

Ekosistem Destinasi Pariwisata Halal Wadah Pengembangan Destinasi Pariwisata Ramah Muslim

R. Wisnu Rahtomo*

Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung, Indonesia^{1,2}
Email: wisnurahtomo@stp-bandung.ac.id

Abstract

The ecosystem of halal tourism destinations is a relatively new phenomenon in the practice of tourism destination management and tourism literature. Currently, halal tourism has become part of the completeness of tourist destinations in general. In this article, the development of halal tourism, the concept of ecosystem, as well as the role of various related components in tourism destinations in detail, based on scientific literature and professional practice in the field of destination management. A critical assessment of the current situation related to the development of halal tourism in Indonesia is also included in this article.

Keywords: Indonesia, Halal tourism, Products and services, Government support, Infrastructure, Human resources, Muslim tourism.

Abstrak

Ekosistem destinasi wisata halal adalah fenomena yang relatif baru dalam praktik pengelolaan destinasi pariwisata dan literatur pariwisata. Saat ini, pariwisata halal telah menjadi bagian dari kelengkapan destinasi wisata pada umumnya. Dalam artikel ini, pengembangan pariwisata halal, konsep ekosistem, serta peran berbagai komponen terkait dalam destinasi pariwisata secara rinci, berdasarkan literatur ilmiah dan praktik profesional di bidang manajemen tujuan. Penilaian kritis terhadap situasi saat ini terkait dengan pengembangan pariwisata halal di Indonesia juga termasuk dalam artikel ini.

Kata Kunci: Indonesia, pariwisata Halal, Produk dan layanan, dukungan pemerintah, Infrastruktur, Sumber Daya Manusia, pariwisata Muslim.

A. PENDAHULUAN

Saat ini, pariwisata di Indonesia sudah menjadi sektor unggulan, berada pada program pengembangan yang diprioritaskan, sejajar dengan sektor infrastruktur, maritim, energi, dan makanan. Pengembangan sumber daya pariwisata diarahkan secara strategis kepada destinasi prioritas agar menjadi destinasi pariwisata alternatif baru selain Bali. Demikian pula sumber daya pasar wisata dikembangkan dengan melihat potensi besar negara-negara asal wisatawan dunia seperti Tiongkok, Rusia, dan Timur Tengah. Situasi pereraakan pasar wisata dunia dewasa ini ditunjukkan dengan fenomena pertumbuhan yang sangat pesat pada segmen pariwisata halal.

Pariwisata halal atau dikenal dengan istilah halal tourism merupakan segmen pariwisata yang melibatkan wisatawan muslim (muslim traveler). CrescenRating_ (sebuah lembaga pmeringkat dan riset pariwisata halal) memberikan batasan muslim traveler adalah orang Islam yang melakukan perjalanan untuk berbagai jenis kepentingan. Menurut CrescenRating, ketika orang Islam melakukan perjalanan, di dalamnya terdapat halal travel, yaitu kebutuhan berbasis keimanan saat mereka bepergian untuk tujuan yang diperbolehkan (halal) (Hakim, 2019; Afwadzi, 2018).

* Corresponding author

Wisatawan muslim yang melakukan kegiatan wisata merupakan segmen pasar wisata yang dewasa ini mengalami pertumbuhan sangat pesat (6,32% pada tahun 2015/2016, menurut GIES). Berdasarkan Comcec Report (February 2016), pertumbuhan kunjungan wisata halal rata-rata dunia mencapai 9,08%. Pasar yang demikian besar menjadi peluang strategis bagi Indonesia dalam mencapai target kunjungan 20 juta wisatawan pada tahun 2020.

Agar pengembangan pariwisata halal berjalan berkesinambungan dan berkelanjutan, diperlukan ekosistem pariwisata halal yang mewadahi berbagai upaya strategis. Ekosistem adalah suatu sistem ekologi yang terbentuk berdasarkan hubungan timbal balik yang tidak dapat dipisahkan antara makhluk hidup dengan lingkungannya. Ekosistem dapat juga dikatakan sebagai suatu tatanan kesatuan secara utuh serta menyeluruh antara unsur lingkungan hidup yang saling memengaruhi.

Ekosistem pariwisata halal adalah suatu lingkungan organik dan non-organik yang bersinergi satu sama lain membentuk suatu tatanan mekanisme sistematis yang dapat menghasilkan atau mendorong tersedianya produk dan layanan bagi kegiatan wisata halal. Persatuan Ulama Muslim Internasional menyatakan bahwa halal didefinisikan sebagai "Sesuatu yang diperbolehkan, sehubungan dengan yang tidak ada pembatasan, dan melakukan sesuai dengan hukum Allah." (Al-Qaradhawi, 2013; 35). Oleh karena itu, halal berarti 'diperbolehkan' menurut ajaran Islam/hukum Islam (syari'ah).

Pariwisata halal menurut CrescenRating, adalah bentuk kegiatan wisata yang sesuai dengan ajaran Islam, yang berhubungan dengan perilaku, etika, dan makanan. Dengan demikian, pengembangan pariwisata halal tidak hanya bertumpu pada produk dan layanan saja, tapi juga harus memerhatikan faktor lingkungan yang membentuk ekosistem pariwisata.

Berikut ini adalah penjabaran berbagai komponen yang berpengaruh dan terkait erat dengan pengembangan pariwisata halal.

B. HASIL DAN ANALISIS

1. Destinasi Pariwisata

Pengembangan Pariwisata halal tidak terlepas dari konteks perwilayahan. Destinasi Pariwisata adalah 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 dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan (Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata). Pada umumnya, ketika letak geografis destinasi bertepatan dengan batas-batas wilayah hukum politik seperti negara, negara bagian, provinsi, kotamadya, atau "negara kota", secara konseptual dan manajerial hal tersebut lebih efektif dalam menampung massa atau kelompok (cluster) serta menjadi daya tarik wisata sehingga mampu memberikan pengalaman kunjungan yang menarik wisatawan datang ke destinasi untuk tujuan berwisata (Morrison, 2012).

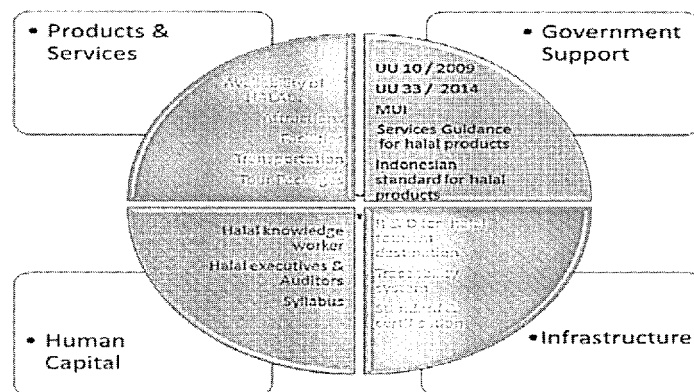
Sebuah destinasi pariwisata memiliki dua peran utama dan sejumlah peran pendukung. Peran pertama — dan ini yang terpenting — destinasi harus berusaha untuk meningkatkan kesejahteraan sosial dan ekonomi warga yang tinggal di sekitar wilayah destinasi tersebut. Peran kedua, destinasi harus dapat menyediakan lapangan usaha tambahan bagi kesejahteraan penduduk dengan menawarkan berbagai kegiatan atau "pengalaman pariwisata" (Ritchie & Crouch, 2003, h. 191). Destinasi pariwisata merupakan tujuan bagi para wisatawan, termasuk wisatawan muslim/halal traveler. Sebagaimana diketahui bahwa halal traveler merupakan segmen pasar wisata yang baru dan berkembang dengan cepat. Fenomena ini sangat penting disikapi dengan baik, terutama dalam penanganan kebutuhan perjalanan para wisatawan muslim. Kebutuhan perjalanan mereka harus tersedia di setiap destinasi wisata yang dikunjungi oleh segmen ini. Penyediaan produk layanan yang memadai

akan mendorong terselenggaranya kegiatan yang menghasilkan pengalaman pariwisata bagi wisatawan muslim.

2. Ekosistem Destinasi Pariwisata Halal

Ekosistem destinasi pariwisata halal dapat digambarkan sebagai berikut:

Gambar 1. Ekosistem Destinasi Pariwisata Halal



Sumber : Wisnu Rahtomo dan Sumaryadi 2015

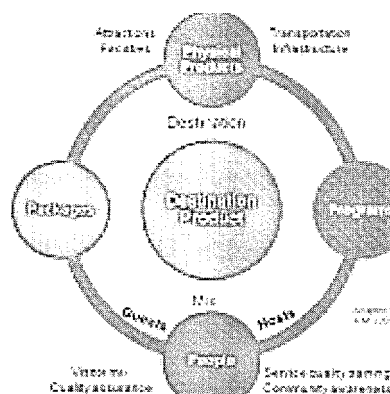
Dimensi Produk dan Pelayanan (Product and Services)

Produk dalam konteks ekosistem pariwisata halal merupakan komponen pembentuk produk wisata yang terdiri dari unsur aksesibilitas, daya tank wisata, dan amenities (*middleton, 1991*). Memahami produk wisata dalam konteks destinasi Pariwisata dapat dijabarkan dengan meneaunakan pendekatan produk destinasi (*Morrison, 2013*). Produk destinasi terdiri dan produk fisik (akomodasi, daya tank wisata, dan transportasi), program dan event (merupakan ketersediaan event dan festival di destinasi pariwisata), paket wisata (merupakan serangkaian produk paket wisata yang tersedia di destinasi Pariwisata), dan terakhir adalah *people* (unsur manusia atau sumber daya manusia yang dapat diandalkan dalam mengisi segala bentuk aktivitas wisata di destinasi).

Dimensi produk dan layanan dalam konteks Pariwisata halal pada intinya adalah ketersediaan sumberdaya tiga unsur produk (atraksi, amenities, dan aksesibilitas) yang memenuhi 'criteria halal, misalnya ketersediaan daya tank wisata yang bersertifikat halal, ketersediaan hotel berstandar bintang yang telah memiliki sertifikasi halal, ketersediaan rumah makan atau restoran yang bersertifikat halal, ketersediaan unsur program dan paket wisata loka] yang bersertifikat halal, termasuk alat transportasi bersertifikat halal yang mcmadai seperti kereta api dan pesawat udara komersial.

Ketersediaan produk wisata yang ramah wisatawan muslim (*halal traveler*) di suatu destinasi perlu dipersiapkan dengan mengacu pada kriteria produk wisata halal yang jelas dan berstandar global, misalnya standar produk wisata yang dikeluarkan oleh *Crescent Rating*.

Gambar 2. Dimensi Produk dan Pelayanan



Sumber: Morrison, 2013

Dukungan Pemerintah (Government Support)

Pengelolaan suatu destinasi pariwisata melibatkan pengelola dari berbagai pihak, baik pemerintah, industri, dan masyarakat yang secara holistik saling terkait yang tentunya akan menimbulkan implikasi terhadap isu koordinasi internal maupun eksternal dalam pengelolaannya. Peran pemerintah pada awal perkembangan kebijakan pemerintah di bidang kepariwisataan adalah untuk meningkatkan pariwisata internasional yang berangsur-angsur menjadi fenomena massa. (Jefries David, *Governments and Tourism*, h.22, 2001).

Di beberapa negara, pengeluaran untuk promosi dan periklanan hampir menghabiskan semua dana yang dialokasikan ke badan pariwisata melalui undang-undang. Kebijakan pariwisata nasional secara bertahap harus disesuaikan untuk memenuhi tuntutan kebutuhan wisatawan. Penekanan mulai bergeser dari segi kuantitas ke kualitas. (Jefries David, *Governments and Tourism*, h. 25, 2001).

Untuk mewujudkan peran destinasi pariwisata halal yang berkelanjutan, diperlukan kebijakan dan regulasi yang mengatur penggunaan sumberdaya destinasi serta keterlibatan para pemangku kepentingan dalam menjalankan peran sebagai tempat kunjungan yang ramah bagi wisatawan muslim.

Infrastruktur (*infrastructure*)

Penanganan infrastruktur pada konteks pariwisata halal lebih kepada penerapan sistim dan standar sebuah destinasi pariwisata. Pengembangan infrastruktur pada destinasi pariwisata halal dapat dibagi ke dalam :

- a. Penelitian dan Pengembangan Destinasi Pariwisata Halal
- b. Pelaksanaan penelitian dan pengembangan destinasi pariwisata halal berbasis kepada produk dan jasa yang ditawarkan serta pengelolaan destinasi pariwisata dan peningkatan sumber daya manusia.
- c. Standar dan Sertifikasi
- d. Penyusunan standar serta pemberian sertifikasi usaha jasa pariwisata yang halal. Saat ini, di Indonesia, standar maupun sertifikasi usaha jasa pariwisata berbasis halal baru diterapkan pada usaha akomodasi dengan Permen Pariwisata dan Ekonomi Kreatif No. 2 tahun 2014 tentang Pedoman Penyelenggaraan Usaha Hotel Syariah. Bila berbasis kepada Ulf No. 10 tahun 2009, masih dibutuhkan 12 standar usaha jasa pariwisata lainnya yang perlu dikembangkan dengan bentuk usaha jasa pariwisata halal.

- e. Sistem Penelusuran Produk-Produk Halal (Traceability System) Tersedianya suatu sistem yang berbasis teknologi informasi yang mampu mengidentifikasi produk dan jasa pariwisata halal serta menelusuri asal-usul pengelolaan produk-produk halal.

Sumber Daya Manusia (*Human Capital*)

Ketersediaan sumber daya manusia yang berkeahlian (*Human Capital*) dalam mendukung pengembangan pariwisata halal sangatlah penting. Ketersediaan tenaga ahli pariwisata yang dapat mendukung ekosistem destinasi pariwisata halal diindikasikan dengan terpenuhinya tenaga kerja pada level operator, penyelia, hingga eksekutif—bahkan auditor—bagi produk dan industri pariwisata halal yang berkemampuan dan berpengetahuan tentang pariwisata halal.

- a. Pekerja pariwisata berpengetahuan (produk & layanan halal) atau dalam ekosistem pariwisata halal disebut dengan Halal knowledge worker, yaitu seseorang pekerja di industri pariwisata (akomodasi, restoran dan katering, serta agen perjalanan dan daya tarik wisata) yang memiliki pengetahuan tidak hanya operasional teknis di bidang pariwisata, tetapi juga mampu menerjemahkan operasional teknis pariwisata tersebut ke dalam aturan penyediaan produk dan layanan yang berdasarkan aturan yang diperbolehkan dalam syaria Islam.
- b. Eksekutif atau pemimpin usaha pariwisata (produk dan layanan halal), yaitu personal yang menjalankan misi strategis perusahaan pariwisata (akomodasi, restoran dan katering, serta agen perjalanan dan daya tarik wisata) yang dalam membuat kebijakan serta tata kelola perusahaan bukan hanya berpedoman kepada bidang usaha pariwisata yang dijalankannya saja, tapi juga memiliki kemampuan menerjemahkan kebijakan yang ia buat ke dalam format usaha pariwisata yang sesuai dengan aturan yang diperbolehkan dalam syaria Islam.
- c. Tenaga Auditor produk halal. yaitu sumber daya manusia yang secara khusus melakukan audit terhadap produk pariwisata halal. Di Indonesia, auditor resmi produk dan layanan halal adalah Lembaga Majelis Ulama Indonesia (MUI).

Dalam mendukung destinasi pariwisata halal, tenaga kerja sebagai auditor harus dapat menyebar di setiap institusi usaha pariwisata halal (internal auditor) serta di lembaga atau institusi resmi yang bertugas melakukan sertifikasi produk pariwisata halal (eksternal auditor).

Hal penting yang harus disiapkan dalam upaya mendukung ketersediaan sumber daya manusia (SDM) yang berkompeten adalah silabus atau bahan materi pengajaran tentang pariwisata halal. Silabus tersebut dapat disiapkan oleh lembaga pendidikan terkait, sehingga dapat diberikan dan diajarkan di lingkungan pendidikan dasar dan menengah hingga pendidikan tinggi. Pembinaan SDM adalah salah satu aspek strategis yang dapat mendorong peningkatan kualitas kinerja dan produktivitas individu dan organisasi. Pembinaan SDM berbasis kompetensi merupakan salah satu model yang dapat memberikan hasil yang sesuai dengan tujuan dan sasaran, yaitu menciptakan SDM dan organisasi berbasis standar kinerja yang ditetapkan.

Kompetensi merupakan kata serapan dari bahasa Inggris yaitu "competence" yang berarti kecakapan atau kemampuan. Setiap individu memiliki kompetensi yang berbeda-beda. Artinya, bila seseorang tidak memiliki suatu kompetensi dalam suatu bidang tertentu, bukan berarti orang tersebut sama sekali tidak memiliki kecakapan atau kemampuan (inkompetensi). Spencer Jr, Lyle M. PhD dan Spencer, Signe M. (1993) dari kelompok konsultan Hay & MacBer memberikan definisi kompetensi yang sekarang banyak dianut oleh para praktisi manajemen sumber daya manusia. Menurut mereka, kompetensi adalah karakteristik dasar seseorang (individu) yang memengaruhi cara berpikir dan bertindak, membuat generalisasi terhadap segala situasi yang dihadapi, serta bertahan cukup lama dalam diri manusia.

Model kompetensi menunjukkan perkembangan pesat dalam dunia manajemen. Perkembangan ini ditunjang oleh perkembangan ilmu tentang otak (brain science) yang meyakini bahwa perilaku manusia sangat dipengaruhi oleh pola pikir (mindset) individu yang bersangkutan, termasuk di dalamnya pengaruh motivasi individu. Seseorang dapat dikatakan kompeten pada bidang pekerjaannya apabila mampu mendemostrasikan pengetahuan, keterampilan, dan sikap saat melaksanakan suatu pekerjaan yang ditugaskan kepadanya.

Berikut ini adalah indikator seseorang dapat dikatakan berkompeten:

- a. Task Skill: Bekerja pada tingkat keahlian yang dapat diterima.
- b. Task Management Skill: Mengorganisasikan secara baik tugas-tugas yang diberikan.
- c. Contingency Skill: Memberi respon dan reaksi yang tepat bila terjadi kesalahan.
- d. Environment/Job Role Skill: Menjalankan peran yang diharapkan dalam lingkungan pekerjaan.
- e. Transfer Skill: Mampu mentransfer keterampilan dan pengetahuan yang dimiliki.

Dalam pengembangan destinasi pariwisata halal, SDM yang tersedia harus memiliki kompetensi yang berbasis kepada kebutuhan terhadap tugas dan tanggung jawab, serta memiliki sikap Islami dan memegang teguh nilai-nilai Islam.

3. *Implikasi Manajerial*

Ekosistem destinasi pariwisata merupakan wadah dalam mengembangkan pariwisata halal dalam kerangka destinasi pariwisata. Pemahaman akan pengaruh lingkungan pariwisata halal yang digambarkan dalam peran masing-masing unsur dimensi dalam ekosistem akan memberikan implikasi terhadap kelancaran tata kelola dalam pengembangan destinasi pariwisata halal.

Ketersediaan produk dan layanan halal menjadi sebuah inti system, yang akan berfungsi secara berkelanjutan apabila ada dukungan pemerintah berupa kebijakan dan regulasi yang mengikat dan lengkap, Namun demikian peran sumberdaya manusia bersertifikat serta keberadaan lembaga sertifikasi akan menjadi komponen infrastruktur yang mendukung industri pariwisata dalam destinasi pariwisata halal.

C. **SIMPULAN**

Pertumbuhan kunjungan wisata halal dunia yang sangat signifikan merupakan fenomena yang harus disikapi dengan baik. Dalam konteks pariwisata Indonesia, hal tersebut merupakan peluang yang tidak boleh disia-siakan. Berbagai rumusan yang bersifat strategis perlu diupayakan. Salah satu upaya yang dapat dilakukan dalam menangkap peluang tersebut adalah dengan menciptakan ekosistem destinasi pariwisata halal sebagai wadah pengembangan destinasi pariwisata ramah muslim.

Hal lainnya yang harus menjadi bahan perhatian utama —bahkan suatu keniscayaan— adalah adanya regulasi yang secara eksplisit dapat menjadi landasan dalam pengembangan pariwisata halal di Indonesia. Saat ini, pengembangan pariwisata halal mengacu kepada kebijakan pariwisata yang dikeluarkan berdasarkan Permen Pariwisata dan Ekonomi Kreatif No. 2 tahun 2014 tentang Pedoman Penyelenggaraan Usaha Hotel Syari'ah. Cakupan Permen ini masih sangat sempit, terbatas pada sisi akomodasi, tidak dapat mewakili seluruh aspek dalam konteks pariwisata halal. Oleh karena itu, diperlukan kebijakan dalam bentuk regulasi yang dapat dijadikan sebagai landasan dan pijakan dalam pengembangan pariwisata halal di Indonesia.

DAFTAR REFERENSI

- Afwadzi, B. (2018). Makam Seniman: Perkembangan Identitas Pemakaman Di Era Modern. *Wawasan: Jurnal Ilmiah Agama Dan Sosial Budaya*, 3(1), 102-119.
- Ariffin, A. A., & Hasim, M. S. (2009). Marketing Malaysia to the Middle East Tourists: Towards A Preferred Inter-Regional Destinations. *Jurnal Antarabangsa Kajian Asia Bat-at, I*, 39-53.
- Battour, M., & Ismail, M. N. (2015). Halal tourism: Concepts, practises, challenges and future. *Tourism Management Perspectives*, 1-5.
- Battour Mohamed, Mohd Nazari Ismail, Moustafa Battor & Muhammad Awais, (2014) Islamic tourism: an empirical examination of travel motivation and satisfaction in Malaysia, Routledge
- Crescent rating, 2015, *Muslim / Halal Travel Market (basic concepts, terms and definitions)*, Singapore
- Dabrowksa, K. (2004), September-October). The Rise of Islamic Tourism. (13), hal. 5860.
- Destination Consultancy Group. 2012. Certified Destination Management Executive (CDME) Program. <http://www.dcgconsulting.com/>
- Duman, T. (2011). The Value of Islamic Tourism: Perspectives from the Turkish Experience. *World Islamic Tourism Forum (WITF 2011)* (hal. 718-739). Kuala Lumpur: International Institute of Advanced Islamic Studies (IAIS), Malaysia.
- Hakim, A. A., Huda, U. N., & Aziz, R. (2019). Model Wisata Halal Berbasis Komunitas. *Al-Khidmat*, 2(1), 14-23.
- Jefries David, 2001 *Governments and Tourism*. Butterworth-Heinemann, Jordan Hill, Oxford, Great Britain h.22 — 25.
- Kementerian Pariwisata. (2009). Undang-Undang Kepariwisataan No. 10 Tahun 2009. Ladki, S. M., Mikdashi, T. S., Fahed, W., & Abbas, H. (2002). Arab tourists and the Lebanese vacation ownership industry: a quality of life perspective. *Hospitality Management* (21), 257-265.
- Morrison A.M, (2013) *Marketing and Managing Tourism Destinations*, Routledge New York, USA.
- Mill, R.C., and A. M. Morrison (2012). *The Tourism System*, Routledge 7th ed. Dubuque, Iowa
- Personal, Social and Humanities Education Section Education Bureau. (2013). *Introduction to Tourism*. Hong Kong: The Government of the Hong Kong Special Administrative Region.
- Pike, S. Destination Marketing, Elsevier Science 2008. An Integrated Communication Approach. Abingdon.
- Soenarno, A. (2001). *Kanus Istilah Pariwisata dan Perhotelan*. Bandung: Angkasa.
- Standing Committee for Economic and Commercial Cooperation of the Organization of Islamic Cooperation (COMCEC). (2016). *Muslim Friendly Tourism: Understanding the Demand and Supply Sides in the OJC Member Countries*. Ankara: COMCEC COORDINATION OFFICE.
- Timothy, D. J., & Iverson, T. (2006). Tourism and Islam Considerations of culture and duty. Dalam D. J. Timothy, & D. H. Olsen, *Tourism, Religion and Spiritual Journeys* (hal. 186-203). London and New York: Routledge.