

BAB II KAJIAN TEORI

A. *Halal Tourism* (Pariwisata Halal)

1. Potensi Wisata

Potensi dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah kemampuan yang memiliki kemungkinan untuk dikembangkan, kekuatan, kesanggupan dan daya.¹ Potensi wisata adalah perubahan bentuk permukaan bumi yang disebabkan oleh tenaga endogen melalui proses alami, misalnya pegunungan, danau, sungai atau bentukan lain yang terbentuk secara alami. Potensi objek wisata juga dapat terbentuk karena proses yang disebabkan budaya manusia.²

2. Faktor Pendorong Pengembangan Potensi Wisata

Faktor penunjang potensi wisata adalah kondisi fisik lapangan, keterjangkauan, pemilikan dan penggunaan lahan, hambatan dan dukungan serta faktor lain seperti upah tenaga kerja dan keadaan politik. Berikut adalah faktor-faktor penunjang potensi wisata, diantaranya:

- a. Kondisi alam seperti iklim, keadaan tanah, jenis bantuan dan morfologi, hidrosfer, jenis binatang, dan tumbuhan.
- b. Pertunjukan menjadi salah satu daya tarik wisata yang mampu menarik wisatawan untuk datang ke suatu daerah tertentu, seperti pertunjukan tari, lagu daerah, kesenian daerah, upacara adat istiadat, dan lain sebagainya.

¹ "Potensi." Kamus Besar Bahasa Indonesia daring, 6 November, 2019, <https://www.kbbi.web.id/potensi>.

² FirdausiaPengembangan Wisata Pantai Syari'ah (Studi di Pulau Santen Kabupaten Banyuwangi)," *Jurnal MD* 3, no. 1 (2017): 106.

- c. Keterjangkauan, berkaitan dengan usaha seseorang mencapai objek wisata. Semakin mudah objek wisata dijangkau, maka semakin banyak pula wisatawan yang berminat datang, begitupun sebaliknya. Namun ketika sebuah objek wisata memiliki keindahan dan keunikan tertentu, kendala akses tidak memiliki pengaruh yang cukup besar untuk mempengaruhi wisatawan datang ke lokasi.
- d. Pemilikan dan penggunaan lahan dapat mempengaruhi lokasi tempat wisata antara lain lahan negara, lahan masyarakat dan lahan pribadi.
- e. Sarana wisata seperti transportasi, biro perjalanan wisata, akomodasi penginapan dan tempat makan. Prasarana wisata adalah segala fasilitas yang memungkinkan agar sarana kepariwisataan dapat hidup dan berkembang serta mampu memberikan pelayanan baik kepada wisatawan yang berbeda-beda.
- f. Kesadaran masyarakat menjadi faktor yang cukup penting untuk pengembangan sebuah objek wisata, dengan kesadaran masyarakat yang tinggi untuk mengembangkan sebuah objek wisata, maka akan semakin tinggi pula potensi yang dimilikinya.³

3. Potensi Daya Tarik Wisata

Daya tarik wisata di suatu daerah ataupun negara muncul dari potensi unsur geografi yang timbul karena proses alami dan proses budayawi. Daya tarik wisata dibagi menjadi daya tarik alami (*natural attraction*), daya tarik budaya (*cultural attraction*), daya tarik buatan (*artificial attraction*),

³ Firdausia Hadi dan M. Khoirul Hadi al-Asy Ary, "Kajian Potensi Dan Strategi Pengembangan Wisata Pantai Syari'ah, 106-107.

dan daya tarik wisata yang ditimbulkan oleh *event* atau peristiwa tertentu.

a. Daya Tarik Budaya (*Cultural Attraction*)

Budaya adalah hasil rekayasa manusia berbentuk rasa, cipta, dan karsa manusia. Budaya dapat dibagi menjadi tiga wujud yaitu: ide atau gagasan, aktivitas, dan benda-benda peninggalan sejarah atau artefak. Gagasan adalah kumpulan ide, nilai, norma yang bersifat abstrak, seperi halnya hasil karya sastra yang biasa diletakkan di museum. Aktivitas adalah tindakan yang berpola yang dilakukan oleh seseorang dalam suatu kelompok yang saling berinteraksi menjadi sebuah tradisi. Artefak adalah wujud kebudayaan dalam bentuk fisik, aktivitas hasil karya berupa benda berwujud.

b. Daya Tarik Wisata Buatan (*Artificial Attraction*)

Banyak dijumpai di perkotaan yang sengaja dibuat sebagai tempat rekreasi masyarakat yang tinggal di perkotaan, seperti museum, taman kota, taman ria, taman nostalgia, kolam pemandian. Contoh lainnya adalah Taman Impian Jaya Ancol, Taman Mini Indonesia Indah (TMII) Jakarta, dan *Screet Zoo* Batu, Malang.⁴

c. Daya Tarik Wisata yang Ditimbulkan oleh *Event*

1) *Traditional institution*

Institusi atau lembaga tradisional bisa menjadi daya tarik bagi pengunjung untuk dinikmati hal yang menjadi keunikannya atau digali informasinya.

⁴ I Gusti Bagus Arjana, *Geografi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2015), 90-91.

Contohnya adalah Subak, yaitu organisasi pengairan yang berada di Bali.

2) *Traditional life style*

Gaya hidup tradisional biasanya masih dipraktikkan oleh masyarakat yang tinggal di desa. Gaya hidup sehari-hari yang tampak seperti tradisi gotong royong, cara bertani, cara melaksanakan ritual adat (*ritual ceremonies*), aktivitas keagamaan (*religion activities*) menjadi tradisi yang mampu menarik minat wisatawan untuk berkunjung.⁵

3) *Historical heritage*

Peninggalan sejarah, banyak terdapat situs dan tempat di Indonesia yang dahulunya memiliki peran dalam sejarah. Seperti halnya situs kerajaan dan tempat ibadah yang mempunyai nilai sejarah. Tokoh pelaku sejarah, terutama tokoh perjuangan. Hal-hal yang berkaitan dengan kehidupannya menjadi objek wisata di zaman sekarang. Contohnya adalah situs Kerajaan Majapahit di Desa Trowulan, Kabupaten Mojokerto, Jawa Timur, Kraton Jogjakarta, makam Bung Karno, Blitar di Jawa Timur.

4) *Sport event*

Sport event adalah suatu peristiwa yang terkait dengan olahraga, events ini menarik banyak orang untuk menyaksikan events itu, baik dalam hal mencari kejuaraan maupun hanya sekedar exhibisi. Datangnya tim olahraga dan pendukungnya akan

⁵ I Gusti Bagus Arjana, *Geografi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif*, 92

menjadi wisatawan di tempat event tersebut dilaksanakan, waktu diluar pertandingan dimanfaatkan untuk melakukan wisata pada objek wisata setempat. Oleh karena itu *events* olahraga menghasilkan devisa bagi negara penyelenggara. Sebagai contoh adalah penyelenggaraan Piala Dunia 2014 yang diselenggarakan di Afrika Selatan.

5) *Art creation*

Seni kreasi kini berkembang hampir di seluruh penjuru dunia. Ajang bagi pelaku dan pecinta seni untuk berkreas. Berbagai kegiatan seni kreasi menunjang ekonomi kreatif yang mengundang banyak orang untuk berkunjung, tentunya adalah sebagai wisatawan.⁶

4. Pengertian Pariwisata

Wisata adalah aktivitas perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam kurun waktu tertentu dan bersifat sementara.⁷

Pariwisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang ke dan menetap di daerah yang bukan biasanya selama jangka waktu kurang dari satu tahun secara berturut-turut untuk memanfaatkan waktu luang, tujuan bisnis dan tujuan lainnya.⁸ Definisi tersebut hampir sama

⁶ I Gusti Bagus Arjana, *Geografi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif*, 93-95.

⁷ Muhammad Djakfar, *Pariwisata Halal Perspektif Multidimensi Peta Jalan Menuju Pengembangan Akademik dan Industri Halal di Indonesia* (Malang: UIN Maliki Press, 2019), 26.

⁸ I Gusti Bagus Arjana, *Geografi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif*, 6.

pengertiannya dengan wisata, namun ada beberapa pendapat lain terkait definisi dari pariwisata.

Wisata dalam Bahasa Inggris adalah “*Tour*” yang memiliki arti berdarmawisata atau berjalan-jalan melihat suatu pemandangan, sedangkan secara etimologi, pariwisata berasal dari Bahasa Sangsekerta yaitu kata “*Pari*” yang berarti halus, maksudnya memiliki tata krama tinggi dan “*Wisata*” memiliki arti kunjungan atau perjalanan untuk melihat, mendengar, menikmati dan mempelajari sesuatu. Jadi pariwisata berarti menyuguhkan suatu kunjungan secara bertatakrama dan berbudi.⁹ Pariwisata yaitu berbagai macam wisata yang didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah.¹⁰

Dari kedua pengertian tersebut dapat disimpulkan bahwa pariwisata adalah berbagai macam wisata yang disediakan dengan didukung berbagai fasilitas yang dipersiapkan oleh pengelola, pengusaha, pemerintah daerah dengan memperhatikan tatakrama dan budi perkerti.

Wisata dapat diartikan lebih mengarah pada perjalanan yang dilaksanakan oleh seseorang atau sekelompok orang dari satu tempat ke tempat yang lain dengan tujuan untuk rekreasi atau mencari ketenangan diri sedangkan pariwisata memiliki arti yang lebih luas yaitu segala hal yang berkaitan dengan kegiatan wisata.

⁹ Inu Kencana Syafie, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Bandung: Mandar Maju, 2009), 14-15.

¹⁰ Undang-Undang Republik Indonesia, “10 Tahun 2009, Kepariwisataaan,” (16 Januari 2009).

5. Berbagai Istilah dalam Pariwisata

Ada beberapa istilah lain yang didefinisikan pada UU No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan selain wisata dan pariwisata, yaitu:

- a. Wisatawan adalah orang yang melakukan wisata.
- b. Kepariwisataan adalah seluruh kegiatan yang berkaitan dengan pariwisata dan bersifat multi dimensi serta multi disiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antar wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, pemerintah, pemerintah daerah dan pengusaha.
- c. Daya tarik wisata yaitu segala hal yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya dan hasil buatan manusia menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisata.
- d. Daerah tujuan wisata atau destinasi wisata yaitu kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang di dalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dalam melengkapi terwujudnya kepariwisataan.
- e. Usaha pariwisata yaitu usaha yang menyediakan barang dan/atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dan penyelenggaraan pariwisata.
- f. Pengusaha pariwisata adalah orang atau sekelompok orang yang melakukan kegiatan usaha pariwisata.
- g. Industri pariwisata adalah kumpulan usaha pariwisata yang saling terkait dalam menghasilkan barang dan/atau jasa pagi

pemenuhan kebutuhan wisatawan dalam penyelenggaraan pariwisata.

- h. Kawasan strategis pariwisata adalah lokasi yang memiliki fungsi utama pariwisata atau memiliki potensi untuk pengembangan pariwisata dan memiliki pengaruh penting dalam satu atau lebih aspek, seperti pertumbuhan ekonomi, sosial dan budaya, pemberdayaan sumber daya alam, daya dukung lingkungan hidup serta pertahanan dan keamanan.¹¹

6. Konsep Halal

Terminologi halal berasal dari Bahasa Arab dari akar kata *Halla-Yahullu-Hallan wa Halalan* yang memiliki arti bertahalul (keluar dari ihram), diperbolehkan atau diizinkan. Jika kata tersebut dikaitkan dengan suatu barang maka berarti boleh untuk dikonsumsi. Namun jika dikaitkan dengan tempat, maka kata tersebut berarti berhenti, singgah, tinggal atau berdiam. Kata halal merupakan Bahasa Arab yang sudah dikenal dan telah diserap menjadi bahasa Indonesia.

Dalam Al quran, kata halal dan derivasinya disebut sebanyak 48 kali dan terdapat pada 20 surah serta mempunyai arti yang beda. Perbedaan arti kata halal di dalam Al quran dapat dibagi menjadi dua kelompok. Pertama, yang memiliki arti yang berkaitan dengan makanan dan minuman. Kedua, yang memiliki makna atau arti yang berkaitan dengan perilaku, aktivitas, atau tindakan.¹²

¹¹ Undang-Undang Republik Indonesia, “10 Tahun 2009, Kepariwisataaan,” (16 Januari 2009).

¹² Murtadho Ridwan, “Nilai Filosofi Halal dalam Ekonomi Syariah,” *Profit: Jurnal Kajian Ekonomi dan Perbankan* 3, no. 1 (2019): 16-17.

Kata halal tidak hanya dapat diidentikan dengan makanan dan minuman yang diperbolehkan untuk dikonsumsi, namun juga memiliki arti untuk suatu perbuatan atau tindakan yang diperbolehkan menurut ajaran agama Islam yang telah diatur tata cara pelaksanaannya dalam ketentuan hukum Islam baik yang bersumber dari Al Quran, hadits, maupun kesepakatan para ulama.

7. **Pengertian *Halal Tourism* (Pariwisata Halal)**

Pariwisata syariah atau yang biasa lebih dikenal dengan pariwisata halal adalah pariwisata yang mengedepankan nilai keislaman disetiap aktivitas yang dilaksanakan. Istilah pariwisata halal secara difinisi di kalangan para pelaku wisata masih cenderung asing. Pariwisata halal lebih banyak yang memaknai atau menyamakannya dengan wisata religi, yaitu kunjungan ke tempat ibadah untuk berziarah atau tempat ibadah lainnya. Padahal, pariwisata halal tidak hanya terfokus pada objek saja, tetapi perilaku saat melaksanakan perjalanan dan fasilitas pendukung lainnya.¹³

Munculnya istilah *halal tourism* atau pariwisata halal pada awalnya kegiatan yang dilakukan oleh wisatawan atas dasar untuk menumbuhkan motivasi rasa atau nilai religi yang ada pada dirinya dengan mengunjungi tempat-tempat ibadah, tempat pemakaman, atau tempat bersejarah yang memiliki nilai-nilai religi sesuatu dengan agama yang dianut. Pada awalnya pariwisata ini disebut juga sebagai wisata religi. Wisata religi ini pertama kali diperkenalkan oleh *United Nations World Tourism Organization* (UNWTO) pada tahun 1967 saat melaksanakan

¹³ Unggul Priyadi, *Pariwisata Syariah Prospek dan Perkembangan* (Yogyakarta: Unit Penerbit dan Percetakan Sekolah Tinggi Ilmu Manajemen YKPN, 2016), 94.

pertemuan bertemakan “*Tourism and Religions: A Contribution to the Dialogue of Cultures, Religions and Civilizations*”.

Wisata religi kemudian mengalami perkembangan karena segmen dari wisata ini tidak hanya sebatas agama tertentu. Nilai yang lebih universal dan memiliki manfaat bagi masyarakat, seperti nilai edukasi, dan nilai kearifan lokal juga tidak ditinggalkan. Sedangkan persepsi publik tentang wisata halal adalah kegiatan yang dilakukan wisatawan untuk mengunjungi masjid maupun kuburan, Padahal wisata halal sendiri mencakup wisata budaya, wisata alam, maupun wisata buatan yang dirangkai dengan prinsip dan nilai Islam. Beberapa istilah yang juga digunakan oleh beberapa negara dalam menerapkan wisata halal, seperti *halal travel*, *halal lifestyle*, *islamic tourism*, *halal friendly tourism destination*, atau *muslim friendly travel destination*.¹⁴

Tabel 2.1
Perbedaan Wisata Halal, Religi dan Konvensional

No	Unsur	Konvensional	Religi	Halal
1.	Objek	Alam, warisan budaya, kuliner	Peninggalan sejarah, tempat ibadah	Semuanya

¹⁴ Alwafi Ridho Subarkah, “Diplomasi Pariwisata Halal Nusa Tenggara Barat,” *Intermestic: Journal of International Studies* 2, no. 2 (2018): 192-193.

2.	Tujuan	Hiburan	Menambah rasa spiritual	Meningkatkan rasa religiusitas dengan menghibur
3.	Target	Menyentuh kepuasan dan kesenangan yang berdimensi nafsu, untuk menghibur semata	Aspek spiritual menenangkan jiwa, mencari ketentraman batin semata	Memenuhi keinginan dan kesenangan serta menumbuhkan kesadaran beragama
4.	Pemandu wisata	Paham dan menguasai objek wisata agar wisatawan tertarik	Mengetahui dan paham sejarah tentang lokasi dan tokoh objek wisata	Membangkitkan spirit religi wisatawan dan menjelaskan fungsi dan peran kebahagiaan rohani dalam konteks Islam

5.	Fasilitas ibadah	Hanya perlengkapan	Hanya perlengkapan	Menjadi satu bagian dengan destinasi wisata, serta ritual dalam beribadah menjadi paket hiburan
6.	Kuliner	Umum	Umum	Seritifikasi halal
7.	Relasi dengan masyarakat disekitar destinasi wisata	Komplementer dan semata-mata untuk mendapatkan keuntungan	Komplementer dan hanya untuk mendapatkan keuntungan	Terintegrasi, interaksi berdasarkan prinsip Islam
8.	Rencana Perjalanan	Tidak memperhatikan waktu	Peduli dengan waktu	Waktu perjalanan diperhatikan

8. Objek dan Infrastruktur Pariwisata Halal

Organisasi Konferensi Islam (OKI) memberik penjelasan atau makna wisata halal, kata yang digunakan oleh OKI adalah *Islamic Tourism* yaitu Pariwisata Islam didasari pada Al-Qur'an:

قُلْ سِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَانظُرُوا كَيْفَ بَدَأَ الْخَلْقَ ثُمَّ اللَّهُ

يُنشِئُ النَّشْأَةَ الْآخِرَةَ إِنَّ اللَّهَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ ﴿٢٠﴾

Artinya : 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.¹⁵

Pada ayat tersebut menganjurkan manusia untuk melakukan perjalanan di muka bumi untuk mengambil pembelajaran dari apa yang telah diciptakan oleh Allah SWT dan mengambil rahmat-Nya.

Negara Indonesia dalam pengembangan pariwisata halal mengadopsi kriteria dari *Global Muslim Travel Index* sebagai dasar. Dari hal tersebut Indonesia membentuk satu badan dibawah naungan Kementerian Pariwisata Republik Indonesia yang memiliki tanggung jawab dan kewenangan dalam mengatur pariwisata di Indonesia, badan khusus diberi nama Tim Percepatan Pembangunan Pariwisata Halal (TP3H). TP3H adalah tim yang diberikan wewenang untuk membantu pemerintah melakukan pemetaan, pengembangan dan

¹⁵ Alquran, al-Ankabut ayat 20, *Alquran dan Terjemahnya* (Jakarta: Kementerian Agama RI, 2012), 561-562.

memberikan pedoman kepada daerah yang memiliki potensi untuk dikembangkan menjadi wisata halal, tim ini selanjutnya membuat tiga kriteria umum untuk melakukan pengembangan pariwisata halal.¹⁶ Kriteria yang dibuat dapat dilihat pada tabel berikut:

Tabel 2.2
Kriteria Umum Pariwisata Halal

Destinasi pariwisata (alam, budaya, dan buatan)	Adanya pilihan kegiatan wisata, seni, dan kebudayaan yang tidak bertentangan dengan ajaran Islam
	Dapat menyelenggarakan minimal satu festival <i>halal life style</i> jika dimungkinkan
	Orang yang terlibat dalam kegiatan wisata harus berpakaian dan berperampilan sopan
	Adanya pilihan daya tarik wisata yang terpisah untuk pria dan wanita dan/atau mempunyai aturan pengunjung tidak berpakaian minim
Akomodasi	Adanya makanan dan produk halal lainnya
	Adanya fasilitas ibadah yang memudahkan wisatawan untuk beribadah, seperti masjid, mushola dan fasilitas bersuci
	Adanya pelayanan khusus bulan Ramadhan untuk memenuhi kebutuhan sahur dan buka puasa

¹⁶ Alwafi Ridho Subarkah, “Potensi dan Prospek Wisata Halal dalam Meningkatkan Ekonomi Daerah (Studi Kasus: Nusa Tenggara Barat),” *Jurnal Sospol* 4, no. 2 (2018): 54-56.

	Tidak ada kegiatan non-halal seperti perjudian, minuman beralkohol, dan kegiatan diskotik
	Adanya fasilitas rekreasi kolam renang dan fasilitas kebugaran/ <i>gym</i> yang terpisah antara pria dan wanita
	Jika hotel menyediakan fasilitas spa, maka terapis pria untuk pelanggan pria dan terapis wanita untuk pelanggan wanita. Bahan yang digunakan harus halal.
Biro perjalanan	Menyediakan paket wisata yang sesuai dengan kriteria umum pariwisata halal
	Tidak menawarkan aktivitas non-halal
	Memiliki daftar usaha penyedia makanan dan minuman halal
	Pemandu wisata memahami dan mampu melaksanakan nilai-nilai syariah dalam menjalankan tugas
	Berpenampilan sopan dan menarik sesuai dengan norma Islam

Wisata halal pada umumnya didefinisikan sebagai produk dan layanan pariwisata yang mencakup segala kebutuhan wisatawan muslim yang berkaitan dengan makanan dan kegiatan ibadah. Bon and Hussain mendefinisikan pariwisata halal sebagai orientasi perjalanan muslim yang dibuat untuk alternatif. Konsep halal sendiri digunakan secara umum untuk perbuatan yang

diizinkan untuk dilakukan, konsep halal tidak hanya diaplikasikan pada makanan. Namun, juga termasuk semua aspek produk yang ditawarkan.¹⁷ Maka dari itu, ada beberapa aspek kriteria yang harus dipersiapkan guna mengaplikasikan konsep pariwisata halal, antara lain:

a. Objek Wisata : Destinasi (Sasaran Kunjungan)

Semua objek wisata yang ada dapat dikelola menjadi destinasi wisata halal selagi tidak ada faktor yang bertentangan dengan syariat Islam. Pertama, destinasi wisata harus memiliki tujuan untuk terwujudnya kemaslahatan dan kebaikan umum. Kedua, sarana dan prasarana yang ada pada objek wisata harus dilengkapi dengan fasilitas ibadah yang memadai, mudah dijangkau, dan sesuai dengan ketentuan hukum Islam. Ketiga, destinasi wisata harus terhindar dari perbuatan yang dilarang oleh agama.¹⁸

b. Perhotelan : Infrastruktur Akomodasi

Sebagai penunjang kegiatan pariwisata, membutuhkan infrastruktur pendukung seperti ketersediaan hotel untuk tempat menginap bagi para wisatawan. Bisnis perhotelan memiliki dua fungsi penting, yaitu menyediakan produk riil (*tangible product*) dalam wujud penyediaan kamar dan fasilitasnya beserta konsumsi baik makanan maupun minuman. Selain itu juga menjual produk yang tidak tampak yaitu layanan jasa yang bisa dirasakan oleh wisatawan.

¹⁷ Oktaviani Winarti, "Halal Tourism in Indonesia: Does it attract only Muslim Tourists," *Jurnal Komunikasi* 1, no. 3 (2017): 234.

¹⁸ Muhammad Djakfar, *Pariwisata Halal Perspektif Multidimensi*, 100.

Maka dari itu, fasilitas yang dijual oleh hotel dalam pandangan fikih tidak boleh ada aspek apapun yang bertentangan dengan syariah. Seperti, terbebas dari segala jenis makanan dan minuman memabukkan dan mengandung bahan yang haram dikonsumsi. Mengutamakan layanan yang mencerminkan etika Islam, tidak hanya yang tampak secara lahir tetapi juga batin, seperti ramah, amanah, jujur, dan tindakan terpuji lainnya.¹⁹ Dalam penyediaan fasilitas perlu dibedakan berdasarkan jenis kelamin, seperti fasilitas kolam renang, fasilitas spa, fasilitas kamar, kecuali mahram dan memiliki surat keterangan telah menikah.

c. Restoran : Infrastruktur Kebutuhan Konsumsi

Setiap usaha restoran memiliki sumber daya manusia, tempat dan objek yang dijual seperti jasa, makanan dan minuman. Dalam aspek fikih etika pelayan harus berpakaian sopan dan sesuai syariat, menjaga aurat, tersedianya fasilitas ibadah yang memadai, adanya daftar harga tiap produk yang dijual, adanya label halal pada tiap makanan yang disajikan dan lain sebagainya.²⁰

Infrastruktur kebutuhan konsumsi bukan hanya terbatas pada penyediaan restoran saja, namun juga meliputi penyediaan toko maupun gerai penjualan oleh-oleh yang biasanya menjadi tujuan wisatawan untuk mendapatkan buah tangan.

¹⁹ Muhammad Djakfar, *Pariwisata Halal Perspektif Multidimensi*, 104.

²⁰ Muhammad Djakfar, *Pariwisata Halal Perspektif Multidimensi*, 105.

Aspek tersebut juga harus sesuai dengan syariat islam sesuai yang telah dijelaskan di atas.

d. Travel : Infrastruktur Biro Perjalanan dan Transportasi

Biro perjalanan harus memberikan pelayanan sesuai dengan etika Islam. Memberikan kesempatan bagi wisatawan untuk berhenti di titik tertentu untuk istirahat, makan dan melaksanakan ibadah shalat. Rumah makan yang digunakan untuk aktivitas tersebut juga harus memiliki standar restoran atau rumah makan halal sebagai sarana pendukung perjalanan wisata halal. Hal tersebut adalah salah satu cara untuk memberikan pelayanan terbaik kepada wisatawan sebagai salah satu bentuk pelayanan *excellent* dari sebuah usaha transportasi agar tercipta kesan perusahaan yang digunakan mengedepankan etika Islam.

e. Sumber Daya Manusia (*Human Resourch*)

Manusia menjadi daya dukung kegiatan pariwisata yang sangat krusial, baik kemampuannya sebagai pengusaha, pemangku kebijakan, pemandu wisata (pramuwisata), kaum intelektual, dan masyarakat luas. Semua unsur sumber daya manusia (SDM) memiliki peran dan fungsinya masing-masing.²¹

Unsur yang tidak kalah penting untuk disoroti adalah seorang pemandu wisata atau pramuwisata dalam perannya menyukseskan pembaangunan pariwisata halal. Bagaimana cara berpakaian, menentukan tarif jasa ketika memandu,

²¹ Muhammad Djakfar, *Pariwisata Halal Perspektif Multidimensi*, 107-108.

harus transparan untuk menciptakan kenyamanan antara pramuwisata dan wisatawan.

Pramuwisata harus memahami dan menjalankan nilai-nilai syariah dalam melaksanakan tugasnya, diantaranya adalah bersikap profesional, paham dan dapat melaksanakan fikih pariwisata, berperilaku sesuai etika Islam, mampu berkomunikasi dengan baik, ramah, jujur, menarik, dan bertanggungjawab. Dengan demikian, Sumber daya manusia yang berkecimpung di industri pariwisata halal harus paham akan kebutuhan dasar wisatawan muslim. Sebagai wujud komitmen pengembangan di bidang industri *halal tourism*.²²

B. *Local Wisdom* (Kearifan Lokal)

1. **Pengertian Optimalisasi**

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) optimalisasi memiliki kata dasar optimal yang memiliki arti baik atau paling menguntungkan. Mengoptimalkan berarti menjadikan suatu hal menjadi yang paling baik atau menjadikan paling tinggi. Sedangkan optimalisasi atau pengoptimalan berarti proses atau cara menjadikan sesuatu hal menjadi paling baik atau paling tinggi.²³ Dapat disimpulkan bahwa optimalisasi adalah proses menjadikan suatu hal atau objek yang awalnya memiliki potensi menjadi lebih baik atau bahkan paling baik.

²² Muhammad Djakfar, *Pariwisata Halal Perspektif Multidimensi*, 109.

²³ “Optimal.” Kamus Besar Bahasa Indonesia daring, 6 November, 2019, <https://www.kbbi.web.id/optimal>.

2. Strategi Optimalisasi

Dalam proses optimalisasi tentunya memerlukan cara terbaik untuk mencapainya atau yang biasa disebut dengan strategi. Strategi adalah cara terbaik mencapai tujuan.²⁴ Strategi digunakan oleh pemangku kepentingan untuk mendeskripsikan arah umum yang akan dituju untuk mencapai tujuannya, yang dalam hal ini akan dilakukan oleh pengelola dan *stakeholder* yang berpengaruh dalam pengembangan potensi *halal tourism*. Manajemen strategi memiliki tiga (3) proses yaitu:

- a. Pembuatan strategi, diawali dengan analisis SWOT dengan harapan dapat mengembangkan misi yang dijabarkan dalam tujuan jangka panjang dan jangka pendek.²⁵ Analisis SWOT adalah analisis informasi yang dicari dan didapatkan melalui beberapa pertanyaan: apa yang sedang terjadi, mengapa terjadi, di mana terjadi, dan kapan terjadi yang berasal dari lingkungan intern dan ekstern.²⁶ Kekuatan (*strengths*) adalah segala hal yang menjadi ciri khas atau keunikan yang dimiliki sebuah obyek wisata sehingga obyek wisata akan dapat bersaing di pasar. Kelemahan (*weakness*) adalah segala sesuatu yang dapat menyebabkan kerugian objek wisata. Beberapa kelemahan yang dapat diidentifikasi diantaranya adalah kurangnya promosi yang dilakukan, pelayanan yang kurang maksimal, kurang profesional dalam pengadaan pariwisata di lapangan, dan

²⁴ Rachmat, *Manajemen Strategik* (Bandung: Pustaka Setia, 2013), 2.

²⁵ Etika Sabariah, *Manajemen Strategis* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2016), 21.

²⁶ Etika Sabariah, *Manajemen Strategis*, 41.

sulitnya lokasi untuk dijangkau. Kesempatan (*opportunities*) adalah semua peluang yang diperoleh akibat dari kondisi tertentu atau kebijakan pemerintah yang mampu dimanfaatkan untuk pengembangan obyek wisata. Ancaman (*threath*) adalah kondisi yang dapat menyebabkan kerugian bagi pariwisata, seperti rusaknya lingkungan peraturan yang tidak memudahkan dalam berusaha, dan lainya.²⁷ Kekuatan dan kelemahan dapat dianalisis melalui keadaan internal, sedangkan peluang dan ancaman datangnya dari kondisi eksternal.

- b. Penerapan atau implementasi, tindakan nyata dari penjabaraan isi yang telah dituangkan dalam standar operasional prosedur (SOP) pelaksanaan isi program yang telah disusun sebelumnya.
- c. Evaluasi, melalui penilaian hasil yang telah dicapai dibandingkan dengan target capaian. Apabila ditemukan ketidaksesuaian antara rencana dan hasil maka diperlukan solusi perbaikan agar dapat mendapatkan hasil yang maksimal. Namun, apabila anatar target dan hasil sesuai atau bahkan hasil melebihi target maka dapat dikatakan strategi tersebut layak untuk dilaksanakan sesuai kondisi yang ada.²⁸

3. Pengertian Kearifan Lokal (*Local Wisdom*)

Kearifan lokal adalah sebuah tradisi atau adat istiadat yang ada pada suatu etnis.²⁹ Menurut Ulfah Fajarini kearifan lokal diartikan sebagai

²⁷ Firdausia Hadi dan M. Khoiril Hadi al-Asy Ary, “Kajian Potensi Dan Strategi Pengembangan Wisata Pantai Syari’ah”, 108.

²⁸ Etika Sabariah, *Manajemen Strategis*, 21-22.

²⁹ Sulaiman, dkk., *Menguak Makna Kearifan Lokal pada Masyarakat Multikultural* (Semarang: Robar Bersama, 2011), 62.

pedoman hidup dan ilmu pengetahuan serta berbagai strategi kehidupan yang berwujud aktivitas dilakukan oleh masyarakat lokal setempat untuk menjawab berbagai masalah dalam pemenuhan kebutuhan mereka yang diajarkan secara turun temurun untuk menjaganya agar tetap menjadi pedoman dalam hidup atau berperilaku dalam kehidupan pribadi dan bermasyarakat. Dalam bahasa asing sering juga diartikan sebagai kebijakan setempat “*local wisdom*” atau pengetahuan setempat “*local knowledge*” atau kecerdasan setempat “*local genius*”.³⁰

Dalam pengertian lain Kearifan lokal diartikan sebagai suatu kebijaksanaan, gagasan atau ide, ilmu pengetahuan, kepercayaan, pemahaman, dan adat kebiasaan/etika masyarakat lokal yang dianggap baik untuk dilaksanakan, bersifat tradisional, diwariskan secara turun temurun, penuh kearifan, berkembang dalam jangka waktu tertentu dan merupakan hasil timbal balik antara masyarakat dan lingkungannya.³¹

4. Fungsi Kearifan Lokal (*Local Wisdom*)

Dari beberapa definisi tentang kearifan lokal mengakibatkan pula ada beberapa fungsi kearifan lokal itu sendiri. Fungsi tersebut antara lain:

- a. Kearifan lokal memiliki fungsi sebagai konservasi dan pelestarian sumberdaya alam.
- b. Kearifan lokal memiliki fungsi untuk mengembangkan sumber daya manusia.

³⁰ Ulfah Fajarini, “Peranan Kearifan Lokal dalam Pendidikan Karakter,” *Jurnal Sosio Didaktika* 1, no. 2 (2014): 123-124.

³¹ Tia Oktaviani Sumarna Aulia dan Arya Hadi Dharmawan, “Kearifan Lokal dalam Pengelolaan Sumberdaya Air di Kampung Kuta,” *Jurnal Transdisiplin Sosiologi, Komunikasi, dan Ekologi Manusia* 4, no. 3 (2011): 348.

- c. Kearifan lokal memiliki fungsi sebagai pengembangan kebudayaan dan ilmu pengetahuan.
- d. Kearifan lokal memiliki fungsi sebagai petuah, kepercayaan, sastra dan pantangan.³²

5. Bentuk Kearifan Lokal (*Local Wisdom*)

Bentuk kearifan lokal adalah suatu ciri khas yang membangun kearifan lokal tersebut, sehingga kearifan lokal yang ada dapat berwujud. Ada beberapa bentuk kearifan lokal, yaitu:

- a. Nilai adalah suatu perbuatan atau tindakan yang dianggap baik oleh masyarakat. Setiap masyarakat memiliki nilai yang tidak selalu sama, karena nilai di masyarakat tertentu dianggap baik tapi dapat dianggap tidak baik dimasyarakat lain. Maka dari itu nilai ini berlaku dalam ruang lingkup yang lebih sempit, hanya berlaku pada suatu golongan tertentu.
- b. Norma adalah suatu standar tingkah laku yang terdapat dalam suatu masyarakat. Dimana setiap individu sangat dianjurkan untuk menaatinya, dan apabila tidak melaksanakan norma akan mendapatkan pengasingan dari lingkungan sekitarnya.
- c. Kepercayaan adalah hal yang diyakini benar oleh sekelompok orang tertentu.
- d. Sanksi adalah tindakan yang diberikan kepada seseorang yang melanggar peraturan.
- e. Aturan khusus adalah aturan yang sengaja dibuat oleh masyarakat untuk suatu kepentingan tertentu.³³

³² Tia Oktaviani Sumarna Aulia dan Arya Hadi Dharmawan, "Kearifan Lokal dalam Pengelolaan Sumberdaya Air di Kampung Kuta", 347.

³³ Tia Oktaviani Sumarna Aulia dan Arya Hadi Dharmawan, "Kearifan Lokal dalam Pengelolaan Sumberdaya Air di Kampung Kuta": 348.

C. Hasil Penelitian Terdahulu

Tabel 2.3
Hasil Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti	Persamaan	Perbedaan	Hasil Penelitian
1.	Abdurrohman Kasdi, dkk., “Wali City Branding: Marketing Strategy in Promoting Halal Tourism Destinations Demak Indonesia”	Sama-sama membahas tentang variabel potensi pariwisata halal yang ada di Indonesia terkhususnya di Jawa Tengah.	Penelitian ini memiliki fokus penelitian pada strategi pengembangan pariwisata halal melalui potensi yang dimiliki. Salah satu cara adalah dengan melakukan promosi dan <i>branding</i> Kabupaten Demak yang terkenal dengan sebutan Kota Wali.	Kabupaten Demak memiliki segitiga emas tujuan wisata halal, yaitu Masjid Agung Demak, Makam Sultan Fattah dan makam salah satu Wali Songo, Makam Sunan Kalijaga. Tujuan wisata di Demak tidak hanya dalam bentuk ziarah atau wisata religi, tetapi juga telah berkembang menjadi wisata halal. Itu karena pemerintah

				Kabupaten Demak sendiri telah mendukung upaya ini melalui Peraturan Daerah dan konsistensi masyarakat di Kabupaten Demak dalam mengonsumsi produk halal. ³⁴
2.	Alwafi Ridho Subarkah, “Potensi dan Prospek Wisata Halal dalam Meningkatkan Ekonomi Daerah (Studi Kasus: Nusa Tenggara	Memiliki persamaan membahas variabel potensi pariwisata halal yang ada di Indonesia.	Dalam penelitian ini lebih fokus membahas tentang potensi pariwisata halal pengaruhnya dalam peningkatan ekonomi masyarakat.	Diplomasi publik dengan <i>introducing, increasing positive appreciation, engaging, influencing</i> yang dilakukan oleh Indonesia melalui pembangunan wisata halal di Nusa

³⁴ Abdurrohman Kasdi, dkk., “Wali City Branding: Marketing Strategy in Promoting Halal Tourism Destinations Demak Indonesia,” *GeoJournal of Tourism and Geosites* 25, no. 2 (2019): 472.

	Barat)”			Tenggara Barat dinilai berhasil, dapat dilihat dari kunjungan wisatawan muslim yang mengalami peningkatan dan mampu menarik perhatian investor asing untuk berinvestasi dalam mengembangkan wisata. ³⁵
3.	Krishma Anugrah, dkk., “Potensi Pengembangan Wisata Halal dalam Perspektif Dukungan Ketersediaan Restoran Halal	Sama-sama membahas variabel potensi pengembangan pariwisata halal.	Pada penelitian ini terfokus pada pembahasan ketersediaan restoran halal sebagai upaya potensi pengembangan pariwisata	Dalam hasil penelitian tersebut penulis menyatakan bahwa keberadaan restoran yang memiliki sertifikat halal di Kota Gorontalo sudah dapat dikatakan

³⁵ Alwafi Ridho Subarkah, “Potensi dan Prospek Wisata Halal dalam Meningkatkan Ekonomi Daerah (Studi Kasus: Nusa Tenggara Barat)”, 67.

	Lokal (Non Waralaba) di Kota Gorontalo”		halal.	cukup mendukung untuk dilaksanakannya pariwisata halal di Kota Gorontalo. Hal ini dengan pertimbangan waktu kunjungan wisatawan yang singkat yakni hanya 1,52 hari dan frekuensi pemenuhan kebutuhan makanan dan minuman wisatawan 3 hingga 4 kali saja selama 1,52 hari menginap. ³⁶
4.	Tia Oktaviani Sumarna Aulia dan Arya Hadi Dharmawan,	Dalam penelitian ini sama-sama membahas variabel tentang	Penelitian ini memuat variabel kearifan lokal untuk pengelolaan objek	Kearifan lokal budaya <i>pamali</i> memiliki dampak bagi kelestarian sumberdaya

³⁶ Krishma Anugrah, dkk., “Potensi Pengembangan Wisata Halal dalam Perspektif Dukungan Ketersediaan Restoran Halal Lokal (Non Waralaba) di Kota Gorontalo,” *Jurnal Pesona* 2, no. 2 (2017): 10.

	<p>“Kearifan Lokal dalam Pengelolaan Sumberdaya Air di Kampung Kuta”</p>	<p>kearifan lokal untuk pengelolaan objek</p>	<p>namun tujuannya bukanlah untuk komersial seperti halnya pengembangan pariwisata halal melainkan hanya untuk kepentingan bersama dalam satu kelompok yaitu pengelolaan sumberdaya air di Kampung Kuta.</p>	<p>alam di Kampung Kuta. Hal ini dibuktikan dengan diterimanya penghargaan Kalpataru dalam hal pelestarian lingkungan pada tahun 2002. Kearifan lokal pamali ini diimplementasikan dalam pengelolaan sumberdaya air demi terciptanya kelestarian sumberdaya alam.³⁷</p>
5.	<p>I Putu Gede Purnama, “Kontribusi Pariwisata Alternatif dalam Kaitannya</p>	<p>Sama-sama membahas variabel terkait pariwisata dan kearifan lokal. Dalam penelitian</p>	<p>Dalam penelitian ini terfokus pada pengelolaan ekowisata sebagai pariwisata alternatif</p>	<p>Kearifan lokal berperan sebagai salah satu strategi pengembangan dari pariwisata massal</p>

³⁷ Tia Oktaviani Sumarna Aulia dan Arya Hadi Dharmawan, “Kearifan Lokal dalam Pengelolaan Sumberdaya Air di Kampung Kuta”, 354.

	<p>dengan Kearifan Lokal dan Keberlangsungan Lingkungan Alam”</p>	<p>ini juga menitik beratkan peranan kearifan lokal dalam pengelolaan wisata.</p>	<p>dan peran kearifan lokal. Pada penelitian ini membahas pengelolaan pariwisata secara konvensional.</p>	<p>menuju pariwisata alternatif yang merupakan salah satu cara bijak dalam pelaksanaan pariwisata berkelanjutan (<i>sustainable tourism</i>). Ekowisata sebagai bagian dari opsi pariwisata alternatif sangatlah tepat untuk diterapkan dengan kearifan lokal yang dimiliki.³⁸</p>
--	---	---	---	---

D. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir adalah salah satu bagian tinjauan pustaka yang menunjukkan rangkuman atas semua dasar teori yang digunakan sebagai landasan dalam penelitian ini. Kerangka berpikir dalam penelitian

³⁸ I Putu Gede Purnama, “Kontribusi Pariwisata Alternatif dalam Kaitannya dengan Kearifan Lokal dan Keberlangsungan Lingkungan Alam,” *Jurnal Media Komunikasi FIS Universitas Pendidikan Ganesha Edisi Khusus Perhotelan* 9, no. 2 (2010): 14.

ini adalah potensi *halal tourism* (pariwisata halal) dengan mengoptimalkan *local wisdom* (kearifan lokal).

