

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Kajian Teori

1. Pariwisata Halal

a. Pengertian Pariwisata

Pariwisata merupakan istilah yang berasal dari bahasa sansekerta, yang terdiri dari “Pari” yang berarti banyak atau berkali-kali, dan “Wisata” adalah perjalanan atau bepergian. Pariwisata juga dapat diartikan sebagai perjalanan yang dilakukan secara berkali-kali atau berkeliling dengan mengunjungi satu tempat ke tempat lain. Pariwisata menurut Gamai Suwartono diartikan proses bepergian sementara dari seorang atau lebih menuju ketempat lain diluar tempat tinggalnya.¹ Sedangkan menurut Spillane pariwisata merupakan suatu perjalanan yang dilakukan dari suatu tempat ketempat yang lain yang sifatnya hanya sementara, baik dilakukan secara perorangan atau kelompok yang bertujuan mencari kebahagiaan dengan lingkungan hidup dalam dimensi sosial, budaya, alam serta ilmu.²

Dalam arti luas pariwisata didefinisikan sebagai kegiatan rekreasi yang didalam maupun diluar domisili yang bertujuan untuk melepaskan diri dari segala pekerjaan atau aktivitas rutin yang bersifat sementara. Pariwisata merupakan salah satu sektor yang dapat menghasilkan perubahan ekonomi dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan pendapatan pemerintah serta warga sekitar.³

b. Jenis-jenis Pariwisata

1) Wisata Budaya

Merupakan jenis wisata yang dilakukan dengan mengadakan kunjungan untuk melihat keberagaman

¹ Yati Heryati, “Potensi Pengembangan Obyek Wisata Pantai Tapandullu Di Kabupaten Mamuju,” *GROWTH Jurnal Ilmiah Ekonomi Pembangunan* 1, no. 1 (2019): 56–74.

² Spilane J. James. *Ekonomi Pariwisata Sejarah dan Prosepeknnya*. Yogyakarta: Kansius, 1985.

³ Ismayanti, *Pengantar Pariwisata*. (Jakarta: PT. Gramedia Widisarana, 2010), 1.

suku bangsa. Wisata budaya Indonesia terdiri dari 1128 suku bangsa. Keberagaman suku bangsa tersebut mengakibatkan keberagaman hasil budaya seperti jenis tarian, alat musik, jenis makanan dan adat istiadat di Indonesia.

2) Wisata Sejarah

Jenis wisata mengenai sejarah kebudayaan Indonesia dari zaman prasejarah hingga periode kemerdekaan dapat ditemukan diseluruh museum yang ada di Indonesia. Seperti Museum Perjuangan, Museum Kraton, Museum Purbakala Pati Ayam, Candi Borobudur, yang terdapat di Magelang, Jawa Tengah.

3) Wisata Alam

Wisata Alam yang terdapat di tanah air ini terbagi menjadi dua yaitu wisata Flora dan Fauna. Indonesia memiliki lebih dari 400 gunung berapi dan 130 diantaranya termasuk gunung api aktif. Salah satu lokasi pegunungan yang terkenal adalah gunung Bromo yang berada di Malang, Jawa Timur. Keaneragaman Fauna juga dapat dijumpai seperti di Ujung Kulon, Pulau Komodo, dan kebun bintang lainnya.

4) Wisata Belanja

Wisata belanja di Indonesia terbagi menjadi dua jenis yaitu wisata belanja Tradisional dan wisata belanja Modern. Wisata belanja Tradisional biasanya menggunakan metode transaksi tawar menawar antara penjual dengan pembeli seperti dikawasan jalan Malioboro, Yogyakarta.

5) Wisata Keagamaan

Wisata keagamaan merupakan salah satu wisata yang masih eskis di Indonesia. Banyak sekali peninggalan masjid-masjid yang dibangun oleh para kyai dan tokoh-tokoh agama sebagai wisata religi, beberapa masjid yang ditemukan merupakan akulturasi kebudayaan antara hindu, budha, jawa, dan china dengan agama Islam seperti yang terlihat pada masjid Agung Demak, Masjid Menara Kudus dan Masjid Cheng Ho. Bukan hanya masjid tetapi juga makam-

makam para wali yang sering dikunjungi masyarakat untuk berziarah, seperti makam sunan walisongo.⁴

Menurut Suwanto terdapat berbagai macam perjalanan wisata jika ditinjau dari segi aspek, aspek-aspek perjalanan wisata diantaranya sebagai berikut :⁵

1) Aspek Jumlah

Wisatawan jika dilihat dari aspek jumlah dibedakan menjadi tiga macam antara lain :

(a) *Individual Tour* (Wisata Perseorangan)

Merupakan perjalanan wisata yang dilakukan secara perorangan maupun bersama pasangan.

(b) *Family Group Tour* (Wisata Keluarga)

Merupakan perjalanan wisata yang dilakukan bersama rombongan keluarga yang masih mempunyai hubungan kekerabatan satu sama lain.

(c) *Group Tour* (Wisata Rombongan)

Merupakan suatu perjalanan wisata yang dilakukan secara bersama-sama dan dipimpin oleh seorang yang bertanggung jawab atas semua keselamatan dan kebutuhan seluruh anggotanya.

2) Aspek Pengaturan

Wisata dilihat dari aspek pengaturannya dapat dibedakan menjadi beberapa macam, antara lain :

(a) *Pre-arranged Tour* (Wisata Berencana)

Merupakan suatu perjalanan wisata yang segala sesuatunya sudah direncanakan jauh dari hari-hari sebelumnya, baik dari segi transportasi, akomodasi maupun objek-objek yang akan dikunjungi. Wisata ini diatur oleh lembaga khusus yang mengatur penyelenggaraan dan lembaga yang mengatur sudah bekerja sama dengan semua destinasi wisata yang akan dikunjungi.

⁴ Adenisa Aulia Rahma, "Potensi Sumber Daya Alam Dalam Mengembangkan Sektor Pariwisata Di Indonesia," *Jurnal Nasional Pariwisata* 12, no. 1 (2020): 1, <https://doi.org/10.22146/jnp.52178>.

⁵ Gamal Suwanto, *Dasar-Dasar Pariwisata*, (Yogyakarta, Penerbit Andi, 1997), 14-18.

(b) *Package Tour* (Paket Wisata atau Paket Wisata)

Merupakan suatu perjalanan wisata yang dijual oleh biro perjalanan yang telah bekerja sama dengan destinasi wisata dimana paket yang ditawarkan telah mencakup biaya perjalanan, hotel, maupun fasilitas lain yang memberikan kenyamanan dengan istilah lain paket wisata atau wisata paket ini ditujukan untuk memberikan kemudahan kepraktisan dalam melakukan perjalanan wisata.

(c) *Coach Tour* (Wisata Terpimpin)

Merupakan suatu perjalanan wisata yang ditawarkan oleh seorang pemandu wisata yang diselenggarakan secara rutin dalam jangka waktu yang sudah ditetapkan.

(d) *Spesial Arrange Tour* (Wisata Khusus)

Merupakan suatu perjalanan wisata yang secara khusus disusun dengan tujuan memenuhi permintaan seseorang tertentu sesuai dengan kepentingan.

(e) *Optional Tour* (Wisata Manasuka atau Tambahan)

Merupakan suatu perjalanan wisata yang diluar perjanjian yang telah disusun sebelumnya yang dilakukan atas permintaan pelanggan.

3) Aspek Maksud dan Tujuan

Wisata dari sudut pandang maksud dan tujuan dibedakan menjadi beberapa macam, antara lain :

(a) *Holiday Tour* (Wisata Liburan)

Merupakan suatu perjalanan wisata yang bertujuan untuk berlibur, bersenang-senang dan menghibur diri.

(b) *Familiarization Tour* (Wisata Pengenalan)

Merupakan suatu perjalanan wisata yang bertujuan untuk mengenal lebih lanjut bidang atau daerah yang berkaitan dengan pekerjaannya untuk mengenal obyek-obyek wisata yang dikunjungi.

(c) *Education Tour* (Wisata Pendidikan)

Merupakan perjalanan wisata yang bertujuan untuk memberikan suatu gambaran, studi perbandingan mengenai bidang yang

dikunjungi. Wisata ini disebut juga sebagai *study tour*.

(d) *Scientific Tour* (Wisata Pengetahuan)

Merupakan suatu perjalanan wisata yang tujuan pokoknya untuk memperoleh pengetahuan atau penyelidikan pada bidang ilmu pengetahuan.

(e) *Pilgrimage Tour* (Wisata Keagamaan)

Merupakan suatu perjalanan wisata yang bertujuan untuk melaksanakan ibadah keagamaan. Misalnya umroh yang disediakan oleh agen travel umroh.

(f) *Special Mission Tour* (Wisata Kunjungan Khusus)

Merupakan suatu perjalanan wisata yang dilakukan karena terdapat maksud khusus. Misalnya seperti misi dagang, kesenian dll.

(g) *Special Programe Tour* (Wisata Khusus Program)

Merupakan suatu perjalanan wisata yang bertujuan untuk mengisi waktu kekosongan khusus. Misalnya suatu kunjungan ke suatu obyek wisata oleh para istri karena suaminya mengikuti rapat.

4) Aspek Penyelenggaraan

Macam-macam wisata yang dilihat dari aspek penyelenggaraan dibedakan menjadi beberapa macam, yaitu :

(a) *Excursion*

Merupakan suatu jenis wisata yang terikat oleh penyelenggaraan. Dimana penyelenggaraanya di program dengan mempertimbangkan beragam kebutuhan dan kesempatan bagi wisatawan. Biasanya wisata ini memiliki jarak pendek yang dapat ditempuh kurang dari 24 jam untuk mengunjungi suatu destinasi wisata.

(b) *Safari Tour*

Merupakan suatu perjalanan yang diselenggarakan secara khusus dengan atau tanpa perlengkapan khusus yang tujuannya bukan merupakan suatu kunjungan wisata pada umumnya. Misalnya safari tour ke Ujung Kulon.

(c) *Cruise Tour*

Merupakan suatu perjalanan wisata yang menggunakan kapal pesiar yang diselenggarakan sebagai salah satu alternatif yang di tawarkan kepada wisatawan untuk mengunjungi obyek-obyek wisata di darat dan obyek wisata bahari.

(d) *Youth Tour* (Wisata Remaja)

Merupakan suatu perjalanan wisata yang diselenggarakan khusus untuk kalangan usia muda atau remaja.

(e) *Marine Tour* (Wisata Bahari)

Merupakan suatu perjalanan wisata yang diselenggarakan khusus untuk menyaksikan pesona keindahan dibawah laut dengan menyelam menggunakan perlengkapan selam.

c. Wisatawan dan Destinasi Wisata

1) Wisatawan

Wisatawan didefinisikan sebagai seseorang yang sedang melakukan perjalanan dengan mengunjungi tempat-tempat wisata tertentu dengan tujuan liburan, rekreasi, melakukan bisnis, menghibur diri serta menuntut ilmu. Seseorang dapat dikatakan sebagai wisatawan apabila meliputi kriteria sebagai berikut :

- (a) Seseorang yang melakukan perjalanan untuk kesenangan karena alasan kesehatan dan lain-lain.
- (b) Seseorang yang melakukan perjalanan untuk keperluan pertemuan, rapat, atau tugas tertentu.
- (c) Seseorang yang melakukan perjalanan dengan tujuan usaha.⁶

Menurut Suwardjoko (2007 : 50) wisatawan dibagi menjadi tiga kategori sebagai berikut :

(a) Wisatawan Nusantara

Merupakan wisatawan dari negara Indonesia yang melakukan kegiatan wisata di wilayah negara sendiri.

⁶ Muljadi A.J, “*Kepariwisata dan Perjalanan*” (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2010), 7–10.

- (b) Wisatawan Mancanegara
Merupakan wisatawan yang datang dari negara lain yang berkunjung ke suatu wilayah tertentu.
 - (c) Wisatawan Domestik
Merupakan wisatawan warga negara asing yang tinggal di Indonesia dan melakukan wisata di wilayah Indonesia.
- 2) Destinasi Wisata

Destinasi wisata merupakan suatu wilayah atau tempat yang mempunyai keunggulan dan keunikan sehingga mampu menjadi daya tarik wisatawan untuk berkunjung ke tempat tersebut dalam beberapa waktu yang memiliki fasilitas-fasilitas yang mendukung kegiatan pariwisata. Destinasi wisata juga dapat mewujudkan suatu wilayah geografis tertentu yang terdapat komponen layanan dan produk pariwisata, serta unsur pendukung lainnya, seperti warga desa, pelaku industri pariwisata dan lembaga atau organisasi yang mendukung adanya destinasi pariwisata.⁷

Sebuah objek atau destinasi wisata harus memiliki komponen produk wisata bagi wisatawan. Komponen produk pariwisata dibagi menjadi 3A + H sebagai berikut :

- (a) *Attractions* (Daya tarik wisata)

Merupakan hal-hal yang menarik perhatian wisatawan. Terdapat dua jenis daya tarik wisata antara lain :

- (1) Daya tarik wisata buatan manusia

Semua bentuk daya tarik yang merupakan hasil tangan manusia. Seperti wahana permainan, taman rekreasi dan lain-lain.

- (2) Daya tarik wisata alam

Semua bentuk daya tarik yang asli dari alam. Seperti pantai, air terjun, pegunungan dan lain-lain.

⁷ M Zaky Mubarak Lubis, "Prospek Destinasi Wisata Halal Berbasis OVOP (One Village One Product)," *Jurnal Kajian Ekonomi Islam* 3, no. 1 (2018): 30–47.

(b) *Amenities* (Fasilitas dan pelayanan)

Amenities merupakan segala bentuk komponen fasilitas dan pelayanan perjalanan yang terdiri dari fasilitas akomodasi, fasilitas makan dan minum, fasilitas transportasi serta fasilitas penunjang lainnya yang disesuaikan dengan kebutuhan wisatawan.

(c) *Accessibilities* (Kemudahan untuk mencapai lokasi wisata)

Aksebilitas merupakan faktor yang sangat berpengaruh terhadap kepuasan wisatawan. Karena tersedianya aksebilitas yang memadai dapat memudahkan wisatawan untuk mencapai destinasi wisata. Misalnya kondisi jalan, tersedianya sistem transportasi dan lain-lain.

(d) *Hospitality* (Keramahtamahan yang ditawarkan)

Tersedianya sumber daya manusia di lokasi destinasi wisata dalam menerima pengunjung dapat memberikan rasa yang aman dan nyaman bagi wisatawan.⁸

d. Aspek Pengembangan pariwisata

Berdasarkan Oka A Yoeti (1997: 40) pengembangan pariwisata harus memenuhi tiga kriteria agar destinasi wisata menarik dan diminati wisatawan, kriterinya sebagai berikut:⁹

1) *Something to see*

Sebuah objek wisata harus memiliki sesuatu yang dapat dilihat atau daya tarik khusus yang dapat dijadikan sebuah tontonan oleh wisatawan sehingga wisatawan tertarik untuk berkunjung ke objek wisata tersebut.

2) *Something to do*

Sebuah objek wisata harus dapat digunakan kegiatan yang berguna atau bermanfaat agar dapat menimbulkan perasaan senang, relax dan bahasa

⁸ Sastrayuda & Lia Afriza Sedarmayanti, Gumelar S, “*Pembangunan & Pengembangan Pariwisata*” (Bandung: PT. Refika Aditama, 2018), 168.

⁹ Oka A Yoeti, “*Perencanaan Dan Pengembangan Pariwisata*” (Jakarta: PT.Pradnya Paramitha, 1997), 40.

dengan fasilitas-fasilitas yang disediakan, baik area bermain maupun tersedianya tempat makan terutama makanan khas dilokasi wisata tersebut.

3) *Something to buy*

Sebuah objek wisata diharapkan menyediakan fasilitas kepada wisatawan untuk berbelanja atau membeli oleh-oleh berupa souvenir atau produk lain yang menjadi ciri khas lokasi wisata tersebut.

e. **Pariwisata Halal (*Halal Tourism*)**

1) Pengertian Pariwisata Halal

Pariwisata halal atau sering disebut dengan beberapa istilah wisata syari'ah, *halal tourism*, *Islamic tourism*, *halal travel* maupun *as moslem friendly destination*. Pariwisata halal merupakan kegiatan yang didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang telah disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah maupun pemerintah daerah yang telah memenuhi ketentuan syari'ah. Pariwisata halal atau pariwisata syari'ah ini telah dimanfaatkan banyak orang dikarenakan karakteristik produk dan layanan jasa bersifat universal. Setiap produk dan jasa wisata, objek wisata serta tujuan wisata dalam pariwisata halal ini pada umumnya sama selama tidak bertentangan dengan nilai-nilai dan etika syari'ah.¹⁰

Menurut Thohir Bazawir wisata syari'ah atau wisata halal (*Halal Tourism*) merupakan suatu perjalanan wisata yang prosesnya sejalan dengan nilai-nilai syariat Islam. Baik dimulai dari niat untuk mengagumi ciptaan Allah dan selama perjalanan wisata dapat melaksanakan ibadah dengan lancar, tidak mengarah pada hal-hal yang bertentangan dengan syariat Islam dan makanan minuman yang tersedia dijamin kehalalannya, sehingga kepujangannya dapat menambah rasa bersyukur kepada Allah.¹¹

¹⁰ Kemenpar, "*Kajian Pengembangan Wisata Syari'ah*" (Jakarta: Asdep Litbang Kebijakan Kepariwisata, 2015), 12.

¹¹ Thohir Bawazir, *Panduan Praktis Wisata Syariah*, (Jakarta: Pustaka Alkautsar, 2013), 22.

2) Konsep Pariwisata Halal

Konsep pariwisata halal diartikan sebagai kegiatan wisata yang berlandaskan ibadah dan dakwah dimana wisatawan muslim dapat melakukan wisata serta mengagumi hasil ciptaan Allah SWT dengan taat menjalankan kewajiban sholat sebanyak lima kali dalam sehari dan menjauhi segala larangannya. Pariwisata halal dalam segi perspektif masyarakat pada umumnya berupa wisata ziarah, umrah, haji dan lain sebagainya. Sebenarnya pariwisata halal bukan hanya mengenai kegiatan tersebut, melainkan pariwisata merupakan *trend* baru pariwisata dunia yang dapat berupa wisata alam, wisata budaya, maupun wisata buatan yang secara keseluruhan dibingkai dalam nilai-nilai islam.¹²

Pemahaman makna halal pada *halal tourism* adalah segala aspek kegiatan wisata mulai hotel, sarana transportasi, makanan dan minuman, sistem keuangan dan fasilitas penyedia jasa itu sendiri. Selain itu pariwisata berbasis syariah atau halal dipahami sebagai produk wisata yang menyediakan layanan hospitality atau keramah-tamahan yang memenuhi syarat syar'i. Hal ini dapat diartikan bahwa seseorang yang sedang berwisata harus mematuhi larangan agama

3) Kriteria Umum Pariwisata Halal

Menurut Sofyan (2012: 25) pariwisata halal memiliki beberapa kriteria umum sebagai berikut :¹³

- (a) Dapat berorientasi pada kemaslahatan umum.
- (b) Dapat berorientasi pada pencerahan, penyegaran dan ketenangan.
- (c) Dapat menghindari kemusyrikan dan khufarat.
- (d) Dapat menghindari maksiat.
- (e) Dapat menjaga perilaku, etika dan nilai-nilai luhur kemanusiaan.

¹² Lina Munirah Kamarudin, Islamic Tourism: The Impacts to Malaysia's Tourism Industry. *Proceedings of International Conference on Tourism Development*, (2013). 397-405.

¹³ Riyanto Sofyan, "*Prospek Bisnis Pariwisata Syari'ah*" (Jakarta: Buku Republik, 2012), 12.

- (f) Dapat menjaga amanah, keamanan dan kenyamanan.
- (g) Bersifat inklusif dan universal.
- (h) Dapat menjaga kelestarian lingkungan.
- (i) Dapat menghormati nilai-nilai sosial budaya dan kearifan lokal.

4) Karakteristik Pariwisata Halal

Terdapat delapan faktor standar pengukuran pariwisata halal dari segi administrasi dan pengelolaannya untuk wisatawan, yaitu :¹⁴

- (a) Pelayanan kepada wisatawan harus cocok dengan prinsip muslim.
- (b) Staff dan pemandu wisata harus disiplin dan menghormati prinsip-prinsip islam.
- (c) Mengatur semua kegiatan agar tidak bertentangan dengan prinsip islam.
- (d) Bangunan harus sesuai dengan prinsip-prinsip islam.
- (e) Restoran harus mengikuti standar internasional pelayanan halal.
- (f) Pelayanan transportasi harus memiliki keamanan sistem proteksi yang baik.
- (g) Menyediakan tempat untuk semua wisatawan muslim melakukan kegiatan keagamaan.
- (h) Bepergian ke tempat-tempat yang tidak bertentangan dengan prinsip islam.

5) Perbedaan Konsep Wisata Konvensional, Wisata Religi dan Wisata Halal

Kegiatan wisata halal atau wisata syariah merupakan segala kegiatan yang seluk beluknya harus sesuai dengan prinsip syariah. Hal tersebut dapat dibedakan dengan beberapa klasifikasi, yaitu :

¹⁴ Chookawey, S., chanin, O., Charatarawat, J., Sriprasert, P., & Nimpaya, "Increasing Halal Tourism Potential at Andaman Gulf In," *Journal of Economics Business and Management* vol 3, no. 7 (2015): 227–79.

Tabel 2.1
Komparasi/Perbandingan Wisata Konvensional,
Wisata Religi dan Wisata Halal/Syariah¹⁵

No	Perbedaan	Wisata Konvensional	Wisata Religi	Wisata Halal/Syariah
1.	Obyek	Alam, Heritage, kuliner, budaya	Tempat ibadah, Peninggalan sejarah	Semuanya
2.	Tujuan	Sebagai Hiburan	Meningkatkan rasa spiritual	Meningkatkan rasa spiritual atau religiitas dengan cara menghibur
3.	Target	Menyentuh kepuasan dan kesenangan yang berdimensi nafsu sebagai hiburan semata	Aspek spiritual yang dapat menenangkan jiwa dalam mencari ketenangan batin	Dapat memenuhi keinginan, kesenangan serta menumbuhkan kesadaran beragama
4.	<i>Guide/Pemandu</i> Wisata	Paham dan menguasai informasi objek agar menarik wisatawan	Paham dan menguasai sejarah tentang objek wisata	Menarik perhatian wisatawan dan Membangkitkan spirit religi wisatawan serta mampu

¹⁵ Riyanto Sofyan, “*Prospek Bisnis Pariwisata Syari’ah*” (Jakarta: Buku Republika, 2012), 56.

				menjelaskan peran syariah dalam konteks Islam
5.	Fasilitas Ibadah	Sekedar Pelengkap	Sekedar Pelengkap	Menjadi satu bagian dengan destinasi wisata
6.	Kuliner	Umum	Umum	Spesifik dan halal
7.	Relasi/Hubungan dengan masyarakat	Komplemen	Komplemen	<i>Integrated</i> dan interaksi berdasarkan prinsip syariah
8.	Agenda/Rencana Perjalanan	Setiap Waktu	Di waktu-waktu tertentu	Waktu perjalanan di perhatikan

Pariwisata halal (*Halal Tourism*) yang di kembangkan pada suatu daerah membutuhkan dukungan dari sektor-sektor lain yang disebut industri pendukung jasa pariwisata halal. Beberapa sektor industri yang berkaitan dengan pariwisata halal adalah sebagai berikut :¹⁶

- (a) Usaha penyedia makanan dan minuman
 - (1) Makanan dan minuman yang terjamin kehalalannya.
 - (2) Terdapat jaminan halal atau sertifikat halal dari MUI setempat.
 - (3) Terjaga kebersihan lingkungan dan keamanan makanannya.
- (b) Hotel
 - (1) Tidak mengandung unsur pornoaksi.

¹⁶ Hery Sucipto dan Fitria Andayani, *Wisata Syariah Karakter, Potensi, dan Tantanganya*, (Jakarta, Penerbit Grafindo Book Media, 2014), 106.

- (2) Terdapat fasilitas yang memudahkan untuk beribadah.
 - (3) Tidak terdapat aktivitas non-halal.
 - (4) Jika hotel menyediakan fasilitas spa, sauna maupun massage, maka terapis laki-laki untuk pelanggan laki-laki dan terapis perempuan untuk pelanggan perempuan.
- (c) Biro perjalanan wisata dan pramuwisata
- (1) Menyelenggarakan paket wisata yang sesuai dengan kriteria umum pariwisata halal.
 - (2) Mempunyai akomodasi yang sesuai dengan panduan umum pariwisata halal.
 - (3) *Guide* atau pramuwisata paham dan mampu melaksanakan nilai-nilai syari'ah dalam menjalankan tugas.
- 2. One Village One Product (OVOP)**
- a. Pengertian OVOP**

Menurut Peraturan Menteri perindustrian No 78 Tahun 2007 mendefinisikan *One Village One Product* (OVOP) merupakan salah satu pendekatan pengembangan satu wilayah untuk menghasilkan produk khas lokal. Pendekatan *One Village One Product* (OVOP) ini bergerak dibidang penggerakan masyarakat untuk mengembangkan potensi yang dimiliki pada suatu daerah atau desa secara terintegrasi untuk meningkatkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat sekaligus meningkatkan rasa percaya diri serta kebanggaan akan kemampuan sendiri dan daerah atau desanya.¹⁷

Pemberdayaan UMKM berbasis *One Village One Product* (OVOP) merupakan upaya bersama dari pihak UMKM sendiri, masyarakat, pemerintah serta seluruh *stakeholder* dalam meningkatkan *added value* dan meningkatkan kemandirian UMKM dengan dasar potensi khas daerah yang dimiliki. Program tersebut tidak hanya dalam rangka kepentingan ekonomi tetapi ditujukan agar

¹⁷ Farahdilla Kutsiyah, "Performa Desa Yang Diusulkan Untuk Penerapan One Village One Product (OVOP) Di Kabupaten Pamekasan," *IQTISHADIA Jurnal Ekonomi & Perbankan Syariah* 4, no. 1 (2017): 24–42.

mampu mendorong kesetaraan antara pedesaan maupun perkotaan dan diharapkan dapat meminimalisir *gap* antar desa dan kota sehingga masalah seperti pengangguran, urbanisasi, kemiskinan dan pertumbuhan ekonomi yang lambat.¹⁸

b. Konsep OVOP

Konsep *One Village One Product* (OVOP) merupakan konsep pembangunan ekonomi yang diperkenalkan oleh Prof. Morihiko Hiramatsu Jepang tahun 1979. Konsep OVOP merupakan konsep yang terbuka yang dapat diaplikasikan dalam berbagai situasi daerah yang berbeda dengan tetap menjunjung kearifan lokal masing-masing daerah. Pada awalnya program OVOP ini lebih cenderung pada produk yang *tangible* (terlihat) seperti barang (*goods*). Namun saat ini program OVOP sudah banyak mengalami perkembangan yang lebih dinamis dan bersifat *intangible* (tidak terlihat) seperti jasa, kebudayaan, pariwisata dan teknologi.

c. Prinsip OVOP

One Village One Product (OVOP) pertama kali di rintis oleh Prof. Morihiko Hiramatsu gubernur Oita Jepang tahun 1979. Awalnya, program OVOP ini merupakan gerakan untuk membangun suatu wilayah berbasis produk unggulan. Pengembangan program OVOP dilaksanakan dengan mendasar pada tiga prinsip utama, antara lain adalah :

1) *Local But Global*

Merupakan bagaimana masyarakat dapat berpikir secara global. Artinya masyarakat di desa tersebut harus mengembangkan secara optimal potensi lokal yang dimiliki namun produk yang dihasilkan berkualitas dan dapat diterima secara global .

¹⁸ Ita Rakhmawati, “Pemberdayaan UMKM Berbasis “One Village One Product (OVOP)” Sebagai Gerakan Ekonomi Kerakyatan Pada Industri Logam Desa Hadipolo Kudus”. *BISNIS: Jurnal Bisnis Dan Manajemen Islam*, 7, no. 1 (2019) :17-30.

2) *Self reliance and creativity*

Merupakan prinsip dimana program pengembangan potensi desa harus berdasarkan kemandirian, inisiatif dan kreatifitas masyarakat lokal.

3) *Human resource and development*

Merupakan prinsip dimana program OVOP harus mampu mengembangkan sumber daya manusia yang ada agar lebih mengikuti perkembangan jaman dan teknologi namun secara kreatif dan mandiri.

Gambar 2.1
Prinsip Dasar *One Village One Product* (OVOP)
menurut Morihiko Hiramatsu



d. Strategi Pengembangan OVOP

Sasaran utama dalam program *One Village One Product* (OVOP) adalah mampu memberikan kesejahteraan masyarakat khususnya bagi yang berada dipedesaan maupun disuatu daerah.¹⁹ Berdasarkan Peraturan Menteri Perindustrian No 78 tahun 2007 strategi pengembangan UMKM dengan menggunakan pendekatan

¹⁹ Menteri Negara Koperasi dan UKM RI. *Blue Print One Village One Product*. Jakarta : Kementerian Koperasi dan UKM, 2010.

One Village One Product (OVOP) dapat dilakukan dengan beberapa strategi sebagai berikut :

- 1) Kolaborasi antara pemerintah pusat dan pemerintah daerah, sektor swasta serta masyarakat lokal.
- 2) Pemanfaatan pengetahuan, tenaga kerja serta sumber daya lokal yang mempunyai keunikan khas daerah.
- 3) Perbaikan mutu dan penambihan produk.
- 4) Melakukan promosi dan pemasaran pada tingkat nasional dan global.

3. Sumber Daya Manusia (SDM)

Pengembangan suatu produk dan pengembangan potensi yang dimiliki suatu desa agar bisa tercapai dengan maksimal pada dasarnya hal paling berperan penting adalah Sumber Daya Manusia (SDM). Sumber Daya Manusia (SDM) merupakan individu produktif yang bekerja sebagai penggerak suatu organisasi, baik itu di dalam institusi atau perusahaan maupun dimasyarakat yang memiliki fungsi sebagai aset sehingga harus dilatih dan dikembangkan kemampuannya.²⁰

Sumber Daya Manusia (SDM) merupakan individu yang memiliki kemampuan dalam dirinya yang dapat mengembangkan atau mengelola sesuatu di lingkungannya. Maka perlulah diciptakannya manusia yang produktif, misalnya membuat suatu produk yang bernilai dan menarik untuk dikembangkan, bukan hanya produk Sumber Daya Manusia (SDM) juga dapat mengelola keanekaragaman yang terdapat diwilayahnya, seperti di wilayah perdesaan yang mana masih banyak hal-hal yang menarik untuk di perkenalkan atau dijadikan ciri khas desa tersebut.

Meningkatkan Sumber Daya Manusia (SDM) di desa dapat dilakukan dengan mengembangkan potensi alam yang dimiliki desa untuk dijadikan tempat destinasi wisata. Keunikan di desa tersebut akan menarik perhatian wisatawan untuk mengunjunginya, maka dari itu Sumber Daya Manusia di desa dapat memperoleh keuntungan untuk dirinya sendiri maupun desanya. Banyak sekali daerah-daerah dan desa-

²⁰ Eri Susan, "MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA Eri Susan 1," *Jurnal Manajemen Pendidikan* 9, no. 2 (2019): 952–62.

desa yang ada di Indonesia yang memiliki keanekaragaman dan keunikan yang belum banyak diketahui. Seperti di Provinsi Jawa Tengah tepatnya di Kabupaten Kudus, Kecamatan Jekulo, Desa Terban yang memiliki keunikan karena terdapat Situs Purbakala Patiayam dan destinasi wisata lainnya.

B. Penelitian Terdahulu

Berikut ini adalah penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini, yaitu sebagai berikut:

Tabel 2.2
Penelitian Terdahulu

No	Nama peneliti, Tahun	Judul Penelitian	Hasil Penelitian	Perbedaan
1.	M. Zaky Mubarak Lubis (2018)	Prospek Destinasi Wisata Halal Berbasis OVOP (<i>One Village One Product</i>)	Hasil analisis menunjukkan konsep pariwisata halal berbasis OVOP (<i>One Village One Product</i>) di Sumatera Barat dapat mendorong daerah untuk menunjukkan keunikan lokal yang dimiliki sehingga menjadi ikon pada masing-masing daerah. salah satunya destinasi wisata Istana Pagaruyung.	Perbedaan penelitian ini adalah memfokuskan pada wisata halal berbasis sejarah dengan konsep OVOP. Sedangkan pada penelitian saya memfokuskan wisata sejarah dan budaya serta sumber daya alam sebagai unggulan wisata desa berbasis OVOP.
2.	Edi Irawan (2019)	Konsep Pengembangan Destinasi Wisata Halal Berbasis <i>One Village One</i>	Hasil analisis menunjukkan pariwisata halal berbasis <i>One Village One Product</i> (OVOP) di	Perbedaan penelitian ini adalah memfokuskan pada segi destinasi wisata alam,

		<p><i>Product</i> di Kabupaten Sumbawa (Studi Literatur)</p>	<p>Kabupaten Sumbawa dapat dilakukan dengan mendorong masing-masing” tempat untuk menunjukkan keunikan lokal yang dimiliki pada destinasi alam, budaya dan buatan.</p>	<p>budaya, dan buatan di seluruh Desa yang ada di Kabupaten Sumbawa. Sedangkan penelitian saya fokus pada destinasi wisata alam, budaya dan buatan manusia, yang ada di satu desa yaitu di Desa Terban, sehingga destinasi wisatanya lebih sedikit daripada penelitian Edi Irawan.</p>
3.	<p>Hary Hermawan (2016)</p>	<p>Dampak Pengembangan Desa Wisata Nglangeran Terhadap Ekonomi Masyarakat Lokal</p>	<p>Hasil analisis menunjukkan pengembangan desa wisata yang dilakukan di Desa Nglangeran berpengaruh positif terhadap perkembangan ekonomi masyarakat setempat</p>	<p>Perbedaan penelitian ini hanya membahas mengenai desa wisata saja, tidak membahas mengenai potensi wisata halal atau <i>halal tourism</i>, sedangkan penelitian saya terfokus pada pengembangan wisata halal berbasis OVOP.</p>
4.	<p>Alwafi Ridho Subarkah (2018)</p>	<p>Potensi Dan Prospek Wisata Halal dalam Meningkatkan Ekonomi Daerah (Studi</p>	<p>Hasil analisis menunjukkan pada penelitian ini diplomasi publik di Indonesia dengan menampilkan diri</p>	<p>Perbedaan penelitian ini adalah membahas potensi dan prospek wisata halal secara luas</p>

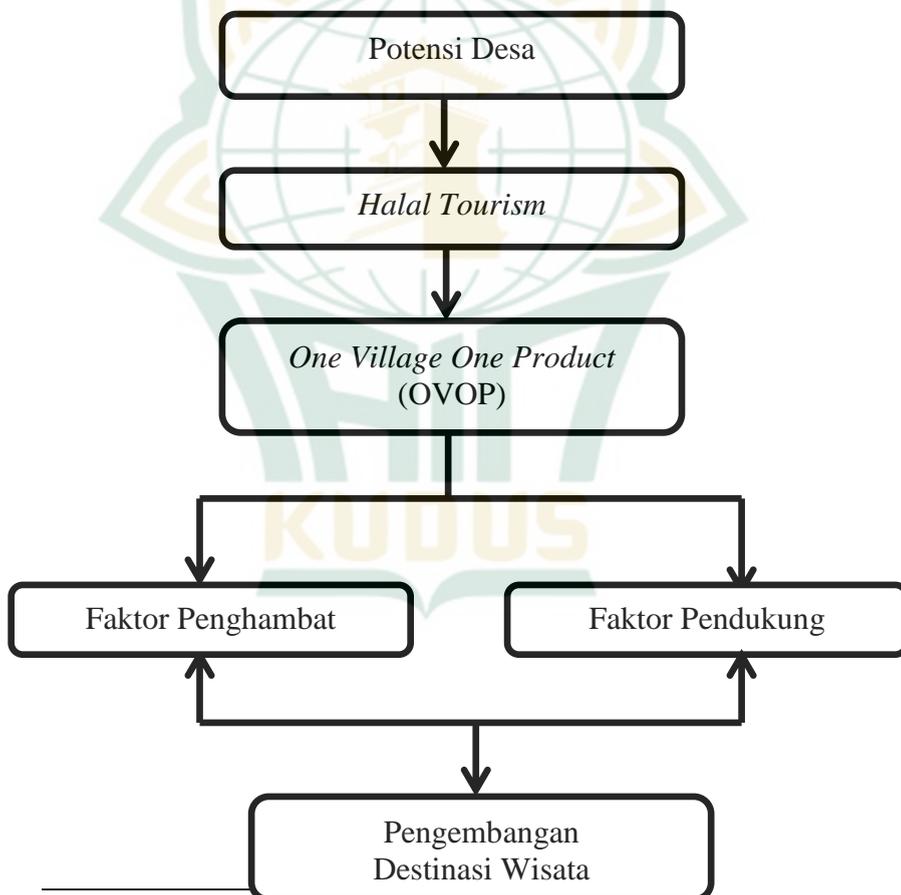
		Kasus Nusa Tenggara Barat)	sebagai destinasi wisata halal dianggap berhasil karena dapat menarik wisatawan mancanegara terutama wisatawan muslim, sehingga dapat meningkatkan perekonomian daerah.	pada wisata alam untuk menarik wisatawan mancanegara agar dapat meningkatkan perekonomian daerah dan strategi atau konsep pengembangannya belum disebutkan secara jelas. Sedangkan pada penelitian saya terfokus pada potensi wisata halal (<i>halal tourism</i>) pada suatu obyek wisata alam dan budaya dan strategi yang digunakan dalam meningkatkan ekonomi masyarakat menggunakan OVOP.
5.	Otto Andri Priyono (2018)	<i>Halal Tourism Opportunities And Challenges In East Java</i>	Hasil analisis menunjukkan pada penelitian ini provinsi Jawa Timur mempunyai potensi wisata halal (<i>halal tourism</i>), namun dalam pengembangannya harus diperlukan beberapa strategi	Perbedaan penelitian ini membahas tentang potensi wisata halal (<i>halal tourism</i>) secara luas dan tidak merujuk pada suatu obyek wisata dan diperlukan strategi

			<p>khusus untuk mengoptimalkan potensi wisata halal yang sudah ada.</p>	<p>khusus yang belum disebutkan dengan jelas. Sedangkan pada penelitian saya terfokus pada potensi wisata halal (<i>halal tourism</i>) pada suatu obyek wisata dan strategi yang digunakan menggunakan OVOP.</p>
6.	<p>Eko Budi Santoso, Annisa Rahmadanita, Luthfiani Rahmaniazar, Enjang Hidayat, Neni Alyani (2021)</p>	<p>Pengembangan Wisata Halal di Kota Banda Aceh</p>	<p>Hasil analisis menunjukkan bahwa pengembangan wisata halal di Kota Banda Aceh belum dapat terlaksana dengan baik dikarenakan kurangnya SDM, kurangnya anggaran untuk menunjang wisata halal.</p>	<p>Perbedaan penelitian ini membahas tentang pengembangan wisata halal secara luas yang terfokus pada 3 dimensi, berupa dimensi destinasi wisata, penyediaan sarana & Aksesibilitas dan pengembangan SDM. Penelitian saya terfokus pada potensi wisata halal (<i>halal tourism</i>) pada suatu obyek wisata dan strategi yang digunakan menggunakan OVOP.</p>

C. Kerangka Berfikir

Kerangka berfikir merupakan model konseptual yang berisi tentang teori hubungan dengan beberapa faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah dalam penelitian²¹. Pada penelitian ini kerangka berfikir digunakan untuk mengarahkan peneliti dalam menemukan informasi dan data penelitian yang akan digunakan untuk memecahkan masalah. Kerangka penelitian pada penelitian ini disajikan pada gambar 2.2 :

Gambar 2.2
Kerangka Berfikir



²¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*, (Bandung : Alfabeta, 2017)

