

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Telaah Pustaka

Salah satu tujuan telaah pustaka adalah untuk mengetahui apa yang belum dan apa yang sudah diteliti terkait topik penelitian yang kita pilih. Oleh karenanya penyusun mencoba mencari hubungan antara satu penelitian dengan lainnya dalam pembahasan kesiapan *stakeholder* dalam mengembangkan suatu objek wisata.

Dalam penelitian Dian Ihwana Musrin, Nurhayani, Balqis yang berjudul *kesiapan stakeholder dalam pelaksanaan jaminan kesehatan nasional di Kota Makassar*. Meneliti tentang kesiapan pemerintah dalam melaksanakan JKN (Jaminan Kesehatan Nasional). Jenis pemelitiaanya adalah kualitatif dan penentuan informan menggunakan metode purposive sampling sebanyak 12 orang. Data dikumpulkan dengan metode indept interview, observasi dan studi dokumentasi, pengolahan dan analisis data menggunakan content analysis. Hasilnya enunjukkan bawa SDM (tenaga dokter) siap, belum ada juknis dalam hal jeminan kesehata, kemudian untuk sosialisasi mengenai SJSS, BPJS dan JKN sudah dilaksanakan oleh *stakeholder* (Dian Ihwana Musrin¹, Nurhayani¹, 2011).

Penelitian yang dilakukan oleh Sekar Indah Putri Barus, Pindi Patana, Yunus Afiffudin 2013 yang berjudul Analisis Potensi Obyek Wisata dan Kesiapan Masyarakat dalam Pengembangan Desa Wisata Berbasis Masyarakat di Kawasan Danau Linting Kabupaten Deli Serdang. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis potensi dan daya tarik wisata alam di kawasan Danau Linting dan penilaian masyarakat dalam pengembangan desa wisata di kawasan Danau Linting. Pertanyaan melibatkan pengunjung, masyarakat, staf Kementerian Kehutanan, dan staf Kementerian Pariwisata. Hasil penelitian menunjukkan bahwa potensi sumber daya alam di desa Sibunga-bunga adalah sumber air panas, gua, dan batu kapur. Evaluasi objek dan daya tarik wisata dikategorikan layak untuk dikembangkan lebih lanjut. Orang-orang

bersedia berpartisipasi dalam mengembangkan desa mereka menjadi salah satu desa wisata (Barus, Pindi, & Afiffudin, 2012).

Penelitian Syahrir Nawir Nur, Hafied Cangara, Rhiza S. Sadjad (2014) yang berjudul Kesiapan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bantaeng Dalam Rangka Peningkatan Promosi Berbasis E-Tourism, bertujuan untuk mengetahui sejauh mana kesiapan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bantaeng dalam mengelola sistem informasi pariwisata berbasis e-tourism di Kabupaten Bantaeng yang akan dirancang. Penelitian ini dilakukan di kantor Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bantaeng. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif dengan menggunakan metode analisis SWOT. Informan penelitian ini adalah Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bantaeng, Kepala Bidang Pemasaran dan Pengembangan Kabupaten Bantaeng, serta Sekretaris Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bantaeng. Informan lainnya adalah masyarakat Kabupaten Bantaeng. Penelitian ini menggunakan dua cara dalam memperoleh data, yang pertama melalui wawancara dan dokumentasi serta pengamatan langsung. Hasilnya adalah Hasil penelitian ini menunjukkan dari keenam factor kesiapan pemanfaatan teknologi (Kesiapan teknologi informasi, kebijakan, sumber daya manusia, keuntungan, proses dan infrastruktur) (Nur, Cangara, & Sadjad, 2014).

Penelitian Muhamad (2015) yang berjudul Tingkat Kesiapan Masyarakat Pengelolaan Lingkungan Dan Kepariwisata Alam Pasca-Erupsi 2010. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dan mengukur tingkat kesiapan masyarakat lereng Merapi selatan pascaerupsi 2010. Tingkat kesiapan pengelolaan lingkungan dan kepariwisataan alam didasarkan kepada pendekatan nilai-nilai potensi lokal. Semakin tinggi tingkat kesiapan masyarakat di dalam pengelolaan lingkungan dan kepariwisataan alam, maka semakin tinggi nilai indeks tingkat kesiapan tersebut (Muhamad, 2015).

Penelitian Reski Amalyah, Djahmur Hamid, Luchman Hakim, yang berjudul Peran *Stakeholder* Pariwisata dalam Pengembangan Pulau Samalona Sebagai Destinasi Wisata Bahari. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui profil daya tarik dan atraksi wisata di Pulau Samalona, peran *stakeholder* dalam pengembangan Pulau Samalona,

dan faktor pendukung dan penghambat peran *stakeholder* dalam pengembangan Pulau Samalona. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Pulau Samalona merupakan pulau yang memiliki potensi bahari sehingga kegiatan utama yang dilakukan wisatawan yaitu snorkeling. Pengembangan Pulau Samalona melibatkan *stakeholder* pariwisata yang terdiri dari pemerintah melalui Disparekraf Kota Makassar, pelaku usaha pariwisata, dan masyarakat lokal Pulau Samalona. Peran *stakeholder* dalam pengembangan Pulau Samalona berupa penyediaan sarana prasarana, pembinaan sumber daya manusia, pemberdayaan masyarakat lokal, promosi, dan CSR (*Corporate Social Responsibility*) (Amalyah & Hakim, 2016).

Penelitian Fitri Handayani, Hardi Warsono yang berjudul Analisis peran *Stakeholder* Dalam Pengembangan Objek Wisata Pantai Karang Jahe Di Kabupaten Rembang, Tujuan dari penelitian ini untuk mengidentifikasi dan menganalisis peran pemangku kepentingan dalam pengembangan pariwisata Pantai Karang Jahe, faktor-faktor yang menghambat peran pemangku kepentingan dalam upaya pengembangan wisata Pantai Karang Jahe, dan merumuskan upaya untuk mengatasi faktor penghambat Peran pemangku kepentingan dalam pengembangan wisata Pantai Karang Jahe di kabupaten rembang. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Hasilnya menunjukkan bahwa pengembangan pariwisata Pantai Karang Jahe melibatkan peran Dinbudparpora, masyarakat setempat, dan pengusaha. Peran yang dijalankan oleh masing-masing pemangku kepentingan meliputi pembuat kebijakan, koordinator, fasilitator, pelaksana dan akselerator. Peran pemangku kepentingan dalam pengembangan pariwisata lebih menekankan pada peran fasilitator dalam bentuk fisik. Faktor yang menghambat peran pemangku kepentingan dalam pengembangan pariwisata Pantai Karang Jahe adalah keterbatasan lahan, keterbatasan anggaran, keterbatasan sumber daya manusia, pola pikir, peraturan, kegiatan promosi, dan kerjasama antar pemangku kepentingan. Upaya dilakukan untuk mengatasi faktor penghambat, yaitu menjalin kerja sama antara pengelola Pantai Karang Jahe dengan pemilik lahan, membangun kesadaran pariwisata melalui kelompok kesadaran pariwisata, dan memberdayakan masyarakat desa untuk memanfaatkan limbah tersebut menjadi produk komersial, sanksi diatur di desa (Fitri Handayani , Hardi Warsono).

Penelitian Moh. Rosyid (2014) yang berjudul Strategi Optimalisasi Wisata Syariah Di Kudus. Potensi bidang kepariwisataan di Kudus yang telah ada merupakan aset yang perlu sentuhan nyata agar kesejahteraan bagi warga Kudus terlaksana dengan baik. Satu hal yang memprihatinkan bahwa Kudus memiliki dua destinasi wisata Syariah skala nasional, yakni wisata berbasis ritual keagamaan, tetapi satu di antaranya tidak termasuk destinasi wisata versi pemerintah provinsi Jawa Tengah. Bahkan penghargaan destinasi wisata yang dianugerahkan oleh Dinas Pariwisata Provinsi Jawa Tengah tahun 2014 pun tidak diperoleh Kudus. Hal ini sebagai penanda bahwa destinasi wisata dan wisata syariah di Kudus belum mendapat perhatian yang proporsional oleh pemerintah daerah Kabupaten Kudus. Keprihatinan ini agar tidak berlarut-larut, segera merapatkan barisan antara pemerintah dan pelaku wisata di Kudus (Rosyid, 2014).

Penelitian Lintang Praharya Suryono, Winny Astuti, Murtanti Jani Rahayu (2008), yang berjudul Tingkat Kesiapan Komponen Wisata Kreatif Jayengan Kampoeng Permata Berdasarkan *Stakeholder*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana tingkat kesiapan komponen pariwisata kreatif Jayengan Kampoeng Permata oleh pemangku kepentingan. Penelitian ini menggunakan deduktif kuantitatif metode. Teknik pengambilan sampel menggunakan purposive sampling dengan Pemangku kepentingan JKP sebagai orang yang diwawancarai. Tingkat kesiapan JKP agak dipersiapkan. Komponen yang memberikan nilai tertinggi terhadap kesiapan JKP adalah terendah komunitas pariwisata kreatif, infrastruktur, daya tarik, lembaga eksternal, wisatawan dan institusi internal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kesiapan orang tidak jaminan kesiapan Jayengan Kampoeng Permata sebagai tujuan wisata kreatif, Daya tarik yang dimiliki Jayengan Kampoeng Permata belum bisa mengundang wisatawan, kesiapan infrastruktur JKP yang cukup tidak mampu menarik wisatawan, Peran kelembagaan internal dalam mendukung kesiapan Jayengan Kampoeng Permata dan lembaga eksternal sebagai faktor eksternal kesiapan JKP(Suryono, Winny, & Murtanti, 2008).

Penelitian yang dilakukan oleh Nailu Rahman yang berjudul Perspektif *Stakeholder* Terhadap Potensi Obyek dan Daya Tarik Wisata Telaga Ngebel

Kabupaten Ponorogo. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penilaian *stakeholders* terhadap potensi daya tarik wisata dan pendukung obyek wisata Telaga Ngebel, mengetahui harapan *stakeholders* terhadap pengembangan di obyek wisata Telaga Ngebel, dan memberikan arahan kebijakan untuk pengelolaan dan pengembangan yang tepat di obyek wisata Telaga Ngebel. Metode penelitian menggunakan tiga pendekatan analisa, yaitu analisis tabel silang, analisis deskriptif, dan analisis SWOT. Hasil penelitian menunjukkan, baik wisatawan, masyarakat maupun dari pihak pemerintah menilai potensi daya tarik wisata harapan *stakeholder* adalah peningkatan sarana dan prasarana yang mendukung pariwisata, mampu mendongkrak perekonomian lokal, serta peningkatan regulasi dan kebijakan (Nailu Rahman, n.d.).

Tabel 2. 1. Tabel Telaah Pustaka

No	Judul Jurnal dan Tahun	Keterangan	Kesimpulan
1.	Analisis Potensi Obyek Wisata dan Kesiapan Masyarakat dalam Pengembangan Desa Wisata Berbasis Masyarakat di Kawasan Danau Linting Kabupaten Deli Serdang 2013	Pemilihan sampel dalam penelitian ini menggunakan purpose sampling, artinya metode pengambilan sampel dilakukan secara bertujuan. Objeknya adalah danau linting sebagai objek wisata yang akan di kembangkan berbasis masyarakat	Persamaan penelitian ini menggunakan purpose sampling dan sama-sama meneliti kesiapan Perbedaannya objek penelitiannya berbeda dan yang di teliti adalah <i>stakeholder</i> , bukan hanya masyarakat
2.	Kesiapan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bantaeng Dalam Rangka Peningkatan Promosi	Metode penelitian ini adalah diskriptif kualitatif, yaitu wawancara mendalam	Persamaan Penelitian ini menggunakan wawancara mendalam dengan narasumber

	Berbasis E-Tourism, bertujuan untuk mengetahui sejauh mana kesiapan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bantaeng dalam mengelola sistem informasi pariwisata berbasis e-tourism di Kabupaten Bantaeng yang akan dirancang. 2014	kepada narasumber yang kompatibel. Objeknya adalah Dinas kebudayaan dan pariwisata kabupaten bentaeng yang dalam meningkatkan promosi berbasis E-Tourism.	yang kompatibel di bidangnya, yaitu para <i>stakeholder</i> . Perbedaannya pada dalam penelitian objeknya adalah peningkatan promosi berbasis E-Tourism
3.	Tingkat Kesiapan Masyarakat Pengelolaan Lingkungan Dan Kepariwisata Alam Pasca-Erupsi 2010.2015	Pada penelitian ini menggunakan metode Questionare, interview, dan Studi dokumentasi	Persaman penelitian ini meneliti kesiapan masyarakat. Perbedaan penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menyebarkan angket
4.	Peran <i>Stakeholder</i> Pariwisata dalam Pengembangan Pulau Samalona Sebagai Destinasi Wisata Bahari. 2016	Penelitian ini bersifat diskriptif kualitatif untuk mengetahui peran masing-masing <i>stakeholder</i> . Objeknya adalah pulau Samalona sebagai objek wisata Bahari	Persamaannya penelitian ini terletak pada metode yang digunakan yaitu penelitian diskriptif kualitatif Perbedaannya penelitian ini objeknya berbeda, serta yang diteliti adalah peran

			masing-masing <i>stakeholder</i>
5.	Analisis peran <i>Stakeholder</i> Dalam Pengembangan Objek Wisata Pantai Karang Jahe Di Kabupaten Rembang	Pada penelitian ini merupakan penelitian diskriptif dengan Teknik purposive sampling,serta ditambah dengan snowball sampling.	Persamannya pada penelitian ini sama-sama diskriptif kualitatif. perbedaannya berbeda dalam objeknya yaitu peran dari <i>stakeholder</i> , sedangkan penelitian kami adalah kesiapan <i>stakeholder</i>
6.	Strategi Optimalisasi Wisata Syariah Di Kudus	Penelitian ini menggunakan deskriptif dan penjelasan dalam mengumpulkan data menggunakan literature yang sudah ada untuk menjelaskan sejarah dan potensinya.	Persamaannya penelitian ini menggunakan literature pendukung data. Perbedaannya objeknya adalah strategi dalam mengoptimalkan wisata di Kudus.
7.	Tingkat Kesiapan Komponen Wisata Kreatif Jayengan Kampoeng Permata Berdasarkan <i>Stakeholder</i>	Pendekatan yang di gunakan adalah deduktif kuantitatif. Pemilihan sampel menggunakan Teknik purposive sampling	Persamaannya menggunakan Teknik Purposive sampling dalam menentukan sumberdata. Perbedaannya penelitian ini terletak pada pendekatan yang di gunakan, yaitu deduktif kualitatif.

8.	Perspektif <i>Stakeholder</i> Terhadap Potensi Obyek dan Daya Tarik Wisata Telaga Ngebel Kabupaten Ponorogo	Pengumpulan data yang digunakan adalah pengumpulan data sekunder dan primer.	persamaan dalam pengumpulan data primer sama-sama menggunakan Teknik purpose sampling perbedaan objek penelitiannya adalah potensi objek dan daya Tarik.
----	---	---	--

B. Landasan Teori

1. Pariwisata

Menurut Haryono (dalam Sujali, 1989) pariwisata merupakan kegiatan dan aktifitas manusia, dan sebagai suatu pernyataan dari usaha-usaha manusia untuk memenuhi keinginan atau kebutuhan hidupnya. Pada hakikatnya berpariwisata merupakan suatu proses kepergian sementara seseorang atau lebih menuju tempat lain di luar tempat tinggalnya. Dorongan kepergiannya adalah karena berbagai kepentingan, baik karena kepentingan ekonomi, sosial, kebudayaan, politik, agama, kesehatan maupun kepentingan lain seperti karena sekedar ingin tahu, menambah pengalaman ataupun untuk belajar (Nailu Rahman, n.d.).

Menurut Soekadijo (1996), menyatakan bahwa pariwisata adalah suatu gejala sosial yang kompleks dan menyangkut manusia seutuhnya dan memiliki berbagai aspek seperti sosiologis, psikologis, ekonomis, ekologis dan lain sebagainya. Aspek yang mendapat perhatian yang paling besar dan hampir merupakan satu-satunya aspek yang paling dianggap penting adalah aspek ekonomi (Wijaya, 2007, p.12)

Menurut Urry (Pitana & Gayatri, 2004) Pariwisata adalah suatu aktivitas yang berkaitan dengan waktu luang dan bersantai perjalanan wisata bukanlah suatu kewajiban dan biasanya dilakukan pada saat seorang sedang libur dari pekerjaannya atau terlepas dari rutinitasnya. Sedangkan menurut Murphy (Pitana & Gayatri,

2004) menyatakan bahwa pariwisata adalah keseluruhan dari elemen-elemen terkait (wisatawan, daerah tujuan 14 wisata, perjalanan, industri dan lain-lain) yang merupakan akibat dari perjalanan wisata ke daerah tujuan wisata, sepanjang perjalanan tersebut tidak permanen (Dewi,2007).

Menurut Jaelani, ada beberapa point perjalanan/wisata didalam Islam, sebagaimana berikut:

- a. Perjalanan merupakan ibadah , sebagaimana perintah haji atau umroh yang menjadi bagian dari rukun Islam
- b. Wisata/perjalanan terkait konsep pengetahuan, hal ini terkait dengan perjalanan di awal Islam dengan tujuan mendapatkan dan menyebarkan pengetahuan sesuai dengan firman Allah didalam surah At-Taubah ayat 112

الَّذِينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ وَالَّذِينَ آمَنُوا
وَالَّذِينَ آمَنُوا وَعَمِلُوا الصَّالِحَاتِ وَالَّذِينَ آمَنُوا

Artinya: Mereka itu adalah orang-orang yang bertaubat, yang beribadat, yang memuji, yang melawat, yang ruku', yang sujud, yang menyuruh berbuat ma'rif dan mencegah berbuat munkar dan yang memelihara hukum-hukum Allah. Dan gembirakanlah orang-orang mukmin itu.

- c. Didalam Islam tujuan wisata/perjalanan adalah untuk mendapatkan suatu pengetahuan dan berfikir, yaitu merenungkan hakikat penciptaan makhluk.. Didalam alqur'an juga terdapat perintah untuk melakukan perjalanan di muka bumi, sesuai dengan firman Allah dalam surah

Al-An'am 11-12

قُلْ سِيرُوا فِي الْأَرْضِ ثُمَّ أَنْظِرُوا كَيْفَ كَانَ عَاقِبَةُ الْمُكْذِبِينَ قُلْ لِمَنْ مَا فِي
السَّمٰوٰتِ وَالْأَرْضِ قُلْ لِلّٰهِ كَتَبَ عَلَىٰ نَفْسِهِ الرَّحْمَةَ لِيَجْمَعَ كِتَابَكُمُ إِلَىٰ يَوْمِ الْقِيٰمَةِ لَا
رَيْبَ فِيهِ الَّذِينَ خَسِرُوا أَنفُسَهُمْ فَهُمْ لَا يُؤْمِنُونَ

Artinya : 11. Katakanlah: "Berjalanlah di muka bumi, kemudian perhatikanlah bagaimana kesudahan orang-orang yang mendustakan itu. 12. Katakanlah: "Kepunyaan siapakah apa yang ada di langit dan di bumi". Katakanlah: "Kepunyaan Allah". Dia telah menetapkan atas Diri-Nya kasih sayang. Dia sungguh akan menghimpun kamu pada hari kiamat yang tidak ada keraguan padanya. Orang-orang yang meragukan dirinya mereka itu tidak beriman.

d. Berdakwah, tujuan paling utama melakukan perjalanan adalah untuk menyampaikan dan mengajak umat manusia kepada agama Allah yang diturunkan melalui Nabi Muhammad SAW sebagaimana yang dilakukan oleh Rosul dan para sahabatnya untuk mengajak umat manusia kepada kebaikan dan menjalankan kebenaran. Konsep wisata dikembangkan untuk mencapai tujuan tersebut.

Pada akhirnya wisata Islam merupakan kegiatan untuk memikirkan dan merenungkan kebesaran Allah melalui ciptaanya yang terhampar di bumi, sehingga akan menambah keimanan manusia di dalam jiwanya serta semakin mendekatkan diri kepada Sang Pencipta. (Jaelani, 2017)

2. Wisata Halal

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan, wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya Tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara. (UU no. 10 Tahun 2009)

Menurut Dinas Pariwisata Dan Budaya Aceh secara umum wisata Halal dapat diartikan sebagai kegiatan wisata yang khusus untuk memfasilitasi kebutuhan berwisata ummat Islam, dapat juga dikatakan sebagai paket perjalanan yang mengacu pada aturan hidup umat Islam, baik dari sisi adab mengadakan perjalanan, menentukan tujuan wisata, akomodasi, hingga makanan.

Menurut Kemenpar 2012, yang menggunakan istilah wisata Syariah adalah kegiatan yang didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah yang memenuhi ketentuan Syariah. Pariwisata Syariah dimanfaatkan sebagai bentuk karakteristik produk dan jasa yang bersifat Universal(Jaelani, 2017).

Pariwisata Halal adalah setiap kegiatan atau objek wisata yang diperbolehkan menurut ajaran Islam untuk menggunakan atau ikut terlibat dalam industri pariwisata (Battour & Ismail, 2015). Dalam definisi tersebut mempertimbangkan

hukum Islam (Syariah) sebagai dasar untuk memberi produk wisata dan memberi layanan kepada wisatawan, terutama muslim, seperti Hotel dengan konsep halal, restoran halal, biro perjalanan Halal. Definisi ini tidak terbatas pada wilayah penduduk muslim saja.

Suhaimi, Kahiril, Yakoob, 2010 *“The fundamental of Halal tourism includes the components such as Halal hotel, Halal transportation, Halal food premises, Halal logistics, Islamic finance, Islamic travel packages, and Halal spa”*. Shakiry dalam Priyadi (2015) mendefinisikan konsep wisata syariah sebagai bentuk kegiatan wisata yang tidak hanya terbatas pada wisata keagamaan, akan tetapi meliputi segala macam bentuk kegiatan wisata yang ada namun dengan mengedepankan prinsip-prinsip Syariah Islam didalam pengelolaannya, sementara itu Hasan (Priyadi, 2015) menjelaskan wisata Syariah sebagai suatu dimensi etika didalam industri pariwisata, yang mengedepankan nilai-nilai moral dan estetika sebagai suatu standar tertinggi yang harus dipatuhi. Konsep wisata Syariah merupakan aktualisasi dari konsep keIslaman dimana nilai halal dan haram menjadi tolak ukur utama, hal ini berarti seluruh aspek kegiatan wisata tidak terlepas dari sertifikasi halal yang harus menjadi acuan bagi setiap pelaku pariwisata(Chookaew, 2015)

Dari definisi diatas dapat kita ambil kesimpulan bahwa wisata halal merupakan sebuah perjalanan berwisata atau objek wisata yang prosesnya sesuai dengan aturan Islam. Mulai dari perjalanan, penginapan, dan konsumsi merupakan suatu yang sesuai dengan ajaran Islam.

Terdapat perbedaan wisata Religi, wisata Konvensional, wisata Halal(Syariah). Penggunaan istilah wisata halal dalam beberapa artikel secara umum disamakan dengan beberapa istilah, antara lain, Syariah tourism, Islamic tourism, halal travel, halal friendly tourism destination, muslim- friendly travel destinations dan lainnya (Jaelani, 2017). Secara khusus, wisata halal merupakan kegiatan bisnis (pariwisata halal). Menurut Diyanat , dalam Islam penggunaan istilah “halal” merujuk pada semua yang di perintahkan dalam agama dan menjadi pedoman bagi perilaku dan kegiatan umat Islam. Secara khusus menurut gulen halal di gunakan untuk

pengertian semua hal yang dapat di konsumsi menurut alqur'an dan Hadits nabi(Jaelani, 2017)

Menurut Ijaj, 2011, kata “ halal “ bermakna sesuatu yang di izinkan dan biasanya di pakai untuk menjelaskan pengertian sah konsep halal dalam Islam memiliki dorongan yang spesifik seperti untuk melestarikan kemurnian agama, untuk menjaga mentalitas Islam, untuk mempertahankan hidup, untuk melindungi property, untuk melindungi generasi masa depan, untuk menaga harga diri dan integritas. Juga definisi halal mengacu pada semua aspek kehidupan seperti perilaku yang di perbolehkan, perkataan, perbuatan dan lain-lain(Jaelani, 2017).

Selain itu menurut Ijaj 2011 definisi halal di perdalam, karena arti luasnya biasa di gunakan di Timur (arab) dan dalam konteks yang sempit juga di gunakan di barat. Syariah adalah sistem moral hidup yang tidak terbatas pada persyaratan makanan yang boleh di konsumsi dan terus berkembang dalam kaitanya dengan penduduk muslim. Oleh karena itu, konsep halal itu penting untuk menjadi bagian dari merek. Tidak hanya elemen merek saja,melainkan juga dari sistem kepercayaan, kode etik-moral dalam kehidupapan sehari-hari (Jaelani, 2017).

Didalam Islam, ziarah kubur masih di anggap sebagai perbuatan baik (sunnah) secara Bahasa ziarah dapat di artikan kunjungan, baik kepada orang yang masih hidup, atau sudah meninggal melalui kuburanya, kegiatan tersebut lazim di sebut ziarah kubur. Dari sinilah muncul istilah wisata Religi yang berarti juga wisata ziaarah.

Wisata Religi memnunjukkan aktivitas peralanan dengan tujuan keagamaan dan di lakukan oleh umat beragama, baik itu Kristen Islam atau pemeluk agama lain dengan mengunjungi tempat-tempat suci agama atau tokoh agama. Pengertian tersebut melekat pada makna ziarah, sehingga bisa di sebut wisata Syariah sebagai aktivitas ekonomi jika yang melakukan perjalanan adalah muslim. Wisata religi juga dapat berfungsi untuk memnyebut suatu kekgiatan yang memiliki tuuan sesuai dengan prinsip Islam seperti hai, umroh dan sebagainya (Jaelani, 2017).

Menurut Zamani Farahani dan Anderson, 2009 Wisata religi dapat didefinisikan sebagai kegiatan perjalanan Muslim ketika menuju satu tempat ke

tempat lain atau ketika berada di satu tempat di luar tempat tinggal mereka yang normal untuk jangka waktu kurang dari satu tahun dan untuk terlibat dalam kegiatan dengan motivasi agama. Perlu dicatat bahwa kegiatan tersebut harus sesuai dengan prinsip-prinsip Islam, yaitu halal (Jaelani, 2017)

Menurut Sofyan (Jaelani, 2017) menegaskan bahwa definisi wisata Syariah lebih luas dari wisata religi, yaitu wisata yang di dasarkan pada nilai-nilai syariah Islam. Seperti yang sudah di anurkan oleh WTO (word Tourisme Organization) konsumen darwisata Syariah/halal bukan hanya muslim, tapi juga non muslim.

Untuk lebih jelasnya, Hamzah dan Yudiana (2015) dalam Dini Andriani, et al. 2015 membedakan antara wisata Konvensional, Wisata Religi, dan wisata Syariah atau Wisata Halal dapat di lihat pada table berikut (Jaelani, 2017):

Tabel 2. 2. Perbedaan Wisata Konvensional, Wisata Religi, dan Wisata Syariah

No	Aspek	Wisata Konvensional	Wisata Religi	Wisata Syariah/Halal
1	Objek	Alam, Budaya, Heritage, Kuliner	Tempat Ibadah, Peninggalan Sejarah	Semuanya
2	Tujuan	Menghibur	Meningkatkan Spiritual yang bisa menenangkan jiwa, Guna mencari ketenangan batin	Meningkatkan spiritual dengan cara menghibur
3	Target	Menyentuh kepuasan dan kesenangan yang berdimensi nafsu semata-mata hanya untuk hiburan	Menguasai sejarah tokoh dan lokasi yang menjadi objek wisata	Memenuhi keinginan dan kesenangan serta menumbuhkan kesadaran beragama

4	Guide	Memahami dan menguasai informasi sehingga bisa menarik wisatawan terhadap objek wisata	Menguasai sejarah tokoh dan lokasi yang menjadi objek wisata	Membuat turis tertarik pada obyek membangkitkan spirit religi wisatawan. Mampu menjelaskan fungsi dan peran Syariah dalam bentuk kebahagiaan dan kepuasan batin dalam kehidupan manusia
5	Fasilitas Ibadah	Sekedar pelengkap	Sekedar pelengkap	Menjadi bagian yang menyatu dengan obyek pariwisata, ritual ibadah memnjadi bagian paket hiburan
6	Kuliner	Umum	Umum	Spesifik Yang halal
7		Komplementar dan hanya untuk keuntungan materi	Komplementar dan hanya untuk keuntungan materi	Integrated, Interaksi berdasar pada prinsip syariah
8	Agenda Perjalanan	Setiap waktu	Waktu-waktu tertentu	Memperhatikan waktu

Menurut Global Muslim Trevel Index (GMTI) ada tiga kriteria wisata halal yang menjadi acuan standar wisata halal di dunia, berikut rinciannya:

- a Destinasi yang aman serta ramah bagi keluarga, aman serta ramah keluarga mencakup
 - 1) Destinasi wisata harus ramah keluarga
 - 2) Keamanan umum bagi wisatawan muslim
 - 3) Jumlah kedatangan wisatawan muslim yang cukup ramai
- b Layanan dan fasilitas di destinasi wisata yang ramah muslim
 - 1) Pilihan makanan dan jaminan halalnya
 - 2) Akses ibadah yang mudah dan baik
 - 3) Fasilitas di bandara yang ramah muslim
 - 4) Serta opsi akomodasi yang memadahi
- c Kesadaran halal dan pemasaran destinasi
 - 1) Kemudahan komunikasi
 - 2) Jangkauan dan kesadaran kebutuhan wisatawan muslim
 - 3) Konektivitas transportasi udara
 - 4) Serta persyaratan visa

Melalui tim percepatan pengembangan pariwisata halal Indonesia pada pelatihan kompetisi SDM kepariwisataan bidang kependamuan Wisata (halal Tourism) Achmad (2016) menjelaskan tentang kriteria Destinasi wisata halal kementerian pariwisata republic Indonesia sebagai acuan penilaian sebagai berikut (Putri, 2017)

a. Fasilitas Umum

- 1) Toilet Umum
 - 1) Memiliki kelegkapan bersucu dengan air
 - 2) Urinoir ada pembatas antara satu dengan yang lain
 - 3) Urinoir memiliki tombol bidet sower
 - 4) Kloster memiliki hand shower
- 2) Masjid/Mushola
 - 1) Ruang ibadah dalam keadaan bersih dan terawatt
 - 2) Pencahayaan cukup terang
 - 3) Memiliki sirkulasi udara yang baik dengan AC atau Kipas angin
 - 4) Tersedia arah petunjuk kiblat dan jadwal waktu sholat

- 5) Tersedia perlengkapan sholat berupa sajadah dan mukena yang bersih dan terawat
- 6) Tersedia pembatas ruang sholat pria dan wanita
- 7) Tersedia tempatberwudhu dalam kondisi bersih dan terawatt
- 8) Tempat berwudhu terpisah untuk pria dan wanita
- 9) Tersedia air bersih yang memadai untuk berwudhu
- 10) Tersedia saluran pembuangan air bekas wudhu yang baik
- 11) Tersedia beberapa senda bila tempat berwudhu terpisah dengan tempat ibadah

3) Terdapat petunjuk arah menuju tempat ibadah

b. Fasilitas pariwisata

1) Fasilitas pariwisata

1. Jasa Kawasan wisata yaitu memiliki image yang positif dan aman
2. Jasa makanan dan minuman, yaitu tersedia pilihan jajanan / oleh-oleh bersertifikat halal
3. Asa makanan dan minuman lainnya yaitu tersedia pilihan restoran dan café halal hilal 1 dan atau hilal 2
4. Jasa akomodasi tersedia pilihan hotel halal hilal 1 dan atau hilal 2
5. Jasa hiburan dan rekreasi tersediapilihan jasa hiburan dan rekreasi tidak mengarah pada pomoaksi dab pornografi
6. Jasa pramuwisata tersedia pramuwisata yang telah mendapatkan pelatihan tentang pariwisata halal dari Lembaga yang telah di akui oleh DSN MUI
7. Spa tersedia pilihan spa halal hila 1 dan hilal 2
8. Biro perjalanan Wisata (BPW) yaitu tesedia pilihan BPW halal hilal 1 dan hilal 2.

Menurut fatwa Dewan Syariah Nasional – Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) No. 108/DSN-MUI/X/2016 tentang pedoman penyelenggaraan pariwisata berdasarkan prinsip Syariah menjelaskan tentang ketentuan destinasi wisata yang sesuai prinsip syariah, antara lain

- a. Destinasi wisata wajib diarahkan pada ikhtiar untuk

- 1) Mewujudkan kemaslahatan umum
 - 2) Pencerahan, penyegaran dan penenangan
 - 3) Memelihara amanah, keamanan dan kenyamanan
 - 4) Mewujudkan kebaikan yang bersifat universal dan inklusif
 - 5) Memelihara kebersihan, kelestarian alam, sanitasi, dan lingkungan
 - 6) Menghormati nilai-nilai sosial-budaya dan kearifan lokak yang tidak melanggar prinsip Syariah.
- b. Destinasi wisata wajib memiliki:
- 1) Fasilitas ibadah yang layak pakai, mudah dijangkau dan memenuhi persyaratan Syariah
 - 2) Makanan dan minuman halal yang terjamin kehalalannya dengan sertifikat halal MUI
- c. Destinasi wisata wajib terhindar dari:
- 1) Kemusyrikan dan khurafat
 - 2) Maksiat, zina, pornografi, pornoaksi, minuman keras, narkoba, dan judi
 - 3) Pertunjukan seni dan budaya serta atraksi yang bertentangan prinsip-prinsip Syariah. (MUI, 2016)
2. Pengembangan wisata halal

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 18 Tahun 2002 Pengembangan adalah kegiatan ilmu pengetahuan dan teknologi yang bertujuan memanfaatkan kaidah dan teori ilmu pengetahuan yang telah terbukti kebenarannya untuk meningkatkan fungsi, manfaat, dan aplikasi ilmu pengetahuan dan teknologi yang telah ada, atau menghasilkan teknologi baru. Pengembangan secara umum berarti pola pertumbuhan, perubahan secara perlahan (*evolution*) dan perubahan secara bertahap.

Menurut Seels & Richey (Alim Sumarno, 2012) pengembangan berarti proses menterjemahkan atau menjabarkan spesifikasi rancangan kedalam bentuk fitur fisik. Pengembangan secara khusus berarti proses menghasilkan bahan-bahan pembelajaran. Sedangkan menurut Tessmer dan Richey (Alim Sumarno, 2012) pengembangan memusatkan perhatiannya tidak hanya pada analisis kebutuhan,

tetapi juga isu-isu luas tentang analisis awal-akhir, seperti analisis kontekstual. Pengembangan bertujuan untuk menghasilkan produk berdasarkan temuan-temuan uji lapangan

Dari pengertian di atas dapat di artikan bahwa mengembangkan merupakan usaha untuk mewujudkan rancangan yang telah di susun, serta melengkapi apa yang perlu untuk dilengkapi. Dalam hal ini adalah mengembangkan Pantai Nguyahan yang merupakan objek wisata alam berupa pantai menjadi objek wisata halal yang berstandar halal (halal tourism).

3. Kesiapan

a. Teori kesiapan

Menurut Yusnawati dalam sebuah penelitian (Li, Teoritis, & Kesiapan, 2007), "kesiapan merupakan suatu kondisi dimana seseorang telah mencapai pada tahapan tertentu atau dikonotasikan dengan kematangan fisik, psikologis, spiritual dan skill".

Menurut Suharsimi Arikunto dalam sebuah penelitian (Li et al., 2007) "kesiapan adalah suatu kompetensi berarti sehingga seseorang yang mempunyai kompetensi berarti seseorang tersebut memiliki kesiapan yang cukup untuk berbuat sesuatu".

Menurut Slameto dalam penelitian (Li et al., 2007), "kesiapan adalah keseluruhan kondisi yang membuatnya siap untuk memberi respon atau jawaban di dalam cara tertentu terhadap suatu situasi. Penyesuaian kondisi pada suatu saat akan berpengaruh pada kecenderungan untuk memberi respon". Dari beberapa teori itu dapat disimpulkan bahwa kesiapan adalah suatu kondisi yang dimiliki baik oleh perorangan maupun suatu badan dalam mempersiapkan diri baik secara mental, maupun fisik untuk mencapai tujuan yang dikehendaki.

b. Aspek-aspek Kesiapan

Suatu kondisi dikatakan siap setidaknya-tidaknya mencakup beberapa aspek, menurut Slameto (2010:14), "ada tiga aspek yang mempengaruhi kesiapan yaitu:

- 1) Kondisi fisik, mental, dan emosional
- 2) Kebutuhan atau motif tujuan
- 3) Keterampilan, pengetahuan, dan pengertian yang lain yang telah dipelajari”.

Membahas tentang kesiapan wisata halal berarti berkaitan dengan kelengkapan fasilitas serta kapasitas sumber daya manusia (SDM). Fasilitas destinasi wisata halal sebagaimana telah dijabarkan beberapa pihak di atas sebisa mungkin terpenuhi sebagai bentuk dari kesiapan fisik. Kesiapan sumber daya manusia terkait dengan keterampilan dalam menyediakan objek wisata halal sebagai suatu standar.

c. Kesiapan *stakeholder* wisata halal

Terdapat beberapa klasifikasi terkait kesiapan *stakeholder* dalam mengembangkan wisata halal, masing-masing *stakeholder* memiliki peran yang berbeda-beda. Berikut kesiapan *stakeholder* berdasarkan kelompok *stakeholder* wisata Syariah

- 1) Sektor pemerintah, dalam pembahasan ini sektor pemerintah yang di maksud adalah Dinas Pariwisata (Dispar) dan Majelis Ulama Indonesia (MUI). Dispar sesuai dengan perannya yaitu penyedia layanan public maka kesiapan sektor pemerintah adalah kesiapan dalam menyediakan fasilitas umum yang secara mutlak ada, didalam buku yang di tulis Unggul Priyadi menyebutkan ringkasan parameter peraturan menteri No. 2 tahun 2004 sebagai berikut (Priyadi, 2016):
 - a) Mengadakan sosialisasi ataupun pelatihan untuk membentuk perilaku SDM Syariah. (hal 135)
 - b) Menyediakan peralatan yang praktis untuk bersuci dan penyekat antar unior
 - c) Menyediakan perlengkapan sholat, ibadah dan makanan kemasan.
 - d) Menyediakan perlengkapan ibadah dan suasana tempat sangat nyaman dan bersih.
 - e) Menyediakan papan informasi penunjuk lokasi masjid, penunjuk waktu sholat serta semua fasilitas pelengkap lainnya
 - f) Menghilangkan fasilitas yang menjerumuskan ke hal pornografi
 - g) Menetapkan sistem jaminan produk halal

Selanjutnya kesiapan MUI sebagai pengawas terkait kehalalan produk – produk wisata halal serta menjadi konsultan bagi para operator pariwisata halal, Kiai Ma'ruf juga menambahkan terkait makanan halal melalui LPPOM MUI akan melakukan pembinaan kepada para pelaku usaha pada bidang kuliner. Maka kesiapan MUI Kab. Gunungkidul terkait pengembangan wisata halal adalah :

- a) Mempersiapkan regulasi Pemda Gunungkidul untuk menerbitkan aturan yang mempunyai paradigma wisata halal
 - b) Menyerukan semua organisasi sosial keagamaan untuk ikut melakukan pembinaan dan sosialisasi tentang pentingnya wisata halal
 - c) Memberi pendampingan terkait sertifikasi halal MUI
 - d) Memberi sosialisasi mengenai hal-hal yang di perlukan untuk memperoleh sertifikasi halal
 - e) Membentuk struktur organisasi yang secara khusus mengawasi kehalalan produk
- 2) Sektor Swasta, sebagai adalah perusahaan yang aktif dalam sistem pasar, seperti pedagang, jasa dan kegiatan pengelolaan dan kegiatan formal lainnya, maka hendaknya mempersiapkan beberapa hal sebagai berikut:
- a) Untuk pengusaha di bidang jasa penginapan
 - (1) hendaknya mengatur pemisahan kamar wanita dan pria bukan mukhrim
 - (2) menyediakan perlengkapan ibadah dan wudhu
 - (3) membiasakan dengan mengucap salam saat berkomunikasi
 - (4) jika terdapat hiasan dinding atau interior yang bernuansa Islam, larangan untuk merokok dan penunjang hiburan bacaan yang bernuansa Islami
 - (5) tersedia larangan tidak menerima pasangan bukan makhrum
 - (6) tersedia informasi kegiatan keagamaan
 - (7) tersedia lembar motivasi dan buku doa
 - (8) pihak pengelola memberi informasi tempat masjid, waktu sholat dan semua fasilitas yang ada
 - (9) memberi keamanan dan kenyamanan terhadap operasional jasa

- b) untuk pengusaha penyedia barang
 - (1) tidak menyediakan makanan atau minuman yang di haramkan (mengandung Alkohol dll)
 - (2) untuk pedagang makanan atau minuman olahan yang di sediakan di warung maupun restoran dibuat dari bahan, diproses dan di sajikan di atas prinsip-prinsip berbasis Syariah serta thayyib
 - (3) menerapkan sistem jaminan halal
 - (4) memberi sikap ramah serta sopan baik kepada konsumen, maupun karyawan
 - (5) memberikan keamanan serta kenyamanan kepada konsumen
 - a. Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS)
 - (1) Kesiapan dalam mendukung serta menjalankan aturan terkait wisata halal
 - (2) Menjaga keamanan dan kenyamanan wisatawan
 - (3) mencerminkan keadaan yang sehat dan higienis dengan menjaga kebersihan lingkungan
 - (4) membentuk suasana sejuk, indah, dan ramah yang bersumber dari keramahan dan keakraban (Kementrian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2012)
- 3) Masyarakat, merupakan pihak yang terkena dampak secara langsung pengembangan wisata halal.oleh karenanya masyarakat harusnya mempersiapkan diri sebagai check dan balance terhadap dua *stakeholder* sebelumnya yaitu pemerintah dan swasta. Maka masyarakat diharapkan memiliki kesiapan dalam :
 - a) memahami konsep halal serta memperhatikan kehalalan suatu produk wisata
 - b) mendukung pengembangan halal *lifestyle* salah satunya sektor pariwisata halal
 - c) mendukung program pemerintah dalam mewujudkan pembangunan pariwisata Syariah

- d) ikut berpartisipasi dalam memperluas lapangan kerja dan lapangan usaha bagi penduduk sekitar lainnya
- e) mendorong wisatawan untuk berkunjung ke objek wisata halal
- f) menumbuhkan rasa bangga bagi masyarakat untuk tetap tinggal dan mengembangkan potensi wisata yang ada (hal. 127-128). (Priyadi, 2016)

d. *Stakeholder* Wisata Halal

Stakeholder berasal dari bahasa Inggris yang artinya “pemegang taruhan”. Istilah *stakeholder* pertama kali di perkenalkan oleh Stanford research Institute (RSI) di tahun 1963. Hingga Freeman mengembangkan eksposisi teoritis mengenai *Stakeholder* di tahun 1984 dalam karyanya yang berjudul: Manajemen: A Stakeholder Approach. Freeman mendefinisikan bahwa *Stakeholder* merupakan kelompok maupun individu yang dapat mempengaruhi atau di pengaruhi oleh proses pencapaian tujuan suatu organisasi.

Menurut Gray dalam Kamila (2016) menjelaskan *stakeholder* adalah pihak-pihak yang memiliki kepentingan pada perusahaan/organisasi yang dapat mempengaruhi atau di pengaruhi oleh aktifitas organisasi atau perusahaan. Diantara *stakeholder* antarlain adalah masyarakat, pemerintah, karyawan, supplier, dan lain-lain. Menurut Ghazali dan Chariri dalam Kamila (2016) teori *stakeholder* menyatakan bahwa organisasi atau perusahaan bukan entitas yang hanya beroperasi untuk kepentingan sendiri namun harus memberikan manfaat bagi pihak lain seperti: konsumen supplier, pemerintah, masyarakat, analis (*stakeholder* lain). dengan demikian keberadaan suatu organisasi atau perusahaan di pengaruhi oleh dukungan *stakeholder* kepada organisasi atau perusahaan tersebut (KAMILA, 2016)

Dalam Wibisono (2007) Rhenald Kasali menjelaskan pembagian *stakeholder* sebagai berikut:

1) *Stakeholder* eksternal dan *stakeholder* internal

Stakeholder internal ialah *stakeholder* yang ada dalam lingkungan organisasi, seperti manajer, karyawan, dan investor

Stakeholder eksternal ialah *stakeholder* yang ada di luar lingkungan organisasi atau perusahaan, seperti: pemasok, konsumen, masyarakat

2) *Stakeholder* primer, *stakeholder* sekunder serta *stakeholder* marjinal.

Dalam hal ini *stakeholder* yang paling utama atau penting disebut *stakeholder* primer, *stakeholder* sekunder adalah *stakeholder* yang kurang penting Untuk *stakeholder* yang biasa di abaikan di sebut *stakeholder* marjinal. Urutan prioritas dapat berbeda-beda setiap organisasi.

3) *Stakeholder* masadepan dan *stakeholder* tradisional

Dalam hal ini *stakeholder* tradisional adalah karyawan dan konsumen, karena saat ini sudah terhubung dengan organisasi, sedangkan *stakeholder* masa depan ialah *stakeholder* yang di perkirakan akan memberi pengaruh pada masa mendatang seperti konsumen potensial, peneliti, dan lain-lain

4) *Uncommitted, proponents, dan opponents* (pendukung penentang, dan yang abai (tidak peduli)

Diantara *stakeholder* ada yang memihak maupun menentang ataupun abai, dalam hal ini organisasi perlu untuk mengenai *stakeholder* yang berbeda ini agar jernih dalam menyusun rencana dan menyusun strategi untuk suatu tindakan yang proposional.

5) *Silent majority* dan *vocal*

Dilihat dari tindakan *stakeholder* yang menentang maupun mendukung, tentu ada yang dinyatakan secara vocal (Aktif) namun ada pula sebaliknya yaitu dengan diam (Wibisono Y., 2007).

e. Kategori *stakeholder*

Berdasarkan kekuatan, dan posisi penting, serta pengaruhnya, *stakeholder* dapat di kategorikan menjadi beberapa kelompok yaitu: *stakeholder* primer, *stakeholder* sekunder, *stakeholder* kunci yang dapat di jelaskan sebagaimana berikut:

- 1) *Stakeholder* primer, yaitu *stakeholder* yang memiliki kepentingan secara langsung terkait dengan kebijakan, program dan Proyek. Mereka harus di tempatkan sebagai penentu utama dalam proses pengambilan keputusan.
- 2) *Stakeholder* sekunder, yaitu *stakeholder* yang tidak memiliki kaitan kepentingan secara langsung terhadap suatu kebijakan, tapi memiliki kepedulian, sehingga turut mempengaruhi suara dan keputusan pemerintah.
- 3) *Stakeholder* kunci, yaitu *stakeholder* yang memiliki kewenangan legal dalam hal pengambilan keputusan,

Dalam industri pariwisata di kenal ada tiga unsur *stakeholder* (Pratama, 2018), yaitu masyarakat (*civil society*), sektor swasta (*private sektor*), dan pemerintah (*state*). Penjelasan masing-masing *stakeholder* sebagai berikut:

1) Masyarakat (*civil society*)

Masyarakat adalah perseorangan/individu atau kelompok yang berhubungan secara sosial, politik dan ekonomi. Menurut Johnson (2002) menyatakan bahwa bagian dari kekuatan lingkungan yang turut mempengaruhi perusahaan pemasaran untuk mengikuti perubahan nilai-nilai dan budaya, perilaku, atau tradisi yang membentuk peradaban sebuah masyarakat. Masyarakat tidak hanya berperan sebagai check and balance terhadap kewenangan dan kekuasaan pemerintah dan sektor swasta.. Masyarakat juga berperan dalam memantau kinerja dua *stakeholder* lainnya (pemerintah dan sektor swasta). Menurut Yoeti (1996) di dalam penelitian Amalya dkk (2016) menjelaskan bahwa masyarakat juga sebagai pemilik dan pengelola dapat juga menjadi bagian dalam atraksi wisata untuk menarik wisatawan sekaligus memperkenalkan budaya, atau kegiatan harian yang memiliki keunikan dan ciri khas sebagai daya Tarik. Terkait penelitian ini masyarakat yang di maksud adalah masyarakat sekitar objek wisata.

2) Sektor swasta (*private sector*)

Ruang lingkup sektor swasta adalah perusahaan yang aktif dalam sistem pasar, seperti pedagang, jasa dan kegiatan pengelolaan dan kegiatan

formal lainnya. Dalam proses meningkatkan produktifitas penyerapan tenaga kerja, sumber penerimaan, investasi public, pengembangan dan pertumbuhan UKM peran sektor swasta sangat di perlukan. Pada dasarnya kepariwisataan membutuhkan banyak sarana pendukung seperti restoran , biro perjalanan, dan lain-lain untuk menunjang kegiatan pariwisata (yoeti:1996). Terkait penelitian ini, sektor swasta antara lain adalah pengusaha bidang jasa atau barang di objek wisata dan kelompok sadar wisata (POKDARWIS).

3) Pemerintah (*state*)

Pemerintah disini mencakup seluruh Lembaga politik dan sektor public. Pemerintah berperan sebagai penyedia layanan public, dan pembangunan lingkungan yang kondusif untuk mencapai tujuan pembangunan yang baik. Menurut Yoeti (1996) didalam penelitian Amalya bahwa peran pemerintah adalah sebagai pembuat kebijakan dan perencanaan sistematis seperti infastruktur serta meningkatkan kualitas sumber daya manusia(Amalyah & Hakim, 2016).

Adapun tindakan yang di ambil untuk meningkatkan kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) pariwisata diantaranya adalah (Priyadi, 2016):

a) Pendidikan

Dalam suatu paragraph *Global Code Of Ethics For Tourism* UN-UNWTO menegaskan bahwa masyarakat penerima wisatawan pada satu sisi dan pelaku usaha pariwisata di sisi lain hendaknya bersikap ramah dan menghormati wisatawan yang datang berkunjung serta memahami gaya hidup, citarasa dan harapan wisatawan. Pendidikan sepatutnya di berikan kepada para pelaku usaha pariwisata yang turut berperan dalam menyambut dan melayani pariwisata

b) Peningkatan kesadaran masyarakat akan keinginan dari wiatawan

Pengembangan wisata tidak hanya menuntut eksplorasi segala potensi yang dimiliki oleh suatu daerah untuk di jadikan produk atau daya tarik wisata. Namun diwajibkan untuk menjaga persepsi positif

dari wisatawan yang datang. Oleh karena itu perlu diadakan penyuluhan-penyuluhan oleh pemerintah untuk di bantu pihak swasta.

c) Pelatihan-pelatihan informal

Pelatihan informal dapat di berikan dalam bentuk pelatihan singkat, contohnya keterampilan di bidang *attitude* atau tingkah laku. Hal ini bertujuan agar masyarakat pengelola memiliki pengetahuan mengenai cara melakukan bisnis yang baik sehingga wisatawan tidak merasa terpaksa atau tertipu saat membayar sejumlah uang, dimana antara harga dan kualitas tidak sebanding.

Dalam penelitian ini sektor pemerintah yang terlibat adalah Dinas Pariwisata sebagai pemangku kepentingan pada bidang wisata dan Majelis Ulama Indonesia (MUI) sebagai pengawas standard halal baik itu operasional, produk jasa maupun barang.