

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Landasan Teori

1. Teori Penerapan

Secara etimologi pengertian penerapan berasal dari kata dasar “terap” yang diberi imbuhan awalan “pe” dan sufiks “an” yang berarti proses, cara, perbuatan menerapkan, pemasangan, perihal mempraktikkan.¹¹ Saat yang sama, menurut pendapat beberapa ahli, penerapan untuk mencapai tujuan tertentu, untuk kepentingan kelompok atau kelompok tertentu, dan untuk mempraktikkan teori, metode, atau perilaku tertentu lainnya.

Nurdin Usman mengatakan bahwa implementasi mengarah pada adanya kegiatan, tindakan, dan proses. Implementasi bukan hanya sekedar kegiatan, melainkan suatu aktivitas yang direncanakan terlebih dahulu dan dilaksanakan untuk mencapai tujuan kegiatan.¹² Menurut Guntur Setiawan, implementasi merupakan perpanjangan dari kegiatan, kegiatan ini menyesuaikan proses hubungan antara tujuan dan tindakan untuk mencapai tujuan dan memerlukan jaringan pelaksana serta birokrasi yang efektif.¹³

Penerapan adalah suatu tindakan dilakukan secara individu atau kolektif dalam rangka mencapai tujuan tertentu yang telah ditetapkan. Secara linguistik, penerapan merupakan semacam hal, metode atau hasil.¹⁴

¹¹ Departemen Pendidikan Nasional, *“Kamus Besar Bahasa Indonesia Edisi Ketiga”* (Jakarta: Balai Pustaka, 2001), hlm. 1180

¹² Nurdin Usman, *“Konteks Implementasi Berbasis Kurikulum”* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada, 2002), hlm. 78

¹³ Guntur Setiawan, *“Implementasi dalam Birokrasi Pembangunan”* (Jakarta: Balai Pustaka, 2004), hlm. 39

¹⁴ Badudu dan Sutan Mohammad Zain, *“Efektifitas Bahasa Indonesia”* (Jakarta: Balai Pustaka, 2010), hlm. 1487.

Dalam pandangan Ali, penerapan ialah praktik, pencocokan atau implementasi.¹⁵ Sementara itu, menurut Riant Nugroho penerapan merupakan metode yang digunakan untuk mencapai tujuan yang diinginkan.¹⁶ Menurut Wahab, berbeda dengan Nugroho implementasi adalah tindakan yang dilakukan oleh individu maupun kelompok untuk mencapai tujuan yang digariskan dalam keputusan. Dalam hal ini, penerapan adalah pelaksanaan pekerjaan yang dapat diperoleh melalui suatu metode sehingga dapat dipraktekkan di masyarakat.¹⁷

Berdasarkan pendapat para pakar, dapat disimpulkan istilah penerapan merupakan cara, pelaksanaan, dan suatu aktivitas yang terencana sehingga dapat mencapai tujuan yang diinginkan. Berdasarkan pengertian-pengertian tersebut pula disimpulkan bahwa istilah penerapan bermuara dalam kegiatan, adanya aksi, tindakan, atau prosedur suatu sistem. Ungkapan prosedur berarti bahwa penerapan (implementasi) bukan sekedar kegiatan, melainkan suatu aktivitas yang direncanakan terlebih dahulu serta dilakukan secara sungguh-sungguh berdasarkan acuan norma tertentu untuk mencapai tujuan kegiatan.

Untuk melihat upaya dari penerapan tersebut maka diperlukan konsep POAC. POAC merupakan singkatan dari *Planning, Organizing, Actuating, dan Controlling*¹⁸ :

¹⁵ Lukman Ali, “*Kamus Lengkap Bahasa Indonesia*” (Surabaya: Apollo, 2007), hlm. 104.

¹⁶ Riant Nugroho, “*Prinsip Penerapan Pembelajaran*” (Jakarta: Balai Pustaka, 2003), hlm.

¹⁷ Wahab, “*Tujuan Penerapan Program*” (Jakarta: Bulan Bintang, 2008), hlm. 63.

¹⁸ Abbas, Syahrizal, “*Manajemen Perguruan Tinggi: Beberapa Catatan*”, (Jakarta, Kencana, 2008), hlm. 14

- 1) *Planning* atau perencanaan adalah kegiatan yang menentukan sasaran yang hendak dicapai, dan memikirkan cara serta penentuan penggunaan sarana dalam pencapaian sarana tersebut. Alokasi sumberdaya yang amat terbatas, merupakan prinsip dan landasan dasar dalam merumuskan perencanaan dan pengorganisasian. Dalam menyusun perencanaan harus ditentukan terlebih dahulu apa yang harus dilakukan, bagaimana cara melakukannya dan siapa yang akan melakukan kegiatan dalam suatu organisasi. Dalam suatu perencanaan tersebut harus dipertimbangkan dari segi-segi teknis, ekonomis, sosial dan pelayanan yang diberikan organisasi. Jadi, perencanaan sebagai penghubung status sekarang dengan sasaran yang ingin dicapai itu menjadi ukuran perbandingan bagi setiap pemimpin, dalam penentuan sejumlah aktivitas yang harus dilakukan anggota dalam organisasi. Dalam suatu perencanaan yang jelas akan memudahkan setiap anggota organisasi menjalankan kegiatannya, sehingga dapat memberikan kontribusi secara maksimal dan positif terhadap organisasi.
- 2) *Organizing* atau pengorganisasian merupakan pengurusan dan penataan semua sumberdaya yang tersedia dalam organisasi tersebut, baik sumberdaya manusia maupun sumberdaya material. Penataan sumberdaya organisasi didasarkan atas konsep yang tepat melalui masing-masing fungsi seperti persyaratan tugas, tata kerja, penanggung jawab, dan relasi antar fungsi. Fungsi-fungsi ini membentuk suatu hubungan dalam sistem, di mana bagian yang satu

menunjang bagian yang lain dan lini yang satu bergantung pada lini yang lain. Dengan demikian, pengorganisasian merupakan kegiatan menjalin hubungan antar semua aktivitas kerja, penggunaan tenaga kerja, dan pemanfaatan semua sumberdaya, melalui struktur formal dengan kewenangan masing-masing.

- 3) *Actuating* atau penggerakan merupakan kegiatan menggerakkan dan mengendalikan semua sumberdaya organisasi dalam usaha pencapaian sasaran. Dalam penggerakan (*actuating*) dilakukan penyatuan semua kegiatan dan penciptaan kerjasama dari seluruh lini, sehingga tujuan organisasi dapat dicapai dengan lancar dan efisien.
- 4) *Controlling* atau pengawasan, merupakan sesuatu yang perlu dilaksanakan agar para anggota organisasi dapat bekerjasama dengan baik, dan pergerakan yang sama ke arah pencapaian sasaran dan tujuan umum organisasi. Pengawasan dilakukan untuk mengukur hasil pekerjaan, guna menghindari penyimpangan-penyimpangan, dan jika diperlukan segera melakukan tindakan yang tegas terhadap berbagai penyimpangan yang terjadi.

2. Pariwisata

a. Pengertian Pariwisata

Kata pariwisata dalam bahasa Indonesia merupakan gabungan dari dua suku kata, yaitu *pari* dan *wisata*. *Pari* berarti banyak, berkali-kali, dan berputar-putar, sedangkan *wisata* tersendiri berarti perjalanan atau berpergian.¹⁹ Jadi dapat dikatakan bahwa pariwisata adalah perjalanan

¹⁹ Mulyadi “*Kepariwisata dan perjalanan*” (Jakarta, Raja Grafindo Persada, 2009), hlm. 9.

yang dilakukan secara berkali-kali atau berkeliling. Menurut Undang-undang No. 10 Tahun 2009, pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah.²⁰

Menurut definisi yang lebih luas, seperti dari Splillane, pariwisata adalah perjalanan dari suatu tempat ke tempat lain, bersifat sementara, dilakukan perorang maupun kelompok, sebagai usaha mencari keseimbangan atau keserasian dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup dalam dimensi sosial, budaya, alam, dan ilmu.²¹

Pariwisata bukan hanya sebagai suatu fenomena dimana manusia mempunyai dorongan yang kuat untuk mengadakan suatu perjalanan, didalamnya juga terdapat berbagai macam motivasi yang menimbulkan dampak pada sendi-sendi kehidupan, baik pada perseorangan maupun masyarakat yang mencakup sisi sosial ekonomi, sosial budaya, lingkungan hidup, maupun politik.

b. Konsep Pariwisata

Pada dasarnya, pariwisata ini sangat bergantung pada keunikan atau kekhasan, kelokalan, serta keaslian alam dan budaya yang tumbuh dalam masyarakat disuatu daerah yang mengembangkan pariwisata. Hal ini merupakan kerangka dasar yang mengkonsepsi kepariwisataan yang kemudian berkembang menjadi pariwisata nasional. Konsepsi tersebut lahir dari kehidupan bangsa Indonesia yang tertuang dalam falsafah

²⁰ *Ibid.*

²¹ Wardani, “*Potensi dan Strategi Pengembangan Pariwisata di Kabupaten Pesisir Barat*”, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung, Bandar Lampung, hlm. 8.

pembangunan kepariwisataan Indonesia dan mengutamakan adanya keseimbangan. Keseimbangan harmonis antara lain adanya hubungan antara :²²

- 1) Manusia dengan Tuhan Yang Maha Esa, artinya agama harus selalu ditempatkan sebagai acuan nilai-nilai fundamental tertinggi.
- 2) Manusia dengan manusia, artinya perlu adanya keseimbangan hubungan antara individu dengan individu dan masyarakat dimana kita hidup, demikian pula dalam memenuhi kebutuhan rohani maupun jasmani.
- 3) Manusia dengan alam sekitarnya, artinya mutlak pula adanya keseimbangan antara pemanfaatan alam dan pelestarian alam demi timbulnya pembangunan yang berkelanjutan.

Hal ini berarti dalam pembangunan kepariwisataan di Indonesia, pada dasarnya ada tuntutan dimana individu harus mengendalikan diri agar keseimbangan bisa terjadi, baik itu dengan Tuhan, manusia, dan alam sekitar. Kepariwisataan di Indonesia sejatinya berorientasi pada dari rakyat, oleh rakyat, untuk rakyat. Sehingga kekuatan inti pariwisata di Indonesia ada di tangan rakyat itu sendiri atau yang sering disebut dengan pembangunan kepariwisataan berbasis masyarakat.

Berdasarkan konsepsi diatas, maka kepariwisataan di Indonesia memiliki empat misi, yaitu :²³

- 1) Pemberdayaan dan peningkatan peran serta masyarakat dalam pengembangan kepariwisataan.

²² Mulyadi, "*Kepariwisataan dan perjalanan*" ..., hlm. 24

²³ *Ibid.*, hlm. 26.

- 2) Pemanfaatan kebudayaan untuk kepariwisataan guna kepentingan agama, pendidikan, ilmu pengetahuan, ekonomi, persatuan dan kesatuan, serta persahabatan antar bangsa.
- 3) Pengembangan produk kepariwisataan yang berwawasan lingkungan bertumpu pada budaya daerah, pesona alam, pelayanan prima dan berdaya saing global.
- 4) Pengembangan SDM kepariwisataan yang sehat, berakhlak mulia, dan profesional yang mampu berkiprah di arena internasional.

c. Jenis-jenis Pariwisata

Menurut Oka A.Yoeti jenis-jenis pariwisata diklasifikasikan menurut letak geografis, pengaruhnya terhadap neraca pembayaran, alasan atau tujuan perjalanan, waktu berkunjung dan menurut objeknya. Menurut letak geografis dimana kegiatan pariwisata berkembang sebagai berikut:

- 1) Pariwisata Lokal (*Local Tourism*) Adalah pariwisata yang memiliki ruang lingkup relatif sempit dan terbatas dalam tempat-tempat tertentu saja, misalnya kepariwisataan Bandung, Jakarta, dan sebagainya.
- 2) Pariwisata Regional (*Regional Tourism*) Adalah kegiatan kepariwisataan yang berkembang dengan ruang lingkup yang lebih luas dibandingkan pariwisata lokal, misalnya kepariwisataan Bali, Sumatera Utara, dan sebagainya.
- 3) Pariwisata Nasional (*National Tourism*) Adalah pariwisata yang berkembang dalam suatu negara.
- 4) Pariwisata regional-internasional Adalah kegiatan kepariwisataan yang berkembang di suatu wilayah internasional yang masih terbatas tetapi melewati batas-batas lebih dari dua negara dalam wilayah tersebut, misalnya kepariwisataan ASEAN, Timur Tengah dan sebagainya.

5) Kepariwisata dunia (*international tourism*) Adalah kegiatan kepariwisataan yang berkembang di seluruh dunia, termasuk di dalamnya terdapat regional-internationaltourism dan national tourism.

Jenis-jenis pariwisata menurut pengaruhnya terhadap neraca pembayaran sebagai berikut:

- 1) *In Tourism* atau Pariwisata Aktif Adalah kegiatan kepariwisataan yang ditandai dengan gejala masuknya wisatawan asing ke suatu negara sehingga dapat menambah devisa bagi negara yang dikunjungi dan memperkuat posisi neraca pembayaran negara.
- 2) *Out-going Tourism* atau Pariwisata Pasif Adalah kegiatan kepariwisataan yang ditandai dengan keluarnya warga negara ke luar negeri sebagai wisatawan. Hal ini akan merugikan negara asal wisata karena uang yang seharusnya dibelanjakan di dalam negeri dibawa keluar negeri. Jenis-jenis pariwisata menurut alasan atau tujuan perjalanan antara lain:
 - a. *Business Tourism* adalah pariwisata dimana pengunjungnya datang dengan tujuan dinas usaha dagang atau berhubungan dengan pekerjaannya, kongres, seminar, dan musyawarah kerja.
 - b. *Vocation Tourism* adalah jenis pariwisata dimana orang yang melakukan perjalanan wisata terdiri dari orang yang sedang berlibur atau cuti.
 - c. *Educational Tourism* adalah jenis pariwisata dimana orang-orang yang melakukan perjalanan untuk tujuan belajar atau mempelajari suatu bidang ilmu pengetahuan.

Jenis-jenis pariwisata menurut objeknya antara lain:

- a. *Cultural Tourism* adalah jenis pariwisata dimana motivasi pengunjung disebabkan karena adanya tarik seni budaya dari suatu daerah.

- b. *Recuperational Tourism* adalah jenis pariwisata kesehatan, dimana pengunjung datang ke suatu tempat untuk menyembuhkan suatu penyakit misalnya mandi di sumber air panas.
- c. *Commercial Tourism* adalah jenis pariwisata yang dikaitkan dengan kegiatan perdagangan nasional, contohnya expo, fair dan sebagainya.
- d. *Sport Tourism* adalah jenis pariwisata dimana orang yang berkunjung dengan maksud untuk menyaksikan suatu olahraga di suatu tempat atau negara tertentu, contohnya sea games di suatu negara.
- e. *Political Tourism* adalah jenis pariwisata yang bertujuan untuk menyaksikan suatu peristiwa yang berhubungan dengan suatu negara seperti ulang tahun atau peringatan hari tertentu
- f. *Social Tourism* adalah jenis pariwisata yang tidak berorientasi untuk mencari keuntungan, contohnya study tour, piknik dan sebagainya.
- g. *Religion Tourism* adalah jenis pariwisata yang berkaitan dengan keagamaan, contohnya ziarah, upacara keagamaan dan sebagainya.

d. Unsur-unsur Penunjang Pariwisata

Ada beberapa unsur-unsur yang dapat menunjang pelaksanaan pengembangan pariwisata. Menurut Suswantoro, unsur pokok yang harus mendapat perhatian agar dapat menunjang pengembangan pariwisata di daerah tujuan wisata meliputi :²⁴

1) Obyek dan Daya Tarik Wisata

Daya tarik wisata/obyek wisata merupakan potensi yang menjadi pendorong wisatawan berkunjung ke daerah tujuan wisata. Pada umumnya daya tarik suatu obyek wisata berdasar pada :

²⁴ *Ibid.*, hlm 22.

- a. Adanya sumber daya yang dapat menimbulkan rasa senang, indah, nyaman, dan bersih.
- b. Adanya aksesibilitas yang tinggi untuk dapat mengunjunginya.
- c. Adanya spesifikasi atau ciri khas khusus yang bersifat langka.
- d. Adanya sarana prasarana penunjang untuk melayani wisatawan.
- e. Obyek wisata alam yang mempunyai daya tarik tinggi (pegunungan, sungai, pantai, hutan dan lain-lain).
- f. Obyek wisata budaya dalam bentuk atraksi kesenian, upacara-upacara adat, nilai luhur yang terkandung dalam suatu obyek buah karya manusia pada masa lampau.

2) Prasarana Wisata

Prasarana wisata adalah sumber daya alam dan sumber daya buatan manusia yang mutlak dibutuhkan oleh wisatawan dalam perjalanannya di daerah tujuan wisata, seperti jalan, listrik, air, telekomunikasi, terminal, jembatan, dan lain sebagainya.

3) Sarana Wisata

Sarana wisata merupakan kelengkapan daerah tujuan wisata yang diperlukan untuk melayani kebutuhan wisatawan dalam menikmati perjalanan wisatanya.

3. Pariwisata Halal

a. Pengertian

Secara terminologi wisata halal di beberapa negara menggunakan istilah *Islamic tourism*, *halal tourism*, *halal travel*, dan *as moslem friendly destination*. Definisi pariwisata halal yaitu kegiatan

wisata yang didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah yang memenuhi ketentuan syariah. Pariwisata halal dimanfaatkan oleh banyak orang dikarenakan karakteristik dan produk dan jasa layanan bersifat universal. Produk dan jasa wisata, objek wisata, dan tujuan wisata dalam pariwisata halal tidak jauh sama dengan wisata pada umumnya, selama tidak bertentangan dengan hal-hal yang bertentangan dengan nilai-nilai dan etika syariah. Dimana konsep ini tidak bertentangan dengan nilai-nilai dan etika yang berhubungan dengan konsep halal dan haram dalam Islam. Halal diartikan dibenarkan, sedangkan haram diartikan dilarang.

Konsep pariwisata halal diartikan dalam dua perspektif, yaitu perspektif agama dan perspektif industri. Perspektif agama yaitu sebagai hukum mana yang boleh dan mana yang dilarang oleh agama. Sedangkan perspektif industri, bagi pelaku wisata konsep ini menjadi peluang bisnis dengan target konsumennya adalah wisatawan muslim. Dimana harus adanya jaminan kehalalan produk sehingga meningkatkan nilai yang berupa *intangible value*. Misalnya produk makanan yang tercantum label halal sebagai jaminan bahwa makanan tersebut halal dikonsumsi oleh muslim.²⁵

Pada awalnya muncul istilah *halal tourism* atau pariwisata halal ini didorong oleh wisatawan yang ingin berwisata sambil menumbuhkan motivasi atau nilai religi dalam dirinya dengan mengunjungi tempat ibadah, makam, atau tempat bersejarah yang memiliki nilai religi sesuatu

²⁵ Kementerian Pariwisata, "Kajian Pengembangan Wisata Syariah" (Jakarta : Asdep Litbang Kebijakan Kepariwisata, 2015), hlm. 12.

dengan agama yang dianut. Sebelumnya, pariwisata halal disebut juga dengan istilah wisata religi. Wisata religi dikenalkan pertama kali oleh *United Nation World Tourism Organization* (UNWTO) pada tahun 1967. Kemudian wisata religi ini mengalami perkembangan karena segmentasi dari wisata ini tidak sebatas agama tertentu. Nilai yang lebih universal dan memiliki manfaat yang lebih besar bagi masyarakat, seperti nilai edukasi dan kearifan lokal yang ditinggalkan.²⁶

Sedangkan menurut persepsi masyarakat umum tentang pariwisata halal yakni kegiatan mengunjungi mesjid maupun makam, padahal wisata halal adalah trend baru pariwisata di dunia dapat mencakup wisata alam, wisata budaya, maupun wisata buatan yang dirangkai dengan prinsip serta nilai-nilai Islam. Sejalan dengan tujuan dijalankannya syariah, yaitu memelihara kesejahteraan manusia yang mencakup perlindungan keimanan, kehidupan, akal, keturunan, dan harta benda.²⁷

Dari segi industri, pariwisata halal ialah suatu produk pelengkap pariwisata konvensional. Pengembangan wisata merupakan cara baru untuk mengembangkan pariwisata yang menjunjung tinggi budaya, nilai-nilai keislaman tanpa menghilangkan keunikan dan orsinalitas daerah yang menjadi destinasi wisata. Persepsi masyarakat sering kali menyamakan antara pariwisata halal dengan religi, padahal pariwisata halal lebih luas daripada wisata religi, yaitu mencakup segala wisata yang didasarkan pada nilai syariah Islam yang tidak hanya untuk

²⁶ Ibnu Elmi AS Pelu, "*Pariwisata Syariah Pengembangan Wisata Halal dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Daerah*", (Yogyakarta : K-Media, 2020), hlm. 60.

²⁷ *Ibid.*, hlm. 31.

wisatawan muslim, tetapi juga wisatawan non muslim. Ada istilah lain yang digunakan beberapa negara dalam menerapkan wisata halal, seperti *Halal Travel, Halal Lifestyle, Islamic Tourism, Halal Friendly Tourism Destination, atau Muslim-Travel Destination.*

b. Pariwisata antara Konsep Konvensional, Religi, dan Wisata Halal

Islamic Tourism sebagai istilah lain dari wisata halal yaitu perjalanan wisata ke suatu tempat dengan motivasi untuk meningkatkan keimanan dan selalu melaksanakan prinsip-prinsip Islam. Berikut adalah perbedaan antara wisata konvensional, religi, dan wisata halal²⁸ :

Tabel 2. 1 Perbedaan Wisata Konvensional, Wisata Religi, dan Wisata Halal

No	Unsur	Konvensional	Religi	Halal
1	Objek	Alam, Warisan Budaya, Kuliner	Peninggalan sejarah, tempat ibadah	Semuanya
2	Tujuan	Hiburan	Menambah rasa spiritual	Meningkatkan rasa religiusitas dengan menghibur
3	Target	Menyentuh kesenangan dan kepuasan yang berdimensi nafsu untuk menghibur semata	Menenangkan jiwa, mencari ketentraman batin	Memenuhi keinginan dan kesenangan serta menumbuhkan kesadaran beragama
4	Pemandu Wisata	Paham dan menguasai objek wisata	Mengetahui mengenai objek wisata dan tokoh objek wisata	Membangkitkan spririt religi dan peran kebahagiaan rohani dalam konteks Islam

²⁸ Riyanto Sofyan, *Prospek Bisnis Pariwisata Syariah* (Jakarta: Buku Republika, 2012), hlm. 56

5	Fasilitas Ibadah	Hanya perlengkapan	Hanya perlengkapan	Nyaman untuk melaksanakan ibadah dengan fasilitas yang lengkap
6	Kuliner	Umum	Umum	Umum bersertifikasi halal
7	Relasi	Komplementer	Komplementer hanya untuk mendapatkan keuntungan	Terintegrasi, interaksi berdasarkan prinsip Islam
8	Rencana Perjalanan	Tidak memperhatikan waktu	Peduli dengan waktu	Waktu perjalanan diperhatikan

Dari tabel 2.1 diatas, pariwisata halal merupakan kegiatan wisata yang menciptakan kondisi layanan prima. Unsur-unsur dalam wisata konvensional tidak dihilangkan, akan tetapi tetap dipertahankan dengan tidak bertentangan dengan nilai dan prinsip syariah.

Adapun beberapa bagian penting bagi wisatawan muslim adalah kebutuhan privasi seperti tempat renang, fasilitas olahraga serta memberikan batasan antara laki-laki dan perempuan. Beberapa hal yang diperhatikan dalam layanan pariwisata halal antara lain :

- a. Harus memenuhi setidaknya dua aspek yakni fasilitas ibadah dan makanan halal.
- b. Terpenuhinya fasilitas toilet dengan air yang baik dan terdapat layanan maupun fasilitas saat bulan ramadhan.
- c. Tidak adanya minuman beralkohol dan memberikan layanan rekreasi yang baik.

Fasilitas yang di sediakan diperuntukan bagi wisatawan secara umum (bukan hanya bagi wisatawan muslim saja), karena segmen dari parawisata halal ialah bersifat universal yaitu mencakup wisata budaya, alam, dan tradisi. Karakter utama dalam pariwisata halal adalah pengemasan nilai-nilai dan prinsip syariah yang dapat dinikmati semua wisatawan dari berbagai latar belakang agama dengan memenuhi kebutuhan dasar wisatawan, seperti produk makanan dan minuman halal, fasilitas ibadah yang mudah diakses, tempat tinggal yang ramah seperti hotel syariah.

c. Kriteria Umum Parawisata Halal

Menurut Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, standar pengembangan destinasi pariwisata halal dapat dimulai dari penyediaan fasilitas dan layanan yang mampu memenuhi kebutuhan dasar wisatawan muslim seperti ketersediaan air untuk bersuci, makanan dan minuman halal, fasilitas ibadah yang memadai, paket wisata dan *visitor guide* sehingga pengembangannya lebih luas dan mampu membranding sebagai destinasi pariwisata halal.²⁹

d. Kriteria Parawisata Halal menurut GMTI (*Global Muslim Travel Index*)

Dalam penilaian kriteria parawisata halal, GMTI akan menjadi acuan standarisasi industri wisata halal di Indonesia. GMTI dikeluarkan oleh Master Card Crescent Rating yang merupakan perusahaan yang menggunakan wawasan, gaya hidup, kecerdasan industri, perilaku dan

²⁹ Anang Sutono dkk, “*Panduan Penyelenggaraan Pariwisata Halal*” (Jakarta: Asisten Deputi Pengembangan Wisata Budaya Deputi Bidang Pengembangan Industri dan Kelembagaan Kementerian Pariwisata, 2019), hlm. 5.

penelitian mengenai kebutuhan wisatawan muslim untuk memberikan bimbingan kepada mereka pada aspek perjalanan halal ke organisasi di seluruh dunia. Crescent Rating didirikan sejak 2008, layanan ini digunakan oleh setiap tingkatan industri pariwisata, seperti pemerintah dan agen pariwisata untuk memenuhi kebutuhan wisatawan muslim. Produk dan layanan dari Crescent Rating meliputi penilaian dan akreditasi, penilaian dan konsultasi, pelatihan dan sertifikasi, laporan industri, konferensi halal in travel dan sebagainya.

Global Muslim Travel Index (GMTI) merupakan hasil penelitian dari *Crescent Rating*, dimana index berfungsi sebagai acuan kriteria wisata halal yang menghasilkan ranking bagi negara di dunia. Indikator pengembangan destinasi halal menurut kriteria GMTI didasarkan pada “*Model Crescent Rating ACES*” yang mencakup empat faktor utama yakni *Acces, Communication, Environment* dan *Services* dalam menilai destinasi wisata halal diantaranya sebagai berikut³⁰ :

1. Kemudahan Akses ke Tujuan Wisata (*Accessibilities*)

Kata *acces* dalam bahasa Inggris artinya jalan masuk, akses memiliki arti sebagai jalan masuk atau izin masuk dari suatu daerah/tempat dimana kita dapat berhubungan dengan sumber daya yang terdapat dalam wilayah tersebut dengan izin yang dimiliki. Akses menjadi dasar kata aksesibilitas yang artinya dapat masuk atau mudah di jangkau atau mudah dicapai.³¹

³⁰ Mastercard & Crecentrating, *Global Muslim Travel Index 2018* (t.tp.: GMTI, 2018), hlm.10

³¹ Echols dan Shadily, “*Kamus Inggris Indonesia*”, (Jakarta: PT Gramedia, 2019), hlm. 1

Menurut Sammeng aksesibilitas adalah salah satu komponen penting dari pariwisata, atau kelancaran menuju suatu tempat ke tempat yang lain berupa perpindahan tempat dekat maupun jauh. Komponen aksesibilitas dikategorikan dalam 2 bentuk yaitu bentuk fisik dan non fisik. Aksesibilitas fisik yang menyangkut ketersediaan prasarana dan jaringan transportasi yang menghubungkan satu daerah dengan daerah tujuan wisata. Sementara akses non fisik meliputi bentuk kemudahan pencapaian melalui jalur perijinan, daerah yang dilindungi dan dibatasi sebagai tolak ukur kemudahan dan kenyamanan menuju lokasi tujuan dapat dicapai melalui transportasi.³²

Terdapat tiga hal yang menjadi indikator aksesibilitas diantaranya adalah :

- a. *Visa requirements* (visa), dimana visa ini digunakan untuk memasuki suatu negara tertentu.
- b. *Connectivity* (konektivitas), adalah kemampuan dan kemudahan untuk mencapai tujuan. Ketersediaan penawaran transportasi dan rute perjalanan.
- c. *Transport infrastructure* (infrastruktur transportasi), yaitu ketersediaan infrastruktur transportasi yang memadai menuju destinasi wisata.

³² Andi Sammeng, “*Cakrawala Pariwisata*”, (Jakarta: Balai Pustaka, 2001), hlm. 36.

2. Komunikasi Internal dan Eksternal Berdasarkan Tujuan (*Communication*)

Secara sederhana komunikasi adalah penyampaian pesan kepada orang lain. Menurut Jenis & Kelly komunikasi merupakan suatu proses dimana komunikator (orang yang memberi informasi) menyampaikan stimulus (dalam bentuk kata-kata) kepada komunikan (penerima) dengan tujuan untuk mengubah atau membentuk perilaku orang lain.³³ Dalam mengunjungi suatu destinasi wisata, komunikasi menjadi suatu pertimbangan penting, dimana indikator dari komunikasi sendiri diantaranya :

- a. *Outreach* (diluar jangkauan), strategi yang diciptakan agar dapat menjangkau kelompok yang memiliki hambatan untuk menjangkau informasi.
- b. *Ease Communication* (kemudahan komunikasi), diartikan sebagai proses penyampaian informasi mudah dan tidak memerlukan banyak tenaga.
- c. *Digital Presence* (kehadiran digital), diartikan sebagai cara yang dapat digunakan untuk menginformasikan bisnis atau usaha dengan media digital oleh masing-masing tempat wisata.

3. Lingkungan di Tempat Tujuan (*Environment*)

Wisatawan yang datang mengunjungi destinasi wisata merupakan tamu/konsumen yang harus diberikan pelayanan yang terbaik.

Wisatawan harus merasa aman nyaman dan tenang saat berada di

³³ Dani Vardiansyah, "*Filsafat Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar Cet. II*" (Jakarta: PT Indeks, 2008), hlm. 25.

lingkungan destinasi yang mereka kunjungi. Agar destinasi dapat memberikan pelayanan terbaik bagi wisatawan, maka penting penyediaan fasilitas yang mampu memenuhi kebutuhan wisatawan yang berbasis agama termasuk hotel, restoran, bandara dan lainnya. Terdapat nilai tambah bagi destinasi yang memberikan pengalaman lebih seperti situs warisan dan tempat-tempat yang menampilkan sejarah atau budaya Islam.³⁴

Adapun indikator dari *environment* (lingkungan) terdiri dari tiga hal yaitu

- a. *Safety & Culture* (keamanan dan budaya), dalam dunia pariwisata *safety culture* digunakan sebagai peringatan perjalanan yang dikeluarkan oleh suatu destinasi dan digunakan sebagai indikator utama dalam memastikan keamanan umum, situasi negara tertentu, terutama bagi wisata. Peringatan keselamatan tidak hanya mencakup keselamatan umum dan situasi keamanan negara, tetapi juga faktor lain seperti bencana alam dan epidemi kesehatan.
- b. *Visitor Arrivals* (kedatangan pengunjung). Kedatangan pengunjung dalam pariwisata untuk melihat seberapa besar pengunjung muslim dan popularitas objek wisata bagi muslim.
- c. *Enabling Climate* (iklim lingkungan). Iklim lingkungan dalam pariwisata mencakup penggunaan teknologi informasi, penelitian, dan pengembangan, dan seperangkat aturan.

³⁴ *Ibid*, hlm. 25.

4. Layanan yang disediakan (*Service*)

Layanan dapat didefinisikan sebagai kegiatan yang diberikan organisasi yang menyangkut kebutuhan konsumen sehingga menimbulkan kesan sendiri. Oleh karena itu, layanan sangat penting dalam upaya menarik konsumen untuk menggunakan produk atau jasa yang ditawarkan.³⁵

Crescent Rating mengidentifikasi ada lima kebutuhan utama yang mempengaruhi perilaku konsumsi wisatawan muslim diantaranya sebagai berikut :

1) Makanan halal

Makanan dan minuman yang halal merupakan layanan terpenting yang dicari wisatawan muslim saat berwisata. Penyediaan gerai makanan dan minuman dengan jaminan halal dan mudah diidentifikasi akan menimbulkan rasa aman bagi wisatawan.

2) Fasilitas sholat

Destinasi harus mempertimbangkan penyediaan ruang sholat dengan petunjuk arah kiblat serta dilengkapi kamar mandi dan tempat untuk berwudhu.

3) Layanan ramadhan

Penyediaan layanan yang khusus ada pada bulan ramadhan seperti sahur dan berbuka puasa.

³⁵ Malayu Hasibuan, " *Dasar-dasar Perbankan Cet. Ke 4* ", (Jakarta: PT Bumi Aksara, 2005), hlm. 152

4) Kamar mandi

Fasilitas kamar mandi dan toilet harus tetap terjaga kebersihannya dan tersedianya air yang bersih.

5) Tidak adanya kegiatan non-halal

Ketika datang ke suatu destinasi wisata, wisatawan menginginkan lingkungan yang ramah untuk keluarga, artinya destinasi wisata tersebut harus tidak ada kegiatan yang dilarang dan menghindari fasilitas yang menyajikan minuman beralkohol, memiliki diskotik atau berdekatan dengan tempat perjudian.

B. Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu

NO	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Cucu Susilawati ³⁶	Regulasi dan Penerapan Pariwisata Halal di Indonesia	Pariwisata halal di Indonesia terus mengalami perkembangan setiap tahunnya, namun belum didukung dengan regulasi yang jelas dan secara khusus mengatur tentang wisata halal. Dalam penelitian ini juga membahas mengenai filosofis, yuridis, dan sosiologis dalam pembentukan hukum pariwisata halal di Indonesia, sementara untuk penegakannya menggunakan aspek sinkronisasi hukum, kinerja aparat penegak hukum dan juga kepatuhan masyarakat terhadap hukum pariwisata halal di Indonesia
	Persamaan	Pembahasan yang diteliti terkait penerapan pariwisata halal dengan pendekatan kualitatif	
	Perbedaan	Jumlah sampel atau informan, tempat penelitian	

³⁶ Cucu Susilawati, *Regulasi dan Penerapan Pariwisata Halal di Indonesia*, Pasca Sarjana UIN Sunan Gunung Djati Bandung, 2019, hlm. 125

2.	Ahmad Hasan Ridwan, dkk ³⁷	Towards Indonesia Halal Tourism	Telah terjadi perubahan nomenklatur wisata syariah menjadi wisata halal. Konsep wisata halal memiliki prinsip – prinsip yang bersumber dari Alqur’an dan Sunah. Dimana di awal perkembangannya, Kementerian Pariwisata bersama DSN – MUI telah menentukan kriteria wisata halal yang mencakup sembilan prinsip, yaitu kemaslahatan umat, pencerahan, penyegaran dan ketenangan, menghindari kemusyrikan, khurafat dan maksiat, menjaga perilakum etika dan nilai – nilai luhur kemanusiaan, menjaga amanah, keamanan dan kenyamanan, bersifat universal dan inklusif, menjaga kelestarian lingkungan, dan menghormati nilai – nilai sosial-budaya dan kearifan lokal.
	Persamaan	Pembahasan yang diteliti terkait penerapan pariwisata halal dengan pendekatan kualitatif	
	Perbedaan	Jumlah sampel atau informan, tempat penelitian	
3.	Riyan Pradesyah dan Khairunnisa ³⁸	Analisis Penerapan Fatwa MUI Wisata Halal (Studi Kasus Hotel Syariah Medan)	Hasil penelitian memperlihatkan bahwa Hotel syariah yang ada di Kota Medan sudah memenuhi persyaratan atau memenuhi peraturan yang telah di keluarkan oleh Dewan Syariah Nasional, tentang penyelenggaraan wisata halal yang ada di Indonesia. Tetapi ketika peneliti melakukan penelitian tersebut, peneliti masih banyak menemukan kejanggalan yang terjadi, seperti kurangnya sosialisasi dewan syariah terhadap peraturan yang telah dibakukan.

³⁷ Ahmad Hasan Ridwan dkk, “Towards Indonesia Halal Tourism”, (Jakarta : AHKAM Jurnal Ilmu Syariah, Vol. 17, Nomor 2, Juli 2017), hlm. 45

³⁸ Riyan Pradesyah dan Khairunnisa, “Analisis Penerapan Fatwa MUI Wisata Halal (Studi Kasus Hotel Syariah Medan)”, (Intiqod : Jurnal Agama dan Pendidikan Islam Desember 2018), hlm. 372

			Jadi ketika peneliti menanyakan tentang peraturan DSN, banyak penyelenggara yang masih belum mengetahui, dan mereka hanya melihat peraturan atau referensi pendirian hotel syariah dari internet. Maka dari itu, seharusnya DSN mensosialisasikan tentang peraturan yang dibuat, sehingga penyelenggara wisata syariah tidak tabu lagi terhadap peraturan yang ada.
	Persamaan	Pembahasan yang diteliti terkait penerapan pariwisata halal dengan pendekatan kualitatif	
	Perbedaan	Jumlah sampel atau informan, tempat penelitian	
4.	Khoirun Nasik ³⁹	Membaca Hambatan Implementasi Pariwisata Halal Bangkalan	Dari hasil penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan beberapa hal yaitu Faktor penghambat implementasi pariwisata halal di bangkalan antara lain: Kurangnya kerjasama antar pihak pemegang kebijakan, regulasi atau pergantian pimpinan dalam instansi, minimnya anggaran pemda untuk pariwisata, belum adanya destinasi unggulan, destinasi masih milik perorangan bukan milik pemda, belum adanya aturan detil tentang pariwisata syaria'ah atau halal dari kementerian pariwisata. Solusi mengatasi hambatan tersebut antara lain, stake holder semuanya mendukung termasuk perguruan Tinggi dan masyarakat selaku pengguna jasa pariwisata, perda segera disakan, dan mengoptimalkan sosialisasi. Dari kesimpulan diatas, beberapa instansi sudah memiliki keinginan kuat terhadap berlakunya pariwisata

³⁹ Khoirun Nasik, "Membaca Hambatan Implementasi Pariwisata Halal Bangkalan", (Dinar. Vol 6, No 2: Agustus 2019. 11-21), hlm. 20

			halal, sekiranya ada yang menginisiasi semua pemegang kebijakan berkumpul di satu forum dan juga melibatkan pemprov, kemudian kesepakatan mendorong disahkannya perda, hal ini akan mempercepat implementasi pariwisata halal di Bangkalan.
	Persamaan	Pembahasan yang diteliti terkait penerapan pariwisata halal	
	Perbedaan	Jumlah sampel atau informan, metode penelitian dan tempat penelitian	
5.	Abdul Halim Nasution , Desi Andri Syafitri , Dandy Wira Ganda ⁴⁰	Regulasi Wisata Halal (Analisis Pro dan Kontra Penerapan Wisata Halal di Danau Toba)	Untuk penerapan wisata halal di Danau Toba perlu untuk tidak mensikapi secara emosional suku dan agama, karena tidak ada yang dihilangkan atau di nafikan, tetapi untuk memfasilitasi supaya wisatawan akan lebih banyak jumlahnya yang akan datang ke Danau Toba, secara otomatis akan meningkatkan pendapatan dan ekonomi masyarakat setempat. Dan regulasi yang telah dipaparkan diatas memiliki legal standing dalam penerapan wisata halal, seperti hotel, rumah makan, tempat ibadah dan lingkungan yang halal bagi wisatawan muslim, hanya perlu pendekatan yang lebih persuasif kepada tokoh-tokoh masyarakat untuk mampu memetakan lokasi mana yang menjadi wilayah wisata halal, mana yang tetap menjaga adat istiadat dan muatan lokal yang harus dipertahankan tanpa membuat wisatawan merasa risih dan tidak nyaman. tanpa harus juga menghilangkan tradisi dan kearifan lokal yang

⁴⁰ Abdul Halim Nasution , Desi Andri Syafitri , Dandy Wira Ganda, “Regulasi Wisata Halal (Analisis Pro dan Kontra Penerapan Wisata Halal di Danau Toba)” (Altafani Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat Volume 2, Nomor 1, Oktober 2022), hlm. 56

			juga tidak hilang dengan menempatkannya secara porposional antara satu yang khusus untuk muslim wisata halal dan daerah lokal yang diperuntukkan untuk menjaga kelestarian budaya lokal.
	Persamaan	Pembahasan yang diteliti terkait pengembangan wisata halal dengan pendekatan kualitatif	
	Perbedaan	Jumlah sampel atau informan, tempat penelitian	

C. Kerangka Pemikiran

Konsep pariwisata syariah atau pariwisata halal diartikan dalam dua prespektif, yaitu perspektif agama dan prespektif industri. Prespektif agama yaitu sebagai hukum mana yang boleh dan mana yang dilarang oleh agama. Sedangkan prespektif industri, bagi pelaku wisata konsep ini menjadi peluang bisnis dengan target konsumennya adalah wisatawan muslim. Dimana harus adanya jaminan kehalalan produk sehingga meningkatkan nilai yang berupa *intangible value*. Misalnya produk makanan yang tercantum label halal sebagai jaminan bahwa makanan tersebut halal dikonsumsi oleh muslim.⁴¹

Dalam kajian pengembangan wisata halal oleh Kementerian Pariwisata memang membahas mengenai pariwisata halal. Namun sampai saat ini masih belum ada regulasi khusus yang mengatur mengenai pariwisata halal di Indonesia. Maka dari itu, penulis menggunakan kriteria wisata halal menurut Master Card Crescent Rating Global Muslim Travel Index sebagai acuan konsep penerapan pariwisata halal.⁴²

⁴¹ Kementerian Pariwisata, "Kajian Pengembangan Wisata Syariah" (Jakarta : Asdep Litbang Kebijakan Kepariwisata, 2015), hlm. 12.

⁴² Mastercard & Crecentrating, Global Muslim Travel Index 2018 (t.tp.: GMTI, 2018), hlm.10

Kriteria ini dikeluarkan oleh Master Card Crescent Rating yang merupakan perusahaan yang menggunakan wawasan, gaya hidup, kecerdasan industri, perilaku dan penelitian mengenai kebutuhan wisatawan muslim untuk memberikan bimbingan kepada mereka pada aspek perjalanan halal ke organisasi di seluruh dunia. Dimana kriteria GMTI didasarkan pada “Model Crescent Rating ACES” yang mencakup empat faktor utama yakni *Acces, Communication, Environment* dan *Services* dalam menilai destinasi wisata halal.

Dalam penelitian ini, penulis mencoba menganalisis sejauh mana potensi pariwisata halal di Kota Tasikmalaya dengan acuan kriteria GMTI lewat observasi, wawancara, dan dokumentasi kepada Bidang Pariwisata Disporabudpar, Objek Wisata Situ Gede, dan Objek Wisata Karangresik. Dengan hasil observasi, wawancara, dokumentasi tersebut penulis akan melakukan uji kredibilitas dengan menggunakan triangulasi teknik. Dimana setelah melakukan uji kredibilitas tersebut diharapkan ada hipotesis mengenai potensi penerapan pariwisata halal di Kota Tasikmalaya.

Selanjutnya, penulis juga menggunakan konsep POAC (*Planning, Organizing, Actuating, Controlling*) untuk menganalisis bagaimana upaya yang dilakukan pihak pemerintah terkhusus Bidang Pariwisata Kota Tasikmalaya dalam hal penerapan pariwisata halal ini.

Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran

