  
Alamat : Jalan Gn. Sanghyang, Perum Prima Graha, E2, Badung,  
Bali  
Nomor Telepon : 083114901719  
Email : [andikarendra99@gmail.com](mailto:andikarendra99@gmail.com)

### LATAR BELAKANG PENDIDIKAN

Sekolah Dasar : SD Muhammadiyah 3 Denpasar, Bali  
Sekolah Menengah Pertama : SMP PGRI 3 Denpasar, Bali  
Sekolah Menengah Atas : SMA PGRI 4 Denpasar, Bali  
Perguruan Tinggi (S1) : Universitas Pendidikan Nasional, Denpasar, Bali