



ISLAMICONOMIC: Jurnal Ekonomi Islam
Department of Islamic Economics
Faculty of Islamic Economics and Business
Universitas Islam Negeri Sultan Maulana Hasanuddin Banten
Jalan Jenderal Sudirman No. 30 Serang 42118
BANTEN - INDONESIA

Phone: +62254 200323 || Fax: +62254 200022 || Website: www.journal.islamiconomic.or.id

PERKEMBANGAN PARIWISATA HALAL DAN PENGARUHNYA TERHADAP PERTUMBUHAN EKONOMI INDONESIA

Asri Noer Rahmi

STIE Indonesia Banking School, Jakarta, Indonesia
Corresponding author: asri.nr@ibs.ac.id

Information

Article History:

Received : 04.11.2019
Revised : 13.04.2020
Accepted : 22.04.2020

Keywords: Halal tourism,
opportunities, challenges,
Indonesia's economic
growth

Abstract:

This study aims to know the development of halal tourism in Indonesia and how it affects the economic growth in Indonesia. Halal travel destinations are tourist attractions that provide Muslim friendly facilities from serving food, supporting environments such as halal hotel facilities, places of prayer, and non-halal products for sale in halal tourism areas. In the Qur'an, Allah S.W.T writes, go to historical places and take lessons from your journey. This study uses qualitative methods with data obtained from the results of the Central Statistics Agency (BPS), GMTI, and the World Halal Travel and Tourism Index. The results obtained in this study found that halal tourism shows positive results and positive responses from domestic and foreign tourists, this can be seen from the data obtained by increasing GDP and top 10 halal tourism in OIC countries and many foreign tourists coming and enjoy halal tourist attractions that already exist in Indonesia. This can encourage the central government to immediately make halal tourism legislation in Indonesia, so that the halal tourism sector in Indonesia can be promoted and famous in the world.

A. PENDAHULUAN

Indonesia merupakan salah satu Negara kepulauan yang terkenal di Dunia, dimana berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS, 2017) luas Indonesia adalah 1,916.862,20 juta km² dengan jumlah pulau yaitu sebanyak 16,056 dari Sabang sampai Merauke dan jumlah penduduk sebanyak 267.000.000 jiwa, dimana kita ketahui mayoritas penduduk Indonesia beragama Muslim dan agama lainnya seperti Kristen, budha, dll adalah minoritas. Salah satu yang menjadi pendukung pertumbuhan ekonomi di Indonesia adalah pariwisata, dimana pariwisata dapat membantu memberikan devisa kepada Negara. Perkembangan pariwisata halal saat ini telah meningkat seiring dengan minat wisatawan yang berlibur ke Negara yang memiliki objek pariwisata halal. Menurut data Mastercard Crescent Rating Global Muslim Travel Index (GMTI) tahun 2018 Indonesia dan Uni Emirat Arab berada di posisi kedua destinasi halal terfavorit yaitu dengan skor 72. Adapun posisi teratas masih ditempati oleh Malaysia dengan skor 81. Total Negara dengan destinasi yang dinilai sebanyak 130. Berdasarkan studi GMTI 2018, negara dengan destinasi wisata halal terbaik atau terfavorit dan masuk "Top 9" secara berurutan adalah Malaysia, Indonesia, Uni Emirates Arab, Turki, Arab Saudi, Singapura, Qatar, Bahrain, Oman dan Maroko. Indonesia saat ini memiliki 10 Destinasi Prioritas Pengembangan Pariwisata Halal antara lain, Lombok (Nusa Tenggara Barat), Aceh, Sumatera Barat, Riau dan kepulauan Riau, DKI Jakarta, Jawa Barat, Jawa Tengah, Daerah Istimewa Yogyakarta, Jawa Timur, dan Sulawesi Selatan. Berikut ini adalah grafik total jumlah wisatawan yang datang berkunjung ke Indonesia.

Gambar 1. Data Kunjungan Wisatawan Mancanegara



Sumber: BPS (BPS) 2017

Dari gambar 1 di atas dapat dilihat bahwa jumlah wisatawan yang datang berkunjung ke Indonesia dari tahun 2017 sampai dengan tahun 2018 mengalami peningkatan setiap bulannya, hal ini dapat membuktikan bahwa Indonesia merupakan tempat favorit untuk para wisatawan setiap tahunnya. Hal ini terlihat dari perolehan jumlah statistic yang diperoleh dari pengamatan Badan pusat Statistik Indonsia dan menunjukkan kenaikan yang cukup signifikan. Oleh karena itu, Indonesia memiliki potensi yang sangat besar untuk meningkatkan pariwisata halal di Indonesia agar dapat membantu pertumbuhan ekonomi di Indonesia.

Gambar 2. Perkembangan Pariwisata



Sumber: Badan Pusat Statistik (BPS) 2017

Gambar 2 di atas memperlihatkan perkembangan pariwisata pada tahun 2017 berdasarkan hasil statistik pertanggal 1 Februari 2018, menunjukkan jumlah wisatawan yang berkunjung ke Indonesia pada tahun 2016 sebanyak 11.519.275 juta

dan pada tahun 2017 jumlah wisatawan meningkat dengan total wisatawan 14.029.795 jiwa yang berasal dari 5 negara yang berbeda, dimana "Top 5" wisatawan berasal dari Negara Singapore, Malaysia, Australia dan Tiongkok.

Minat terhadap pariwisata halal (halal tourism) mengalami pertumbuhan yang meningkat, Ismail (2016). Peningkatan tersebut seiring dengan meningkatnya wisatawan muslim dari tahun ke tahun, Handerson (2016). Menurut Master Card dan Crescent Rating (2016) Wisatawan muslim diperkirakan akan meningkat sebesar 30 persen pada tahun 2020 dan juga meningkatkan nilai pengeluaran hingga USD 200 Miliar. Untuk mengeksplorasi potensi besar pariwisata halal tersebut, banyak Negara yang mayoritas muslim maupun non-muslim mulai menyediakan produk, fasilitas dan infrastruktur pariwisata untuk memenuhi kebutuhan wisatawan muslim. Namun masih banyak pelaku bisnis dan pihak yang terlibat di sektor pariwisata terkendala dalam pemahaman (baik produk, fasilitas maupun infrastruktur) dari wisata halal tersebut, El-Gohary, Mohsin et al dan Han et al (2018).

Dapat diambil kesimpulan istilah wisata halal, yaitu wisata yang ingin memberikan layanan dan fasilitas wisata kepada wisatawan Muslim yang juga dapat dinikmati oleh wisatawan non-Muslim, di mana setidaknya memenuhi tiga kebutuhan dasar dalam wisatawan Muslim, yaitu: adanya fasilitas dan layanan ibadah yang memadai, tempat tinggal yang ramah terhadap wisatawan Muslim (hotel syariah), makanan dan minuman dengan jaminan halal melalui sertifikasi badan tertentu yang memiliki kewenangan untuk melakukan itu, serta destinasi wisata seperti wisata alam, budaya, wisata buatan yang dilengkapi dengan fasilitas atau infrastruktur untuk ibadah, seperti adanya masjid atau musholla di sekitar tempat wisata.

Sektor pariwisata memainkan peranan penting dalam ekonomi dunia karena dianggap sebagai salah satu contributor pertumbuhan lapangan kerja dan pertumbuhan ekonomi di negara manapun. Sehingga pariwisata dapat juga dipandang sebagai salah satu sumber paling penting bagi Produk Domestik Bruto (PDB). Adanya peningkatan wisatawan muslim merupakan peluang dan tantangan untuk meningkatkan sector pariwisata. Berdasarkan yang telah dijelaskan diatas maka tulisan ini mengambil judul *Perkembangan Pariwisata Halal (Halal Tourism) Terhadap Ekonomi di Indonesia*.

B. LITERATUR REVIEW

Organisasi Konferensi Islam (OKI) memberikan definisi wisata halal, terminologi yang digunakan OKI adalah Islamic Tourism yaitu Islam dan pariwisata didasari pada Al-Qur'an 29:20 yang menganjurkan manusia untuk melakukan perjalanan di bumi untuk mengambil pelajaran dari ciptaan Allah dan mengambil rahmat-Nya. Islamic Tourism didefinisikan sebagai perjalanan wisata yang ditujukan untuk memberikan pelayanan dan fasilitas wisata bagi wisatawan Muslim sesuai dengan kaidah Islam. Adapun beberapa istilah yang digunakan selain Islamic Tourism, yaitu Halal Tourism, Syariah Tourism, Muslim-Friendly Tourism. Organisasi Kerjasama Islam (2017). Peneliti di sini lebih memilih menggunakan wisata halal atau halal tourism karena kata tersebut lebih mewakili aspek wisata yang ramah terhadap wisatawan Muslim dan juga mewakili syariah Islam dengan kata 'Halal' yang tidak sekedar mewakili makanan dan minuman, tetapi juga hotel, fasilitas, dan pelayanan sesuai dengan syariat Islam.

Sedangkan Global Muslim Travel Index (2016) sebagai lembaga yang berfokus pada pengembangan wisata halal dunia menjelaskan bahwa wisata halal adalah pariwisata yang dijalankan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam dengan tujuan memberikan fasilitas dan layanan yang ramah terhadap wisatawan Muslim. Beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam wisata halal, yaitu: pemerintah daerah dapat memenuhi layanan ibadah seperti fasilitas shalat; lalu tersedianya makanan dan jaminan dengan label halal, fasilitas umum yang memadai seperti toilet dengan air bersih, layanan maupun fasilitas saat bulan Ramadhan, serta tidak adanya aktivitas minuman beralkohol dan layanan private yang dapat membedakan antara perempuan dan laki-laki. Indonesia sendiri dalam mengembangkan wisata halal mengadopsi dari kriteria Global Muslim Travel Index sebagai acuan pembangunan wisata halal dalam Pratiwi (2016).

Untuk itu dibentuk suatu badan dibawah naungan Kementerian Pariwisata Republik Indonesia yang memiliki kewenangan dan tanggung jawab dalam mengatur pariwisata di Indonesia, badan khusus bernama Tim Percepatan Pembangunan Pariwisata Halal (TP3H) suatu tim yang diberikan kewenangan dalam membantu pemerintah memetakan, mengembangkan dan memberikan pedoman daerah yang memiliki potensi untuk mengembangkan wisata halal, tim ini kemudian membentuk

tiga kriteria umum dalam mengembangkan wisata halal, seperti yang tertera pada Tabel 1 berikut:

Tabel 1. Kriteria Umum Pariwisata Halal

Kategori	Indikator
Destinasi Pariwisata (Alam, Budaya, dan Buatan)	Tersedia pilihan aktivitas wisata, seni, dan budaya yang tidak mengarah pada pornoaksi dan kemusyrikan
	Menyelenggarakan minimal satu <i>Festival Halal Life Style</i>
	Pramuwisata berpakaian dan berpenampilan sopan
	Tersedia pilihan daya Tarik wisata pantai dan pemandu yang terpisah untuk para pria dan wanita dan mempunyai aturan pengunjung tidak berpakaian minim
Hotel	Tersedia makanan halal
	Tersedia fasilitas yang memudahkan untuk beribadah seperti, Masjid, Mushola dan fasilitas bersuci (tempat wudhu)
	Tersedia pelayan pada saat bula Ramadhan untuk memenuhi kebutuhan sahur dan buka puasa
	Tidak adanya aktivitas non halal seperti, perjudian, minuman berakohol dan kegiatan diskotik
	Tersedia fasilitas rekreasi kolam renang dan fasilitas kebugaran/ gym yang terpisah antara pria dan wanita
	Apabila hotel menyediakan fasilitas spa, maak terapis pria untuk pealnggan pria dan terapis wanita untuk pelanggan wanita. Terapi tidak menggunakan bahan yang mengandung bahan yang menggunakan babi, alcohol maupun produk turunannya
Biro Perjalanan	Menyediakan paket wisata yang sesuai dengan kriteria umum Pariwisata Halal
	Tidak menawarkan akyivitas non-halal
	Mamiliki daftar usaha penyedia makanan dana minuman halal
	Pemandu wisata memahami dan mampu melaksanakan nilai-nilai sayariah dalam menjalani tugas
	Berpenampilan sopan dan menarik sesuai dengan etika Islam

Sumber: Tim Percepatan Pariwisata Halal, Garit Bira Widhasti, et, al (2017)

Konsep Dasar, Sumber dan Prinsip Wisata Halal (*Halal Tourism*)

Pariwisata halal sangat bermakna dalam Islam karena setiap muslim hendaknya melakukan perjalanan (karena berbagai alasan, diantaranya terkait langsung dengan syariat Islam itu sendiri seperti haji dan umrah) El-Gohary (2015). Di dalam Al-Quran, banyak ayat yang mendukung untuk melakukan perjalanan yakni termaktub di Q.S Al-Imran: 137, sebagai berikut:

قَدْ خَلَتْ مِنْ قَبْلِكُمْ سُنَنٌ فَسِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَانظُرُوا كَيْفَ كَانَ عَاقِبَةُ الْمُكذِبِينَ
"Sesungguhnya telah berlalu sebelum kamu sunnah-sunnah Allah; Karena itu berjalanlah kamu di muka bumi dan perhatikanlah bagaimana akibat orang-orang yang mendustakan (rasul-rasul)"

Q.S Al-An'am ayat 11:

قُلْ سِيرُوا فِي الْأَرْضِ ثُمَّ انظُرُوا كَيْفَ كَانَ عَاقِبَةُ الْمُكذِبِينَ
Katakanlah: "Berjalanlah di muka bumi, kemudian perhatikanlah bagaimana kesudahan orang-orang yang mendustakan itu"

Q.S Al-Nahl ayat 36;

وَلَقَدْ بَعَثْنَا فِي كُلِّ أُمَّةٍ رَسُولًا أَنْ اعْبُدُوا اللَّهَ وَاجْتَنِبُوا الطَّاغُوتَ ۗ فَمِنْهُمْ مَنْ هَدَى اللَّهُ وَمِنْهُمْ مَنْ حَقَمْتَ عَلَيْهِ الضَّلَالَةَ ۗ فَسِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَانظُرُوا كَيْفَ كَانَ عَاقِبَةُ الْمُكذِبِينَ

Dan sesungguhnya Kami telah mengutus rasul pada tiap-tiap umat (untuk menyerukan): "Sembahlah Allah (saja), dan jauhilah Thaghut itu", maka di antara umat itu ada orang-orang yang diberi petunjuk oleh Allah dan ada pula di antaranya orang-orang yang telah pasti kesesatan baginya. Maka berjalanlah kamu dimuka bumi dan perhatikanlah bagaimana kesudahan orang-orang yang mendustakan (rasul-rasul).

Q.S Al-'Ankabut ayat 20;

قُلْ سِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَانظُرُوا كَيْفَ بَدَأَ الْخَلْقَ ۗ ثُمَّ اللَّهُ يُنشِئُ النَّشْأَةَ الْآخِرَةَ ۗ إِنَّ اللَّهَ عَالِمُ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ

Katakanlah: "Berjalanlah di (muka) bumi, maka perhatikanlah bagaimana Allah menciptakan (manusia) dari permulaannya, kemudian Allah menjadikannya sekali lagi. Sesungguhnya Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu."

Q.S As-Saba ayat 18-19;

وَجَعَلْنَا بَيْنَهُمْ وَبَيْنَ الْقُرَى الَّتِي بَارَكْنَا فِيهَا قُرى ظَاهِرَةً وَقَدَرْنَا فِيهَا السَّيْرَ سِيرُوا فِيهَا لَيَالِيَ وَأَيَّامًا آمِنِينَ . فَقَالُوا رَبَّنَا بَاعِدْ بَيْنَ أَسْفَارِنَا وَظَلَمُوا أَنْفُسَهُمْ فَجَعَلْنَا لَهُمْ أَحَادِيثَ وَمَزَّقْنَاهُمْ كُلَّ مُمَرِّقٍ إِنَّ فِي ذَلِكَ لَآيَاتٍ لِكُلِّ صَبَّارٍ شَكُورٍ

"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 dan siang hari dengan aman. Maka mereka berkata, "Ya Tuhan kami, jauhkanlah jarak perjalanan kami." dan mereka menganiaya diri mereka sendiri; maka Kami jadikan mereka buah mulut dan Kami hancurkan mereka sehancur hancurnya. Sesungguhnya pada yang demikian itu benar-benar terdapat tanda-tanda kekuasaan Allah bagi setiap orang yang sabar lagi bersyukur."

Dan Q.S Al-Mulk ayat 15:

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ ذُلُولًا فَامْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِنْ رِزْقِهِ ۗ وَإِلَيْهِ
النُّشُورُ

"Dialah Yang menjadikan bumi itu mudah bagi kamu, maka berjalanlah di segala penjurunya dan makanlah sebahagian dari rezeki-Nya. Dan hanya kepada-Nya-lah kamu (kembali setelah) dibangkitkan."

Ayat-ayat Al-Quran tersebut mendukung perjalanan dengan tujuan spritual, fisik, dan sosial Zamani-Farahani dan Henderson (2010). Dari ayat-ayat tersebut dapat diambil hikmah bahwa penyerahan diri yang lebih dalam kepada Allah dimungkinkan dengan melihat langsung keindahan dan karunia ciptaan-Nya, serta memahami kecilnya manusia dapat mengagungkan kebesaran Tuhan. Perjalanan dapat pula meningkatkan kesehatan dan menugurangi stres, sehingga memungkinkan untuk beribadah lebih baik. Hubungan wisatawan (tamu) dan agama juga ditegaskan, bahwa muslim sebagai tuan rumah harus memberikan keramah tamahan kepada wisatawan. Di dalam islam, doa safar (perjalanan) lebih dikabulkan Hashim *et al* (2007). Sehingga Islam memiliki pengaruh yang besar pada perjalanan dan mendorong pariwisata.

Wisata halal muncul dari kebutuhan wisatawan muslim sesuai ajaran Islam yakni sesuai dengan Al-Quran dan Hadits. Sehingga, Konsep wisata halal merupakan aktualisasi dari konsep ke-Islaman yakni nilai halal dan haram menjadi tolak ukur utamanya. Hal ini berarti seluruh aspek kegiatan wisata tidak terlepas dari sertifikasi halal yang harus menjadi acuan bagi setiap pelaku pariwisata Chookaew *et al* (2015).

Hingga kini, belum ada prinsip-prinsip atau syarat utama wisata halal yang disepakati dan tidak banyak literatur atau praktisi yang mendiskusikan dan memaparkan hal tersebut El-Gohary (2016). Literatur yang mengangkat hal tersebut dapat dilihat pada Henderson (2010); Sahida *et al.* (2011); Battour *et al.* 2010; Saad *et*

al (2014). Berikut rangkuman prinsip-prinsip dan atau syarat utama wisata halal dari sumber tersebut: makanan halal, tidak ada minuman keras (mengandung alkohol), tidak menyajikan produk dari babi, tidak ada diskotik, staf pria untuk tamu pria, dan staf wanita untuk tamu wanita, hiburan yang sesuai, fasilitas ruang ibadah (Masjid atau Mushalla) yang terpisah *gender*, pakaian islami untuk seragam staf, tersedianya Al-Quran dan peralatan ibadah (shalat) di kamar, petunjuk kiblat, seni yang tidak menggambarkan bentuk manusia, toilet diposisikan tidak menghadap kiblat, keuangan Syariah, tempat penginapan (*guest house* atau hotel) tidak boleh untuk tamu yang tidak *muhrim*-nya (pasangan yang belum menikah), hotel atau perusahaan pariwisata lainnya harus mengikuti prinsip-prinsip zakat.

Berdasarkan prinsip dan atau syarat utama wisata halal diatas, beberapa prinsip dapat berseberangan dengan kepentingan lainnya khususnya pada negara-negara non-Islam yang mengembangkan wisata halal. Sehingga diperlukan diskusi dan kajian mengenai hal tersebut, oleh para peneliti, praktisi, termasuk ulama yang paham akan hal ini. Namun, dari prinsip-prinsip atau syarat utama wisata halal diatas, makanan halal, produk yang tidak mengandung babi, tidak ada minuman keras, ketersediaan fasilitas ruang ibadah, tersedianya Al-Qur'an dan peralatan ibadah (shalat) dikamar, petunjuk kiblat, dan pakaian staf yang sopan merupakan hal yang penting bagi wisatawan muslim, The World Halal Travel Summit (2015).

Dampak Ekonomi Pariwisata

Cohen dalam Aryunda (2011) menjelaskan bahwa dampak ekonomi pariwisata yang dapat dikelompokkan ke dalam tujuh kelompok besar yaitu: dapat menjadi sumber devisa Negara, dapat meningkatkan pendapatan masyarakat sekitar pariwisata, terciptanya lapangan kerja, memberikan pengaruh terhadap harga dan tarif, pengaruh pada distribusi manfaat atau keuntungan, dapat berpengaruh terhadap pengelolaan maupun kepemilikan, berpengaruh terhadap pembangunan daerah pariwisata.

Dimana tujuh dampak ekonomi pariwisata diatas dapat membantu masyarakat sekitar tempat pariwisata untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi, dari berkurangnya jumlah warga yang menganggur dan tersedianya fasilitas desa yang lebih baik. Hairey (2013) mengungkapkan ada beberapa hal yang dapat

mempengaruhi penghasilan terkait pariwisata, diantaranya tingkat konsumsi dan pengeluaran, jarak dari tempat wisata, masa kerja dan jumlah wisatawan yang berkunjung.

Menurut Prof. Simon Kuznets, pertumbuhan ekonomi adalah kenaikan jangka Panjang dalam kemampuan suatu negara untuk menyediakan semakin banyak barang-barang ekonomi kepada penduduknya. Kemampuan ini tumbuh sesuai dengan kemajuan teknologi dan penyesuaian kelembagaan, dan ideologis yang diperlukan.

Sedangkan Dian Dinta Herlambang (2016) berpendapat setidaknya ada empat hal yang dapat dipengaruhi oleh pariwisata terhadap kondisi ekonomi ditempat wisata, yaitu: pertama; jenis pekerjaan, masyarakat menjadi memiliki pekerjaan, seperti pedagang asongan atau menjadi pegawai ditempat wisata (penjual tiket masuk, pengawas keamanan, pengelola sampah, dll). Kedua; pendapatan masyarakat juga tentunya akan merasakan dampak dari pembangunan pariwisata, misalnya dari yang tidak memiliki pendapatan, jadi memiliki pendapatan perbulannya. Ketiga; tumbuhnya sector lain di sekitar tempat pariwisata, berdirinya warung-warung, ada penginapan yang dimiliki dan dikelola oleh masyarakat sekitar. Keempat; terjadinya perubahan harga pada makanan dan minuman yang dapat memberikan keuntungan bagi pedagang.

C. METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan sifat deduktif yang menjelaskan kebijakan Indonesia menjadikan wisata halal sebagai instrumen mencapai kepentingan nasional dalam hal ekonomi dan kunjungan wisata melalui citra positif sebagai negara yang tamah terhadap wisata halal. Unit analisisnya yaitu konsep wisata halal Indonesia dan untuk menjelaskan potensi pasar wisata halal dunia. Lokasi penelitian yaitu tempat-tempat objek wisata yang ada Jakarta, Indonesia. dilihat berdasarkan data statistik yang ada di Kementerian Pariwisata.

Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif dengan menggunakan metode deskriptif komparatif, yaitu mendeskripsikan atau menggambarkan keadaan objek penelitian yang sesungguhnya untuk mengetahui dan

menganalisis tentang permasalahan yang dihadapi oleh objek penelitian kemudian dibandingkan dengan kondisi ekonomi yang ada.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Pariwisata merupakan sektor yang potensial di Indonesia dan di Dunia sekarang ini. Meningkatnya destinasi dan investasi pariwisata, mendorong sektor ini menjadi faktor utama dalam pendapatan devisa, penyerapan tenaga kerja dan pengembangan usaha serta infrastruktur. Selain itu, pariwisata juga menjadi salah satu sector terbesar dan tercepat pertumbuhannya dibandingkan dengan sektor lain (UNWTO Tourism, 2014). Laporan Travel and Tourism Council (WTTC, 2018) menyebutkan sektor pariwisata memiliki sumbangsih positif terhadap perekonomian global. Berikut adalah gambar dari yang menggambarkan dampak pariwisata terhadap Ekonomi Global. Dalam laporan GMTI tahun 2014 sampai dengan tahun 2018 Wisata halal menjadi tren baru dalam segmen pariwisata dunia, perkembangannya pun terus mengalami peningkatan. Terlihat sejak tahun 2014 adan 108 juta wisatawan muslim yang melakukan perjalanan wisata, kemudain pada tahun 2015 mengalami peningkatan hingga mencapai 117 juta wisatawan muslim, pada tahun 2016 mencapai 121 juta wisatawan muslim, dan juga mengalami peningkatan di tahun 2017 hingga 131 juta wisatawan muslim, nilai perjalanan muslim global diproyeksikan mengalami peningkatan dari tahun 2014 mencapai nilai USD 145 Miliar dan di tahun 2026 akan mencapai USD 300 Miliar.

Gambar 3. Dampak Pariwisata terhadap Ekonomi Global



Gambar diatas menunjukkan bahwa perkembangan pariwisata halal memberikan dampak yang positif terhadap ekonomi global di Indonesia dan berkontribusi terhadap variable makro seperti GDP, dan pertumbuhan ekonomi. Dapat dilihat dari angka GDP global yang disumbangkan sektor travel dan pariwisata sebesar 10,40% dan mampu menyerap 313 juta pekerjaan atau 9,9% memberikan peluang kerja kepada yang memerlukan. Dengan demikian dapat mendorong pertumbuhan ekonomi global sebesar 4,60% dengan begitu sektor pariwisata mengalami peningkatan.

Untuk Meningkatkan jumlah wisatawan domestik dan asing strategi yang Indonesia miliki yaitu melalui program 10 destinasi wisata unggulan Indonesia tahun 2018. 10 tempat wisata tersebut adalah sebagai berikut: Danau Toba-Sumatera Utara, Pantai Tanjung Kelayang-Bangka Belitung, Kawasan Ekonomi Khusus Pantai Tanjung Lesung-Banten, Kepulauan Seribu-Jakarta, Taman Wisata Candi Borobudur-Jawa Tengah, Taman Nasional Bromo Tengger-Jawa Timur, Kawasan Ekonomi Khusus Mandalika Lombok-NTB, Labuhan Bajo-NTT, Pulau Marotai, Halmahera-Maluku Utara, Taman Nasional Wakatobi-Sulawesi Tenggara.

Selain dengan program wisata unggulan Indonesia sebenarnya mempunyai potensial besar, yaitu pariwisata berbasis halal, internal maupun eksternal. Perkembangan pariwisata Muslim juga menjadi keharusan jika Indonesia ingin menarik wisatawan asing dari Kawasan Timur Tengah yang seperti kita ketahui merupakan negar -negara Muslim. Mereka adalah negara dengan pengeluaran perjalanan pariwisata terbesar. Wisatawan Timur Tengah merupakan konsumen pariwisata halal terbesar di Dunia. Indonesia harus membuat strategi untuk menarik wisatawan yang berasal dari Timur Tengah. Pada Pertengahan Februari 2019, Kementerian Pariwisata RI memmfasilitasi para pemangku kepentingan pariwisata Indonesia dan Saudi bertemu di Jeddah. Di sana Pemerintah RI mendorong para pelaku industry untuk mempromosikan destinasi wisata Indonesia kepada masyarakat Saudi.

Konsep Pariwisata Halal tidak hanya menyasar wisatawan Muslim, namun juga non-Muslim. Hal ini karena pariwisata hala hanya sebagai subkategori yang ramah terhadap Muslim dan tergolong dalam nilai - nilai *religious tourism* (Gohary, 2016).

Berikut adalah quick wins kluster pariwisata halal yang dibuat oleh tim Kementerian Pariwisata halal: pertama, menyusun paket-paket wisata halal terintegrasi di masing-masing daerah unggulan yaitu dengan cara setiap daerah harus memiliki keunggulannya masing-masing dalam menarik para wisatawan, diantaranya dari aspek kekayaan alam dan budaya. Karakter budaya dan kebiasaan masyarakat menjadi aspek penting yang cukup diperhitungkan dalam menarik wisatawan. Untuk mengoptimalkan *branding* pariwisata yang bisa menjangkau pangsa pasar secara luas, perlu dibangun paket-paket wisata halal dengan integrasi alam, budaya, serta pusat pembelanjaan yang ditunjang infrastruktur yang baik di daerah destinasi wisata unggulan pariwisata halal. Produk-produk unggulan pariwisata halal yang dapat dipromosikan secara tepat untuk mencapai target jumlah wisatawan domestik dan mancanegara yang dibuat oleh Kementerian Pariwisata.

Kedua, melakukan *branding* pariwisata halal melalui media sosial dan pameran, produk-produk unggulan pariwisata halal harus bisa dikenalkan kepada masyarakat global. Di era revolusi industri 4.0 saat ini, media sosial dapat menjadi sarana yang efektif dan cepat dalam penguatan *branding* pariwisata halal. Oleh karena itu, diperlukan sebuah satuan kerja khusus di tingkat pusat maupun daerah untuk mempromosikan pariwisata halal melalui media sosial untuk mendapatkan tingkat *awareness* yang bersaing dengan destinasi wisata lainnya.

Ketiga, merumuskan dan mengesahkan undang-undang tentang pariwisata halal. Pelaksanaan pariwisata halal akan mendapatkan perhatian lebih besar jika telah mendapatkan mandat dari pemerintah pusat. Namun, belum terdapat peraturan perundang-undangan yang mengatur pelaksanaan pariwisata halal di Indonesia, meskipun di beberapa daerah sudah ada peraturan daerah terkait pariwisata halal. Sebagai strategi jangka pendek (*quick win strategy*), pemerintah daerah dapat merumuskan peraturan daerah tentang Pariwisata Halal dan mengesahkannya bersama dengan wakil rakyat tingkat daerah, selanjutnya pemimpin daerah menjadi ujung tombak perumusan pelaksanaannya sehingga mempunyai daya saing dalam meningkatkan pariwisata daerah.

Peluang dan Tantangan Pariwisata Halal (Halal Tourism)

Keberagaman Budaya yang dimiliki Indonesia, keberagaman sumber daya alam dan jumlah sumber daya manusia dengan populasi yang mendukung. Berdasarkan sensus penduduk 2010, jumlah penduduk Indonesia mencapai angka 237.641.326 jiwa (BPS, 2010). Apabila diklasifikasikan, Islam merupakan agama dengan pemeluk terbesar yaitu berjumlah 207.176.162 jiwa atau 87% dari total populasi. Data tersebut mengidentifikasi bahwa negeri ini sangat tepat untuk mengadopsi pariwisata halal.

Berdasarkan posisi geografis, Indonesia merupakan negara kepulauan terbesar di dunia dengan lebih dari 17.508 pulau (Kementerian Perdagangan, 2018). Wilayah pesisir sudah pasti memiliki potensi wisata yang menjadi daya Tarik. Kekayaan budaya juga merupakan potensi besar untuk mengembangkan industri pariwisata halal. Namun, perlu diketahui bahwa harus ada batasan-batasan budaya yang dapat diterima secara Syariah dengan mengacu pada standar halal dan tujuan Syariah.

Untuk mengevaluasi peluang dan tantangan dari industri pariwisata halal secara komprehensif. Pertama yaitu harus mengenali dan mempelajari komponen dari *Value chain* industri pariwisata halal. Kemudian analisis strategis dikembangkan berdasarkan kelebihan, kekurangan, peluang, dan ancaman (SWOT) dari setiap *entry points* rantai nilai. Tahapan selanjutnya adalah memetakan strategi *quick wins* dan rekomendasi strategi jangka menengah dan panjang.

Industri pariwisata halal tidak bisa dipisahkan dari industri pendukungnya atau dalam hal ini dimasukkan menjadi rangkaian *entry point*. Beberapa *entry point* tersebut membentuk rantai nilai pariwisata halal yang terdiri dari destinasi pariwisata, alat transportasi, hotel dan akomodasi, restoran dan kafe, serta travel and tours.

Faktor - faktor tersebut meliputi laporan GMTI 2018 tentang destinasi wisata ramah Muslim di dunia, penghargaan pariwisata halal dalam *World Halal Tourism Award* 2016 dan kunjungan wisatawan. Masing - masing faktor dideskripsikan sebagai berikut:

Berdasarkan laporan Global Muslim Travel Index (GMTI) yang diterbitkan pada April 2018 menunjukkan peringkat Indonesia mengalami penungkatan dari ke - 3 menjadi urutan ke 2 (2017 - 2018). Laporan pada Tabel 2 menunjukkan 10 destinasi

wisata yang ramah Muslim di Negara OIC. Hasil temuan GMTI (2018) seperti pada Tabel berikut ini:

Tabel 2. Top OIC Countries Destinations

Ranking	Negara	Skor
1	Malaysia	80.5
2	Indonesia	72.8
3	Uni Emirat Arab	72.8
4	Turki	69.1
5	Arab Saudi	68.7
6	Qatar	66.2
7	Bahrain	65.9
8	Oman	65.1
9	Maroko	61.7
10	Kuwait	60.5

Sumber: GMTI (2018)

Peningkatan peringkat Indonesia pada skala global menunjukkan bahwa banyak paket wisata yang telah menyediakan fasilitas ramah Muslim.

Beberapa industri pariwisata halal di Indonesia memperoleh penghargaan diajang World Halal Tourism Awards 2016. Dari 16 kategori yang dikompetensikan, Indonesia berhasil memenangkan 12 di antaranya adalah sebagai berikut:

Tabel 3. Top OIC Countries Destinations

No.	Penghargaan	Penerima
1.	World's Best Airline for Halal Travelers	Garuda Indonesia
2.	World's Best Airport Halal Travellers	Sultan Iskandar Muda Internasional Airport, Aceh
3.	World's Best Family Friendly Hotel	The Rhadana Kuta, Bali
4.	World's Most Luxurious Family Friendly Hotel	The Trans Luxury Bandung
5.	World's Best Halal Beach Resort	Novotel Lombok Resort and Villas
6.	World's Best Halal Tour Operator	ERO Tours Sumatera Barat
7.	World's Best Halal Travel Website	www.wonderfullomboksumbawa.com

8.	World's Best Halal Honeymoon Destination	Sembalun Valley Region, Nusa Tenggara Barat
9.	World's Best Hajj and Umrah Operator	ESQ Tours and Travel
10.	World's Halal Destination	Sumatera Barat
11.	World's Halal Culinary	Sumatera Barat
12.	World's Best Halal Cultural Destination	Aceh

Dari segi kunjungan wisatawan, perkembangan jumlah wisatawan global yang berkunjung ke Indonesia selama 5 tahun terakhir yaitu dari 2014 sampai dengan 2018 (per Agustus) menunjukkan perkembangan yang signifikan terutama dari Malaysia untuk negara OIC dan China untuk Negara Non OIC. Berikut adalah tabel yang menunjukkan jumlah wisatawan asing yang datang dan berkunjung ke Indonesia

Tabel 4. Jumlah Wisatawan Asing (Negara Non-OIC dan Negara OIC) Terbanyak 2014 - 2018

Negara Non OIC	2014	2015	2016	2017	2018 (s.d Agustus)
China	1.052.705	1/249.091	1.556.771	2.093.171	1.486.168
Singapura	1.559.044	1.594.102	1.515.701	1.554.119	1.214.232
Australia	1.145.576	1.090.025	1.302.292	1.256.927	849.807
Jepang	505.176	528.606	545.392	573.310	346.525
Korea Selatan	352.004	375.586	386.789	423.191	241.856

Sumber: BPS, 2018

Negara OIC	2014	2015	2016	2017	2018 (s.d Agustus)
Malaysia	1.418.256	1.431.728	1.541.197	2.121.888	1.695.846
Kawasan Timur Tengah	261.589	293.006	367.587	284.369	198.792

Sumber: BPS, 2018

Dari tabel diatas terlihat jumlah wisatawan terbanyak yang mengunjungi Indonesia berasal dari negara Non-OIC yaitu, China, Singapura dan Australia. Sedangkan negara OIC wisatawan Malaysia menempati posisi pertama yang berkunjung ke Indonesia. Maka berdasarkan hal tersebut, sudah tepat apabila aspek utama dan pendukung pariwisata yaitu travel harus menyediakan fasilitas ramah muslim.

Pengaruh Pariwisata Halal terhadap Perekonomian Indonesia

Salah satu pasar potensial yang diprediksi terus meningkat dari tahun ke tahun yaitu kunjungan wisatawan Muslim. Hal ini seperti yang disebutkan dalam laporan Global Muslim Travel Index (GMTI 2018) bahwa pangsa pasar wisatawan Muslim tumbuh secara cepat, bahkan diprediksi meningkat USD 220 miliar pada tahun 2020 dan diekspetasikan meningkat USD 80 miliar menjadi USD 300 miliar pada tahun 2026. Pada tahun 2017, sebanyak 131 juta wisatawan Muslim secara global meningkat dan tahun 2016 yang hanya 121 juta dan diprediksi semakin bertambah jumlahnya pada tahun 2020 yaitu 156 juta wisatawan. Jumlah ini merepresentasikan 10% total segmentasi sektor travel secara keseluruhan.

State of The Global Islamic Economy Report 2018/19 (Laporan kerja sama antara Thomson Reuters dan Dinar Standard) juga menguatkan bahwa subsektor pariwisata halal pada tahun 2023 diprediksi meningkat menjadi USD 274 miliar. Subsektor ini pada 2017 hanya mencapai USD 177 miliar. Pengeluaran tersebut banyak didominasi oleh wisatawan Muslim yang berasal dari Timur Tengah khususnya Arab Saudi, Uni Emirat Arab, dan Qatar.

Peningkatan wisatawan Muslim Global terdistribusi di negara yang mayoritas berpenduduk Muslim maupun tidak. Penelitian GMTI (2018) mempublikasikan 10 Negara yang paling banyak dikunjungi wisatawan Muslim. Negara tersebut digolongkan kedalam Negara OIC dan bukan OIC, sebagaimana dijelaskan pada tabel berikut ini:

Tabel 5. Top 10 Inbound Destinations

No.	Top 10 Muslim Inbound Destination OIC	Top 10 Muslim Inbound Destination Non-OIC
1.	Arab Saudi	Rusia
2.	Turki	Spain
3.	Malaysia	Prancis
4.	Uni Emirat Arab	Thailand
5.	Bahrain	Singapore
6.	Maroko	Italia
7.	Kazastan	Georgia
8.	Libanon	Yunani
9.	Tunisia	Inggris
10.	Yordanis	India

Sumber: GMTI (2018)

Tabel 6. Data Travel dan Tourism Countries Power Ranking per 2017

No.	Countries	Overall Rank	GDP Rank
1.	China	1	1..5
2.	United States	2	2.5
3.	India	3	4.25
4.	Mexico	4	6.75
5.	United Kingdom	5	8
6.	Spain	6	9.25
7.	Spain	7	10.75
8.	Canada	8	13
9.	Indonesia	9	14.25
10.	Australia	10	14.75
11.	UAE	<10	14.75
12.	Thailand	12	15.5
13.	Philipine	13	19.75
14.	Malaysia	14	19.75
15.	Sweden	15	24
16.	Singapore	16	25.75
17.	Norway	17	26
18.	Chile	18	26.75
19.	Italy	19	27.75
20.	Iran	20	28.75
21.	Vietnam	21	29.5

Sumber: Laporan Travel dan Tourism Economic Impact World (WTTC, 2018)

Pada tabel diatas dapat dilihat bahwa Indonesia memiliki rank ke 9 dengan GDP 14.75 menunjukkan bahwa pariwisata halal memiliki pengaruh positif terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia, apabila melihat faktor yang mempengaruhi pariwisata halal berdasarkan data yang diperoleh dari GMTI 2018, World Halal Tourism Awards 2016 dan Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan data yang komperhensif tentang pariwisata halal di Indonesia dari sisi potensi dan penghargaan yang diperoleh. Namun, laporan akhir kajian pengembangan wisata Syariah Kementerian Pariwisata 2015 menyebutkan bahwa kondisi pariwisata halal di Indonesia masih belum maksimal. Padahal jika program ini diprioritaskan makan bukan tidak mungkin akan menjadi sektor unggulan yang dapat meningkatkan pertumbuhan ekonomi

E. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil kajian analisis pariwisata halal Indonesia merupakan negara yang memiliki posisi geografis dan merupakan negara kepulauan terbesar di dunia

dengan lebih dari 17.508 pulau (Kementerian Perdagangan, 2018). Wilayah pesisir sudah pasti memiliki potensi wisata yang menjadi daya tarik. Kekayaan budaya juga merupakan potensi besar untuk mengembangkan industri pariwisata halalmemiliki pengaruh positif terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia, apabila melihat faktor yang mempengaruhi pariwisata halal berdasarkan data yang diperoleh dari GMTI 2018, World Halal Tourism Awards 2016 dan Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan data yang komperhensif tentang pariwisata halal di Indonesia dari sisi potensi dan penghargaan yang diperoleh. Peningkatan wisatawan Muslim Global terdistribusi di negara yang mayoritas berpenduduk Muslim maupun tidak. Penelitian GMTI (2018) mempublikasikan 10 Negara yang paling banyak dikunjungi wisatawan Muslim termasuk Indonesia.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka saran untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan usaha perkembangan pariwisata halal di Indonesia dan pengaruhnya terhadap pertumbuhan ekonomi adalah sebagai berikut; pertama, penelitian ini dilakukan dengan metode kualitatif, penelitian selanjutnya bisa dengan menggunakan metode kuantitatif agar dapat melihat angka-angka hasil dari opini wisatawan, tempat-tempat wisata hala yang ada dan Pemerintah Indonesia khususnya. Kedua, perlu adanya perundang-undangan yang jelas dari Pemerintah pusat dan Kementerian Pariwisata mengenai pariwisata halal di Indonesia. ketiga, untuk memperoleh informasi yang lebih berimbang dan objektif tentang pelestarian perkembangan pariwisata halal maka perlu adanya usaha dari Pemerintah untuk membantu membuat atau mempromosikan acara-acara yang dikolaborasikan dengan tempat-tempat wisata dan fasilitas wisata halal Indonesia, dimana dapat ditonton dan dilihat promosi atau iklan mnegenai pariwisata halal yang ada di Indonesia, baik disukai oleh wisatawan domestik maupun mancanegara.

F. PUSTAKA ACUAN

- Abdul Hamid, I. 2010. Islamic compliance in hotel and restaurant business. Paper presented at the Asia-Euro Conference: Transformation and modernisation in tourism, hospitality and gastronomy.
- Al-Qhardhawi, Y. 1994. Al-Halal wa al-Haram fi al-Islam. Maktabah al-Islami: Bayrut.

-
- Ala-Hamarneh. 2011. Islamic tourism: A LongTerm Strategy of Tourist Industries in the Arab World After 9/11, Centre for Research on The Arab World, 2011. Di akses Oktober 2018 pada <http://www.staff.uni-mainz.de/alhamarn/>.
- Arby, I. 2017. Apa itu Wisata Syariah atau Halal Tourism?. Diakses Oktober 2018 pada http://muhammadzul.lecture.ub.ac.id/files/2017/02/10.Wisata_Syariah_Halal_Tourism.pdf.
- Badan Pusat Statistik. 2018. Statistik Indonesia 2018. Badan Pusat Statistik: Jakarta.
- Battour, M., Battor, MM, dan Ismail MN. 2012. The Mediating Role of Tourist Satisfaction: A Study of Muslim Tourists in Malaysia. *Journal of Travel and Tourism Marketing*. 29 (3): 279-297.
- Battour, M, dan Ismail, MN. 2016. Halal Tourism: Concepts, Practises, Challenges and Future. *Tourism Management Perspective*. 19: 150-154
- Battour, M., Ismail, MN, dan Battor, M. 2010. Toward a Halal Tourism Market. *Tourism Analysis*. 15(4): 461-470.
- Bhuiyan, MAH., Siwar, C., Ismail, SM, dan Islam, R. Potentials of Islamic Tourism: A Case Study of Malaysia on East Coast Economic Region. *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*. 5(6): 1333-1340.
- Bon, M, dan Hussain, M. 2010. Halal Food and Tourism: Prospects and Challenges. Dalam
- Scott, N, dan Jafari, J (Eds). *Tourism in The Muslim World*. Emerald Group Publishing Limited: Bingley.
- Chookaew, S., Chanin, O., Charatarawat, J., Sriprasert, P, dan Nimpaya, S. 2015. Increasing Halal Tourism Potential at Andaman Gulf in Thailand for Muslim Country. *Journal of Economics, Business and Management*. 3(7): 739-741.
- Din, H. 1989. Islam and Tourism Patterns, Issues, and Options. *Annals of Tourism Research*. 16: 542-563.

- Duman, T. 2011. Value of Islamic Tourism Offering: Perspectives from the Turkish Experience, World Islamic Tourism Forum (WITF, 2011), Kuala Lumpur, Malaysia. Diakses Oktober 2018 pada <http://www.iais.org.my/icr/index.php/icr/article/viewFile/13/12>.
- El-Gohary, H. 2016. Halal Tourism, is it Really Halal. *Tourism Management Perspective*. 19: 124-130.
- Global Muslim Travel Index
- Hamdan, H., Issa, ZM., Abu, N, dan Jusoff, K. 2013. Purchasing Decisions among Muslim Consumers of Processed Halal Food Products. *Journal of Food Products Marketing*. 19(1): 54-61. Vol. V.
- Henderson, JC. (2016). Halal Food, Certification and Halal Tourism: Insight from Malaysia and Singapore. *Tourism Management Perspective*. 19: 160-164.
- Islamic Tourism Centre (2015). Grab a Bigger Slice of Muslim Market. Diakses Oktober pada <http://itc.gov.my/itc-news/grab-a-bigger-slice-of-muslim-tourismmarket/>.
- Jaelani, A. 2017. Halal Tourism Industry in Indonesia: Potential and Prospect. MPRA Paper No. 76237.
- Jafari, J, dan Scott, N. 2014. Muslim World and its Tourism. *Annals of Tourism Research*. 44: 1-19.
- Kementrian Pariwisata. (2015). Laporan Akhir Kajian Pengembangan Wisata Syariah. Kementrian Pariwisata: Jakarta.
- Khan, F, dan Callanan, M. (2017). The "Halalification" of Tourism. *Journal of Islamic Marketing*. 8(4): 558-577.
- Master Card and Crescent Rating (2016). Global Muslim Travel Index 2016. Diakses November 2018 pada <https://www.crescentrating.com/reports/mastercard-crescentrating-global-muslim-travel-index-gmti-2016.html>.
- Mohamad Taiyab, M. (2009). International Islamic Tourism and Halal Week.

Mohd Salleh, N.H., Othman, R., Mohd Noor, AHS., dan Hasim, MS. 2010. Malaysian Tourism Demand from The Middle East market: A Preliminary Analysis. Jurnal Antarabangsa Kajian Asia Barat. 2(1): 37-52.

Mohsin, A., Ramli, N, dan Alkhulayfi, BA. 2016. Halal Tourism: Emerging Opportunities. Tourism Management Perspective. 19: 137-143.