

Peluang Wisata Halal Terhadap Pengembangan Ekonomi Islam

Azriadi Tanjung

STIE Al-Washliyah Sibolga

riady_basten@yahoo.co.id

Sriayu Aritha Panggabean

STIE Al-Washliyah Sibolga

ayuaritha93@gmail.com

Abstrak

Fokus penelitian ini adalah tentang peluang wisata halal terhadap pengembangan ekonomi Islam. Metode penelitian ini menggunakan kualitatif dengan pendekatan *liberary research* dengan cara menelusuri sumber-sumber primer dalam bentuk buku atau jurnal primer yang berkenaan dengan tema penelitian. Hasil penelitian menunjukkan bahwa peluang wisata halal di Indonesia sangat besar sebab mayoritas penduduk Indonesia beragama Islam dan semakin meningkatnya wisatawan baik lokal maupun manca negara yang datang setiap tahunnya, potensi wisata yang dimiliki juga sangat banyak dan sangat diminati. Beberapa tantangan yang juga harus diperhatikan adalah bagaimana kemudian strategi pemasarannya dapat dilakukan secara baik dan mengakomodir kepentingan wisatawan lain. Oleh karenanya sangat penting mengembangkan wisata halal sebab pengaruhnya tidak hanya pada sektor ekonomi Islam saja akan tetapi juga menjadi sumber pendapatan negara.

Kata Kunci *Wisata, halal, ekonomi, Islam*

I. PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara dengan penduduk Muslim terbesar di dunia. Saat ini ada sekitar 231,06 juta Muslim di Indonesia atau setara dengan 86,7% dari total keseluruhan penduduk. Ini menunjukkan betapa tingkat religiusitas di Indonesia sangat tinggi. Populasi yang banyak mengakibatkan kecenderungan terhadap sesuatu sesuai dengan selera mayoritas. Angka tersebut juga menjadi pasar yang sangat bagus terhadap segala produk-produk yang sifatnya Islami, mulai dari pakaian, makanan, sampai kepada kosmetik yang memiliki karakteristik Islam laris dilahap pasar di negeri ini.

Pada saat yang sama kesadaran tentang pentingnya penggunaan produk yang halal semakin tinggi. Atmosfir atau nuansa keislaman tidak dapat dilepaskan dari berbagai produk yang akan diujakan di pasaran. Umat Islam semakin selektif memakai dan mengkonsumsi sesuatu dengan secara ketat mengecek label halal sebelum membeli. Agaknya, kehalalan lebih dahulu diperiksa baru kemudian memeriksa tanggal kadaluarsa. Beberapa indikator penting yang menjadi pendukung adalah faktor religiusitas (Setiawan dkk, 2019). Semangat ini ternyata tidak hanya merebak kepada umat Islam saja tetapi juga kepada agama lain yang tinggal di Indonesia (Adinugraha, 2020). Kenyamanan menggunakan produk yang dijamin jelas kehalalannya lebih diminati ketimbang produk yang belum jelas.

Kesadaran akan pentingnya produk yang halal ternyata tidak hanya pada produk makanan atau kosmetik saja. Saat ini pengembangan wisata halal semakin massif dikembangkan oleh pemerintah. Mengingat luasnya sasaran wisatawan baik dalam negeri maupun manca negara. Beberapa hal yang menjadi penyebab perkembangan wisata

halal diantaranya adalah semakin meningkatnya jumlah wisatawan muslim dari tahun ketahun juga disertai dengan wisatawan non muslim yang kian menggemari wisata halal (Satriana dan Farida, 2018).

Perkebangan wisata halal yang begitu cepat tidak semata-mata terjadi hanya karena kesadaran masyarakat tentang kesadaran halal saja, akan tetapi juga disebabkan oleh dukungan dari pemerintah dan para pengelola objek wisata (Pratiwi dkk, 2018). Pemerintah berkepentingan mendapatkan pemasukan sebagai kas daerah, sementara pihak pengelola atau pengembang wisata halal juga akan mendapatkan hal yang sama. Secara tidak langsung masyarakat kecil yang ada di sekitar tempat pariwisata halal tersebut juga akan *ketiban* rejeki. Banyak peluang pekerjaan baru yang akan muncul dan pada akhirnya akan meningkatkan sistem perekonomian masyarakat, tentu saja berbasis syariah.

Sambutan dari masyarakat juga sangat baik pengembangan wisata halal (Permadi dkk, 2018). Sikap positif dan penerimaan tersebut menjadi penting sebab yang punya aset awal sesungguhnya adalah masyarakat setempat. Kerelaan mereka dalam membiarkan pemerintah mengambil alih pengelolaan wisata halal tersebut adalah sikap berjiwa besar yang sesungguhnya adalah jati diri bangsa Indonesia. Di samping itu, kelak yang akan menikmati hasilnya adalah masyarakat juga, tidak hanya untuk mereka tetapi juga untuk anak cucu generasi mendatang, umat Islam secara lebih khusus dan seluruh umat manusia pada umumnya.

Sebagai upaya untuk mengembangkan wisata halal (*halal tourism*), Indonesia berusaha meningkatkan keberadaan hotel syariah. Pemerintah melalui Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia telah membuat pedoman penyelenggaraan hotel syariah. Syariah yang dimaksud disini adalah prinsip-prinsip hukum islam sebagaimana yang diatur fatwa dan atau telah disetujui oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI). Pada tahun 2013, terdapat 37 hotel syariah yang telah bersertifikat halal dan 150 hotel menuju operasional syariah. Terdapat sebanyak 2.916 restoran dan 303 diantaranya telah bersertifikasi halal, dan 1.800 sedang mempersiapkan untuk sertifikasi (Kementerian Pariwisata, 2015).

Berdasarkan latar belakang di atas, hemat penulis sangat perlu dilakukan penelitian lebih lanjut mengenai peluang wisata halal dan pengaruhnya terhadap pengembangan ekonomi Islam. Penelitian ini akan spesifik membahas tentang peluang dan tantangan wisata halal, strategi pemasarannya, dan pengaruhnya terhadap ekonomi Islam.

II. LANDASAN TEORI

1. Wisata Halal

Jika ingin membangun konsep atau definisi mengenai wisata halal maka sangat menarik sekali mengutip pendapat *Islamic Tourism Centre Malaysia* yang mengatakan bahwa wisata halal adalah setiap aktivitas, peristiwa dan pengalaman yang dilakukan dalam keadaan perjalanan yang sesuai dengan Islam. Lebih dari sekadar itu, menurut Samsuduha (2020) wisata halal merupakan pelayanan yang terintegrasi dengan konsep ekonomi syariah.

Wisata halal (*halal tourism*) dan wisata islami (*islamic tourism*) menunjukkan definisi yang hampir sama yakni sesuai dengan ajaran Islam. Namun, penggunaan terminologi wisata halal dan wisata islami menjadi perdebatan hingga kini. Bahwa penggunaan terminologi wisata halal dan wisata islami berbeda. Wisata islami seperti menjelaskan aktivitas atau produk tertentu yang “Islami” yakni memberikan indikasi bahwa aktivitas atau produk tersebut sepenuhnya memenuhi syariat Islam yang

mungkin tidak berlaku pada setiap produk dan atau kegiatan pariwisata halal (Satriana dan Farida, 2018). Selain itu, istilah islami hanya diterapkan pada hal yang berhubungan langsung dengan iman dan ajaran Islam (seperti hukum Islam/Syariah, nilai-nilai Islam, prinsip dan keyakinan, serta ibadah Islam).

Penggunaan kata wisata islami juga memberikan kesan bahwa suatu kegiatan atau produk hanya digunakan untuk muslim, padahal non-muslim juga dapat mengkonsumsi produk atau kegiatan wisata halal. Namun penggunaan terminologi tersebut relatif dan berbeda dari satu negara dengan negara lainnya, seperti Malaysia menggunakan *Islamic Tourism Centre* yang merupakan badan penasehat untuk Kementerian Pariwisata. Di Turki, menggunakan terminologi *Halal Holiday* sebagai upaya mempromosikan wisata halalnya. Sedangkan Indonesia menggunakan wisata syariah (*sharia tourism*) untuk mempromosikan wisatanya.

Wisata halal dimaksudkan bagaimana objek wisata ramah terhadap Muslim dan menyediakan akses pendukung terhadap seluruh kegiatan yang sifatnya spiritual. Standar kehalalannya adalah sesuai dengan ketentuan yang terdapat di dalam Alquran dan Hadis. Wisata halal tentu tidak saja diperuntukkan bagi orang-orang Islam saja, akan tetapi kepada agama lainnya. Sebab kehalalan yang dimaksud sama sekali tidak bertentangan dengan agama lain malah semakin menambah kenyamanan dalam menikmati objek wisata yang dimaksud.

2. Ekonomi Islam

Sudah menjadi pengetahuan kita bahwa ekonomi Islam merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan umat Islam itu sendiri. Konsep perekonomian Islam merupakan konsep yang hadir dari pesan moral yang paling mendasar dari syariah itu sendiri yang bersumber dari Alquran dan Hadis. Dalam konteks inilah, wacana ekonomi Islam sangat relevan untuk dibahas. Para pakar ekonomi Islam memberikan definisi ekonomi Islam yang berbeda-beda, akan tetapi semuanya bermuara pada pengertian yang relatif sama yaitu: suatu ilmu pengetahuan yang berupaya untuk memandang, meninjau, meneliti, dan akhirnya menyelesaikan permasalahan-permasalahan ekonomi dengan cara-cara yang Islami (berdasarkan ajaran-ajaran agama Islam).

Ekonomi Islam adalah Ilmu ekonomi yang berdasarkan nilai-nilai atau ajaran Islam atau menyangkut peraturan, yaitu sistem pengaturan kegiatan ekonomi dalam satu masyarakat atau negara berdasarkan metode tertentu (Lubis dan Tarigan, 2001). Dari definisi tersebut, dapatlah disimpulkan bahwa ekonomi Islam adalah suatu ilmu pengetahuan yang berupaya untuk memandang, meninjau, meneliti, dan akhirnya menyelesaikan permasalahan-permasalahan ekonomi dengan cara-cara yang Islami (berdasarkan ajaran-ajaran agama Islam). Ekonomi Islam pada hakikatnya bukanlah sebuah ilmu dari sikap reaksioner terhadap fenomena ekonomi konvensional. Awal keberadaannya sama dengan keberadaan Islam dimuka bumi ini, karena ekonomi Islam merupakan bagian yang tak terpisahkan dari Islam sebagai sistem hidup. Islam yang diyakini sebagai jalan atau konsep hidup tentu melingkupi ekonomi sebagai salah satu aktifitas hidup manusia. Jadi dapat dikatakan bahwa ekonomi Islam merupakan aktivitas agama atau ibadah kita dalam berekonomi.

Ekonomi Islam pada dasarnya muncul pertama kali bersamaan dengan lahirnya ajaran Islam pada abad ke-7 karena ajaran Islam tidak hanya memberikan panduan ritual, namun juga dalam kehidupan bermasyarakat termasuk dalam aktivitas ekonomi. Sejarah ekonomi Islam bersumber pada dari ide dan praktek ekonomi yang dilakukan oleh Rasulullah saw. dan para sahabatnya serta pengikut-pengikutnya sepanjang zaman. Yakni praktek dan sistem ekonomi dan keuangan negara sesuai dengan ketentuan

Alquran, yang menjunjung tinggi etika dan moral yang syar'i. Hal itulah yang membedakan antara sistem ekonomi Islam dengan sistem ekonomi sebelum datangnya Islam, yaitu sistem yang penuh dengan praktek ribawi.

Beberapa aspek penting yang membedakan ekonomi Islam dengan ekonomi konvensional yang menjadi prinsip dasar sebagaimana yang dikemukakan oleh Rahman (1995) yaitu: 1) kebebasan individu, 2) hak terhadap harta, 3) ketidaksamaan ekonomi dalam batas yang wajar, 4) kesamaan sosial, 5) jaminan sosial, 6) larangan menumpuk kekayaan, 7) kesadaran individu dan masyarakat. Sepertinya hal ini lah yang menjadi pembeda paling ketara antara ekonomi Islam dan ekonomi konvensional.

Tidak dipungkiri bahwa perkembangan kajian ekonomi Islam semakin lama semakin berkembang. Di semua perguruan tinggi atau di Fakultas Ekonomi dan Bisnis (Islam), mahasiswanya selalu surplus. Melebihi kapasitas dan daya tampung yang tersedia (Tarigan, 2014). Para ahli ekonomika Islam kontemporer berupaya membahas ekonomi Islam secara modern. Dimana mereka menggunakan metode-metode ilmiah, antara lain lebih rasional, empirik, dan aplikatif. Sehingga kajiannya lebih banyak dikaitkan dengan permasalahan-permasalahan kontemporer atau kekinian, karena kenyataannya, pada abad ke-20 permasalahan ekonomi lebih kompleks dan pelik (Hakim, 2012).

Munculnya praktek ekonomi Islam di Indonesia pada tahun 1990-an yang dimulai dengan lahirnya Undang-undang No. 10 Tahun 1992 yang mengandung ketentuan bolehnya bank konvensional beroperasi dengan sistem bagi hasil. Kemudian pada saat bergulirnya era reformasi timbul amandemen yang melahirkan UU No. 7 Tahun 1998 yang memuat lebih rinci tentang perbankan syariah. Undang-undang ini mengawali era baru perbankan syaria'ah di Indonesia, yang ditandai dengan tumbuh pesatnya bank-bank syaria'ah baru atau cabang syaria'ah pada bank konvensional. Maka praktek keuangan syaria'ah di Indonesia memerlukan panduan hukum Islam guna mengawal pelaku ekonomi sesuai dengan tuntunan syaria'at Islam. Perkembangan berikutnya, MUI sebagai payung dari lembaga-lembaga organisasi keagamaan (Islam) di Tanah Air menganggap perlu dibentuknya satu badan dewan syariah yang bersifat nasional (DSN) dan membawahi seluruh lembaga keuangan, termasuk di dalamnya bank-bank syariah.

Di Indonesia, atas prakarsa Majelis Ulama Indonesia bersama kalangan pengusaha muslim sejak 1992 telah beroperasi sebuah bank syaria'ah, yaitu Bank Muamalat Indonesia (BMI) yang sistem operasionalnya mengacu pada No. 72 tahun 1992 tentang bank bagi Hasil. Pada tahun 1998, disahkan Undang-undang RI No. 10 tahun 1998 tentang perubahan atas UU No. 7 tahun 1992 tentang perbankan. Secara legal, perbankan syaria'ah telah diakui sebagai subsistem perbankan nasional. Di antara lembaga keuangan syaria'ah yang berkembang secara pesat di tengah sistem perbankan yang sedang sakit adalah antara lain bank syaria'ah, BPRS dan BMT. Bank Syaria'ah berkembang berdampingan dengan bank-bank konvensional. Hal tersebut dibuktikan dengan munculnya Bank BNI Syaria'ah, Bank Mandiri Syaria'ah, Bank Bukopin Syaria'ah, Bank Danamon Syaria'ah, BII Syariah. Di samping itu berkembang juga lembaga keuangan syaria'ah yang bersifat mikro, yang bergerak di kalangan ekonomi bawah, yaitu BMT (Baitul Maal wat-Tamwil) (Sudarsono, 2002). Hingga akhirnya perkembangan praktik Ekonomi Islam di Indonesia juga semakin menunjukkan fakta yang menggembirakan. Sejak lima belas tahun terakhir, perkembangan Ekonomi Islam di Indonesia mendapatkan perhatian banyak kalangan, baik dari aspek konseptual/akademis maupun aspek praktik.

III. METODOLOGI PENELITIAN

Metode penelitian ini menggunakan kualitatif dengan pendekatan *liberary research* atau studi kepustakaan dengan cara menelusuri sumber-sumber primer dalam bentuk buku atau jurnal primer yang berkenaan dengan peluang wisata halal terhadap pengembangan ekonomi Islam. Studi pustaka merupakan penelitian yang datanya didapat dan diolah dari berbagai sumber-sumber tertulis (Subagyo, 1991: 109). Adapun mekanisme penelitian yang dilakukan adalah dengan membaca kemudian memahami serta menelaah sumber-sumber yang berkaitan dengan tema penelitian.

IV. HASIL PENELITIAN

1. Wisata Halal antara Peluang dan Tantangan

Potesi wisata halal di Indonesia dapat dilakukan dengan sinergi kepada banyak pihak untuk mengembangkan wisata halal (*halal tourism*), contohnya Kementerian Pariwisata yang melakukan kerjasama dengan Dewan Syariah Nasional (DSN), Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan Lembaga Sertifikasi Usaha (LSU). Wujud konkret kerjasama tersebut yaitu dengan cara mengembangkan pariwisata serta mengedepankan budaya serta nilai-nilai agama yang kemudian akan dituangkan dalam Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Jaelani, 2017). Selain itu juga dilakukan pelatihan sumber daya manusia, sosialisasi, dan *capacity building*. Pemerintah juga bekerja sama dengan Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI) untuk menyediakan penginapan halal dan tempat makan yang bisa menyajikan menu makanan halal, dan bekerjasama sama juga dengan *Association of the Indonesia Tours and Travel* (ASITA) untuk membuat paket wisata halal ke tempat wisata religi. Walaupun wisata halal (*halal tourism*) tidak hanya terbatas pada wisata religi saja. Kementerian Pariwisata (2015) dalam laporannya mencatat bahwa terdapat 13 provinsi yang siap untuk menjadi destinasi wisata halal (*halal tourism*) yaitu Aceh, Banten, Sumatera Barat, Riau, Lampung, DKI Jakarta, Jawa Barat, Yogyakarta, Jawa Timur, Sulawesi Selatan, Jawa Tengah, Nusa Tenggara Barat (NTB), dan Bali.

Provinsi Aceh dan Nusa Tenggara Barat merupakan provinsi yang telah mengembangkan wisata halal untuk wisatawan muslim manca negara dengan cukup baik. Aceh yang dijuluki sebagai serambi mekah memiliki budaya islam yang cukup kental dan kuat dibandingkan daerah lain. Hal ini dilihat dari penerapan sistem berbasis syariah yang sudah menjadi bagian dari gaya hidup (*lifestyle*) masyarakatnya sehari-hari. Kementerian Pariwisata menargetkannya sebagai destinasi wisata halal (*halal tourism*) yang digunakan untuk menarik wisatawan muslim dunia. Tolak ukur baik tidaknya penerapan wisata halal (*halal tourism*) di Aceh setidaknya dapat dilihat dari pencapaian dalam segi pariwisata. Aceh meraih tiga kategori dalam kompetisi pariwisata halal nasional tahun 2016 yaitu “Aceh sebagai destinasi budaya ramah wisatawan muslim terbaik”, “Bandara Sultan Iskandar Muda sebagai bandara ramah wisatawan muslim terbaik”, dan “Masjid Raya Baiturrahman sebagai daya tarik wisata terbaik”. Berdasarkan data Kementerian Pariwisata dan BPS pada tahun 2017, sektor pariwisata Aceh bernilai sekitar Rp10,87 Triliun atau setara dengan 8,97% dari total perekonomian Aceh. Hal ini mengindikasikan bahwa sektor pariwisata di Aceh memiliki peran yang sangat penting.

Selain Aceh, praktik wisata halal (*halal tourism*) juga mulai diterapkan di pariwisata Nusa Tenggara Barat (NTB). Pada tahun 2016, Pemerintah Daerah Provinsi NTB bekerjasama dengan MUI dan LPPOM serta Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dan UMKM melakukan sertifikasi halal pada restoran hotel, restoran non hotel, rumah makan dan UMKM. Tercatat terdapat 644 sertifikat halal yang sudah diterbitkan. Selain

makanan halal, ketersediaan fasilitas ibadah juga sangat mudah ditemukan di NTB. Sebagai daerah dengan populasi muslim mencapai 90%, terdapat 4.500 masjid yang tersebar pada 598 desa dan kelurahan. Sehingga NTB juga dijuluki sebagai pulau seribu masjid.

Selain daerah-daerah yang telah disebutkan di atas, pemerintah sebenarnya dapat mengembangkan ke daerah-daerah lain yang memiliki potensi pengembangan wisata halal sehingga akan lebih banyak lagi variasi atau pilihan dari para pengunjung baik lokal maupun manca negara. Hanya saja, pertimbangan pemerintah mungkin ingin mengedepankan daerah-daerah yang memiliki ciri khas keislaman yang kental terlebih dahulu baru kemudian menyusul “mengislamkan” pariwisata di daerah-daerah lain. Pada saat yang sama, daerah yang telah ditetapkan sebagai basis wisata halal tersebut ingin dijadikan percontohan bagi daerah lain yang akan mengembangkan wisata halal.

Di atas telah berbicara mengenai peluang pengembangan wisata halal. Bagian ini akan membahas tentang beberapa tantangan yang dirasakan dalam pengembangan wisata halal. Tantangan dalam mengembangkan wisata halal salah satunya terkait dengan pemasaran, karena pemasaran wisata halal bukan suatu yang mudah. Hal ini dikarenakan perbedaan antara tuntutan wisatawan non-muslim dan wisatawan muslim. Wisatawan non-muslim dapat memutuskan untuk tidak melakukan perjalanan ke objek wisata tanpa adanya atribut tertentu (Satriana, dkk: 2018). Sehingga salah satu tantangan wisata halal adalah bagaimana melayani wisatawan non-muslim dan memenuhi kebutuhan mereka tanpa berbenturan dengan konsep wisata halal. Misalnya, beberapa hotel menyatakan bahwa mereka adalah hotel syariah di dalam promosinya dan ini mungkin tidak menarik bagi wisatawan non-muslim. Oleh karena itu, wisata halal dapat menjadi kendala dalam sektor industri pariwisata. Namun juga dapat menjadi peluang bisnis untuk menggunakan kreativitas dan fleksibilitas dalam melayani berbagai kebutuhan wisatawan muslim dan non-muslim.

2. Strategi Pemasaran Wisata Halal

Pemasaran sangat penting dilakukan untuk meningkatkan kualitas koordinasi antar individu dalam tim pemasaran. Sebagai alat ukur hasil pemasaran berdasarkan standar prestasi yang telah ditentukan. Sebagai dasar logis dalam mengambil keputusan pemasaran untuk meningkatkan kemampuan dalam beradaptasi bila terjadi perubahan dalam pemasaran. Dalam kaitannya dengan pemasaran wisata halal sangat penting dilakukan terutama dengan pengutan berita lewat media masa baik cetak maupun online. Dengan adanya pemasaran yang dilakukan secara massif maka akan menambah kuatnya eksistensi wisata halal dan semakin menarik perhatian bagi semua kalangan.

Banyak para ahli dalam bidang marketing mengatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah kunci utama dari konsep pemasaran dan *marketing strategy*. Dengan kata lain, setiap perusahaan memiliki cara tersendiri dalam melakukan proses marketing, sesuai karakteristik dan kesanggupan masing-masing (Mahardika, 2020). Pada dasarnya tujuan akhir dari marketing itu tetap akan bermuara pada tercapainya kepuasan konsumen. Dalam hal ini, pariwisata halal yang telah dibangun maupun yang akan dibangun harus benar-benar memperhatikan kualitas pelayanan dan pembuka akses bagi kepada semua wisatawan yang hadir. Sekali lagi, betapapun dinamakan sebagai wisata halal, tetapi tidak menutup kemungkinan banyak wisatawan non-muslim yang juga akan berkunjung. Bagaimana kemampuan manajemen wisata halal ini mampu mengakomodir berbagai kepentingan para wisatawan sangat menentukan.

Pada tahun 2019, Menteri Pariwisata Arief Yahya menargetkan Indonesia bisa menyalip Malaysia menempati di posisi pertama sebagai destinasi pariwisata paling

ramah terhadap wisatawan muslim dunia versi *Global Muslim Travel Index* (GMTI). Selanjutnya, Kemenpar juga menargetkan tahun depan Indonesia bisa menggaet 5 juta wisatawan halal tourism. Angka itu tumbuh 42 persen dari tahun ini sekitar 3,5 juta atau mencapai 25 persen dari target 20 juta kunjungan wisman (Republika/12/2018), Indonesia diakui memiliki potensi besar untuk menjadi pusat pariwisata halal di skala global karena didukung dengan keindahan alam, keragaman budaya dan populasi muslim terbesar di dunia.

Berbagai usaha yang telah dilakukan oleh Kemenpar dalam mempromosikan Indonesia sebagai pusat destinasi pariwisata halal juga layak untuk diapresiasi. Namun penting untuk dipikirkan bahwa pengembangan pariwisata halal tidak hanya semata dengan melakukan promosi secara masif saja guna mengejar posisi tertentu di skala global, tapi juga harus didukung dengan regulasi yang kuat sebagai landasan dalam melangkah. Dari sisi regulasi, pariwisata halal di Indonesia tergolong lemah karena tidak aturan yang mengaturnya secara spesifik baik dalam bentuk Undang-Undang maupun Peraturan Menteri. Hingga saat ini aktivitas wisata halal berdasarkan pada Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata.

UU ini mengatur tentang kepariwisataan secara umum, dan tidak mengatur pariwisata halal. Menurut UU tersebut, pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah dan Pemerintah Daerah. (Pasal 1 butir 3). Usaha pariwisata mencakup banyak sektor, antara lain jasa transportasi wisata, jasa perjalanan wisata, jasa makanan dan minuman, penyelenggaraan kegiatan hiburan dan rekreasi; penyelenggaraan pertemuan, perjalanan insentif, konferensi, dan pameran, spa dan lain-lain. (Pasal 14).

Kemudian juga diterbitkan Peraturan Menteri yang dikeluarkan berdasarkan Nota Kesepahaman antara Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dengan Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) Nomor NK.11/KS.001/W.PEK/2012, dan Nomor B-459/DSN-MUI/XII/2012 tentang Pengembangan dan Sosialisasi Pariwisata Syariah. Secara umum Peraturan Menteri di atas memberikan pedoman dan standarisasi penyelenggaraan usaha hotel syariah. Namun, pada tahun 2016, Peraturan Menteri No. 2 Tahun 2014 tentang Pedoman Penyelenggaraan Usaha Hotel Syariah tersebut dicabut dengan Peraturan Menteri Pariwisata Nomor 11 Tahun 2016 karena dianggap sudah tidak sesuai lagi dengan tuntutan dan perkembangan kepariwisataan saat ini.

3. Wisata Halal dan Pengembangan Ekonomi Islam

Setiap adanya tempat-tempat wisata, di sana ada banyak orang yang diuntungkan. Pengelola pariwisata adalah orang yang mungkin mendapat keuntungan yang paling banyak, kemudian pemerintah juga memperoleh sedikit bagian dari hasil pariwisata tersebut. Masyarakat sekitar juga tidak lupa akan kecipratan manfaatnya. Demikian pula masyarakat lain yang bekerja atau turut serta mengurus objek wisata tersebut paling tidak telah mengurangi angka pengangguran di Negeri ini. dalam konteks tegaknya ekonomi Islam berbasis syariah maka akan semakin mengkampanyekan Islam yang *rahmmatan lil 'alamin* yang tidak hanya sekadar mengurus ibadah dan akhirat saja akan tetapi juga mengurus aspek ekonomi yang paling penting peranannya dalam kehidupan. Lebih jauh lagi, syariah atau ketentuan hukum-hukum Allah akan semakin tegak.

Dari paparan di atas nampak jelas bahwa kontribusi wisata halal sangat besar terhadap pengembangan ekonomi Islam. Ide pengembangan wisata halal

sesungguhnya adalah berasal dari pengembangan ekonomi Islam yang merambah ke sektor pariwisata, karena itu dua hal ini tidak dapat dipisahkan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Reza (2020) bahwa wisata halal turut mendukung pengembangan ekonomi syariah dan juga dapat memperkuat perekonomian negara. Pemerintah Indonesia menargetkan 20 juta kunjungan wisatawan mancanegara pada tahun 2019. Kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia mengalami peningkatan selama tahun 2017 hingga 2018. Badan Pusat Statistik (BPS) merilis jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia selama 2018 mencapai 15,81 juta atau mengalami kenaikan sebesar 12,58%. Pada tahun 2018, devisa dari sektor pariwisata menyumbang sebesar US\$ 17 M, meningkat sebesar 11,8% (Reza, 2020). Wisata halal dapat dikatakan sebagai konsep wisata yang sesuai nilai-nilai Islam. Indonesia mempunyai peluang besar di dalam pengembangan sektor wisata halal.

Pariwisata merupakan sektor untuk menumbuhkan perekonomian dunia yang sangat menjanjikan karena sektor pariwisata juga menjadi sektor yang tahan terhadap krisis global dilihat dari perkembangan perjalanan wisata dunia yang mengalami perkembangan positif sejak dulu sampai saat ini. Terlepas dari syariah atau non syariah yang jelas wisata halal ikut serta berkontribusi terhadap perkembangan ekonomi umat. Untuk menyambut potensi wisata tersebut, Indonesia menjadikan pariwisata sebagai sektor utama dalam pembangunan nasional selain pertanian/perkebunan, minyak dan gas, serta pertambangan.

Pariwisata berdampak pada ekonomi karena dapat menciptakan lapangan kerja, berpengaruh terhadap pendapatan, neraca pembayaran, penerimaan devisa dari beberapa hal, seperti belanja wisatawan, pembangunan pariwisata, impor maupun ekspor barang dan lain-lain (Subarkah, 2018). Pariwisata dapat menjadi efek stimulus bagi produk-produk tertentu dan dapat membentuk komunitas-komunitas yang diharapkan hal tersebut dapat menggerakkan ekonomi daerah ke arah yang positif dengan diciptakannya lapangan kerja baru dan meningkatnya pendapatan bagi daerah.

Dampak pariwisata terhadap ekonomi dapat secara umum, yakni dapat menjadi sumber devisa, sumber penghasilan masyarakat, pendapatan bagi pemerintah, tercipta lapangan kerja, pengaruh terhadap harga dan tarif, pengaruh pada distribusi keuntungan maupun manfaat, pengaruh terhadap pengelolaan maupun kepemilikan, dan tentunya dapat mempengaruhi pembangunan. Ada beberapa hal yang dapat mempengaruhi penghasilan terkait pariwisata, diantaranya tingkat konsumsi atau pengeluaran, jarak dari tempat wisata, masa kerja dan jumlah wisatawan yang berkunjung.

Dalam konteks ekonomi Islam sangat jelas sekali bahwa wisata halal secara tidak langsung akan mengembangkan ekonomi Islam di masyarakat. Praktik-praktik ekonomi Islam akan semakin luas diimplementasikan. Jika dahulu wujud dari ekonomi Islam adalah munculnya bank syariah atau menjamurnya hotel syariah. Saat ini berkembang menjadi wisata halal. Mungkin kedepannya emntah aspek mana lagi yang akan menikut kepada prinsip syariah. Yang jelas dari animo masyarakat tentang kesadaran akan tegaknya syariat Islam semakin tinggi. Hal ini patut disyukuri dan lebih baik lagi jika ditindaklanjuti pada aspek-aspek lainnya.

V. KESIMPULAN

Kesadaran masyarakat tentang kejelasan status halal semakin baik dan menuntut masyarakat untuk berusaha memenuhi kebutuhan hidupnya dengan sesuatu yang harus jelas pula kehalalannya. Merespon kesadaran ini wisata halal muncul sebagai sebuah isu yang sedang ramai dibicarakan. Peluang wisata halal di Indonesia sangat besar sebab mayoritas penduduk Indonesia beragama Islam dan semakin meningkatnya wisatawan

baik lokal maupun manca negara yang datang ke Indonesia. Saat yang sama potensi wisata yang dimiliki juga sangat banyak dan sangat diminati. Namun demikian beberapa tantangan yang juga harus diperhatikan adalah bagaimana kemudian strategi pemasarannya dapat dilakukan secara baik dan mengakomodir kepentingan wisatawan lain (non-muslim). Oleh karenanya sangat penting mengembangkan wisata halal sebab pengaruhnya tidak hanya pada sektor ekonomi Islam saja akan tetapi juga menjadi sumber pendapatan negara.

DAFTAR PUSTAKA

- Adinugraha, Hendri Hermawan. (2020). Persepsi Non-Muslim Terhadap Keputusan Pembelian Produk Minuman Halal, *Journal of Islamic Economics and Business Studies*, 5 (1), 150-170.
- Hakim, Lukman. (2012). *Prinsip-Prinsip Ekonomi Islam*. Surakarta: Erlangga.
- Kementerian Pariwisata. (2015). Laporan Akhir Kajian Pengembangan Wisata Syariah. Kementerian Pariwisata: Jakarta.
- Lubis, Nur Fadhil dan Azhari Akmal Tarigan. (2001). *Etika Bisnis Dalam Islam*. Jakarta: Hijri Pustaka Utama.
- Mahardika, Rahardi. (2020). Strategi Pemasaran Wisata Halal, *Mutawasith: Jurnal Hukum Islam*, 3 (1), 65-86.
- Permadi, Lalu Adi, et al. (2018). Persepsi dan sikap masyarakat terhadap rencana dikembangkannya wisata syariah (*halal tourism*) di Provinsi Nusa Tenggara Barat. *Amwaluna: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*, 2 (1), 39-57.
- Pratiwi, Soraya Ratna, Susanne Dida, and Nuryah Asri Sjaifirah. (2018). Strategi komunikasi dalam membangun awareness wisata halal di kota Bandung. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 6 (1), 78-90.
- Rahman, Afzalur. 1995. *Doktrin Ekonomi Islam*. Yogyakarta: PT. Dana Bakti Wakaf, 1995.
- Reza, Veni. (2020). Pariwisata Halal Dalam Pengembangan Ekonomi Indonesia, *Jurnal An-Nahl*, 7 (2), 106-112.
- Samsuhuda. (2020). Wisata Halal Sebagai Implementasi Konsep Ekonomi Syariah, *Al-Tafaquh: Journal of Islamic Law*, 1 (1), 20-30.
- Satriana, Eka Dewi dan Hayyun Durotul Faridah. (2018). Wisata Halal: Perkembangan, Peluang dan Tantangan, *Journal of Halal Product and Research (JHPR)*, 1 (2), 32-43.
- Setiawan, Hasbi Assidiki Mauluddi. (2019). Perilaku Konsumen dalam Membeli Produk Halal di Kota Bandung. *At-Tijarah: Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis Islam*, 5 (2), 232-246.
- Subarkah, Alwafi Ridho. (2018). Potensi dan prospek wisata halal dalam meningkatkan ekonomi daerah (studi kasus: Nusa Tenggara Barat), *Jurnal Sosial Politik*, 4 (2), 49-72.
- Sudarsono, Heri. (2002). *Konsep Ekonomi Islam: Suatu Pengantar*. Yogyakarta: Ekonisia.
- Tarigan, Azhari Akmal. (2014). *Pengantar Teologi Islam*. Medan: FEBI UIN-SU Press.