

Desa Wisata Halal: Potensi, Konsep Dan Implementasinya Dalam Meningkatkan Ekonomi

Muhammad Najib Murobbi

Kajian Timur Tengah dan Islam, Sekolah Kajian Stratejik dan Global, Universitas Indonesia

najibmurobbi@gmail.com

Received: January 30, 2023

Reviewed: February 27, 2023

Accepted: March 15, 2023

Abstract

Tujuan penelitian ini adalah mendeskripsikan potensi, konsep dan implementasi desa wisata halal dalam meningkatkan ekonomi. Dalam dekade terakhir wisata halal menjadi studi penelitian yang cukup menarik, terlebih dalam meningkatkan ekonomi. Hal ini sesuai dengan tujuan pemerintah dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan. Istilah halal dalam masyarakat Indonesia sudah menjadi *lifestyle* seiring berkembangnya waktu. Dari mengkonsumsi kebutuhan sehari-hari hingga secara tidak langsung berdampak pada sebuah potensi pasar, wisata halal. Metode penulisan yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, jenis litelature. Dalam katagori penulisannya, data dan informasi diperoleh dari sumber pustaka yang berasal dari buku-buku, hasil penelitian, jurnal, dan bahan-bahan bacaan lainnya yang masih ada relevansinya dengan topik penelitian. Hasilnya, wisata halal secara umum mampu meningkatkan perekonomian suatu daerah. Dengan nilai-nilai Islam yang dibawa sehingga mampu menarik wisatawan baik lokal dan interlokal dengan tidak menutup kemungkinan wisatawan non-muslim menjadi bagian wisatawan wisata halal.

Keywords: Desa Wisata, Wisata Halal, Muslim, Ekonomi

Pendahuluan

Pariwisata merupakan macam kegiatan wisata dan didukung dengan fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah (UU NO. 10 Tahun 2009). *The World Tourism Organization* (UN-WTO) mendeskripsikan wisata atau pariwisata adalah suatu kegiatan manusia yang melakukan perjalanan ke daerah dan tinggal di daerah tujuan di luar lingkungan kesehariannya. Tujuan utama UN-WTO adalah meningkatkan dan membangun pariwisata sebagai kontributor untuk pembangunan ekonomi, saling pengertian internasional, perdamaian, kemakmuran universal, HAM dan kebebasan dasar untuk semua tanpa memandang perbedaan ras, jenis kelamin, bahasa dan agama (Kemlu, 2012).

Pariwisata secara umum merupakan salah satu sektor yang memiliki peran penting dalam pembangunan ekonomi suatu wilayah. Adanya pengembangan sektor pariwisata diharapkan dapat mendorong terjadinya peningkatan kesejahteraan masyarakat lokal melalui penyediaan lapangan kerja bagi masyarakat. Tidak hanya itu, pengembangan pariwisata juga dapat menumbuhkan industri pendukung lain, sehingga dapat membangun integrasi baik antar sektor pariwisata ataupun dengan sektor lain di suatu

wilayah. Terkait dengan peranan sektor pariwisata, pengembangan sektor pariwisata tidak hanya mendukung pembangunan ekonomi saja melainkan juga dapat mendukung pembangunan dari aspek sosial dan budaya. Salah satu bentuk upaya dalam mendukung perkembangan sektor pariwisata adalah melalui pengembangan desa wisata (Adinugraha, Sartika, & Kadarningsih, 2018).

Pariwisata Indonesia sendiri terus meningkat setiap tahunnya dalam sumbangsih pertumbuhan perekonomian Indonesia. Jika dibandingkan dengan komoditas lain, seperti minyak, gas, batu bara, dan kelapa sawit yang terus merosot. Selain itu, pariwisata juga merupakan komoditas yang paling berkelanjutan dan menyentuh hingga ke level paling bawah masyarakat. Menurut Ketua Umum Persatuan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI), Haryadi Sukamdi, sektor pariwisata Indonesia merupakan sektor yang sangat menjanjikan. Sektor ini menjadi *core business* Indonesia. Pariwisata menjadi penyumbang PDB, devisa, serta lapangan kerja paling besar dan mudah serta cepat. Melesatnya sektor pariwisata tidak terlepas dari peningkatan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara (wisman). Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), kunjungan wisman ke Indonesia terus meningkat. Pada tahun 2017, wisman yang berkunjung sebanyak 14,04 juta orang. Angka ini naik 21,88% dari 2016 yang berada dikisaran 11,52 juta wisman (Cahyu, 2018).

Pemerintah sendiri terus berbenah diri dalam meningkatkan pariwisata sebagai salah satu penopang pertumbuhan ekonomi nasional. Pembangunan infrastruktur yang berkoordinasi antara Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat (PUPR), Kementerian Perhubungan (Kemenhub), dan Kementerian Pariwisata (Kemenpar) berbuah manis. Destinasi wisata kian mudah dijangkau. Tidak berlebihan jika dalam jangka panjang mendatang sektor pariwisata menjadi "*core economy*" dan penyumbang devisa terbesar di Indonesia untuk lima tahun ke depan. Negara-negara seperti Thailand dan Yunani misalnya, hidup dari pariwisata. Sementara Indonesia, baru menetapkan pariwisata sebagai sektor unggulan dan penyumbang ekonomi.

Pemerintah juga telah berencana menguncurkan dana untuk media dan *influencer* (pengaruh) sebesar Rp 72 miliar dalam rangka promosi wisata. Menurut Menteri Koordinator Bidang Perekonomian, Airlangga Hartarto, anggaran Rp 72 miliar itu bagian dari insentif untuk wisatawan mancanegara sebesar Rp 298,5 miliar. Rinciannya untuk subsidi diskon tiket pesawat Rp 98,5 miliar, anggaran promosi Rp 103 miliar, kegiatan kepariwisataan sebesar Rp 25 miliar, hingga menggunakan jasa pemengaruh (Hidayat & Sani, 2020).

Dalam mewujudkan sasaran pembangunan tersebut, dilakukan berbagai upaya pembangunan pariwisata, sektor ini memiliki perkembangan dalam segmentasinya, saat ini yang cukup pesat perkembangannya dan menjadi tren di dunia internasional adalah pembangunan wisata halal. Segmen wisata halal yang memberikan pelayanan terhadap wisatawan muslim yang ingin melakukan perjalanan wisata sesuai dengan prinsip-prinsip Islam, sehingga wisatawan muslim menjadi merasa lebih nyaman dan aman dalam menikmati perjalanan wisata, serta dapat melaksanakan kewajibannya sebagai seorang muslim. Seperti mengkonsumsi makanan dan minuman halal, melaksanakan sholat fardlu di tempat yang representatif, dan tempat tinggal yang terhindar dari maksiat dengan adanya hotel syariah (Subarkah, 2018).

Dalam skala global, pariwisata menjadi penopang dalam ketidakpastian ekonomi suatu negara. Berdasarkan data yang dirilis *The World Travel & Tourism Council* (WTTC) pada tahun 2019 sektor pariwisata mengalami 3,5%, melebihi pertumbuhan ekonomi

global (2,5%) selama sembilan tahun berturut-turut. Dan memberikan dampak positif berupa kontribusi Produk Domestik Bruto (PDB) dunia sebesar US \$ 8,9 triliun, 10,3% dari PDB global, ekspor pengunjung US \$ 1,7 triliun (6,8% dari total ekspor, 2,8% dari ekspor layanan global, 330 juta pekerjaan (1 dari 10 pekerjaan di seluruh dunia), dan investasi modal US \$ 948 miliar (4,3% dari total investasi). Selain itu pertumbuhan pariwisata diprediksi akan terus meningkat hingga tahun 2030 dengan menyumbang 11,3% dari PDB dan 425 juta pekerjaan (1 dari 9 pekerjaan di seluruh dunia) (WTTC, 2020).

Hampir sekitar 70% muslim di dunia sudah mulai mengkonsumsi produk makanan dan minuman yang berstandar halal. Industri produk berlabel halal kian meningkat. Total perdagangan produk halal di pasar global per tahunnya sudah mencapai 580 miliar dolar AS. Sejatinya, kata halal tidak hanya digunakan untuk menyebut makanan dan minuman yang boleh dikonsumsi umat Islam. Dalam konteks yang lebih luas, istilah halal merujuk kepada segala sesuatu yang diizinkan atau diperbolehkan menurut hukum Islam, meliputi aktivitas, tingkah laku, cara berpakaian, cara mendapatkan rezeki, dan sebagainya (Ruslan, 2017).

Halal merupakan segala sesuatu yang diperbolehkan oleh syariat untuk dikonsumsi atau digunakan. Sedangkan haram adalah sesuatu yang Allah SWT melarangnya untuk dikerjakan umat Islam. Dengan pelarangannya Allah SWT akan memberi siksaan jika dikerjakan kelak di akhirat dan Allah akan memberi ganjaran berupa pahala jika dijauhinya. Karena, dalam banyak literatur hadist Nabi Muhammad SAW mengkonsumsi yang haram menyebabkan doa yang dipanjatkan tidak akan dikabulkan dengan segala amal ibadah yang dilakukan. Sehingga Allah SWT tidak akan menerimanya. Atas dasar itu bagi umat Islam, sejalan dengan ajaran Islam, menghendaki supaya selalu mengkonsumsi produk yang akan digunakannya terjamin kehalalan dan kesuciannya. Dalam Islam, mengkonsumsi yang halal, suci dan baik (*thayyib*) merupakan perintah agama dan hukumnya wajib (Amin, 2011).

Dalam Majelis Ulama Indonesia (MUI) (Tim Penyusun, 2003) produk halal mempunyai kriteria tertentu sebagai berikut:

1. Tidak mengandung babi dan bahan yang berasal dari babi
2. Tidak mengandung bahan-bahan yang diharamkan, antara lain bahan yang diambil dari organ manusia, kotoran dan darah
3. Semua hewan halal yang disembelih sesuai dengan tuntutan syariat Islam
4. Seluruh penyimpanan, penjualan, pengolahan, dan transportasi bahan tersebut bukan bekas babi, kecuali setelah dibersihkan dengan tata cara syariat Islam
5. Semua makanan dan minuman yang tidak mengandung *khamr*.

Di Indonesia terdapat dua lembaga utama yang mengkaji spesifikasi produk halal di Indonesia. *Pertama*, Lembaga Halal LPPOM MUI (Lembaga Pengkajian Pangan Obat-obatan dan Kosmetika) yang berdiri pada 6 Januari 1989. Lembaga ini berfungsi melindungi muslim dalam penggunaan produk-produk makanan, obat-obatan, dan kosmetik. *Kedua*, Badan Halal Dunia (WHC) *World Halal Council* yang berdiri pada 1999 di Jakarta yang diinisiasi oleh sejumlah negara, termasuk Indonesia. Badan ini berfungsi sebagai federasi badan sertifikasi halal di seluruh dunia setelah mendapatkan penerimaan internasional dan global untuk sertifikasi dan akreditasi proses halal mereka.

Secara garis besar halal dalam pandangan Islam meliputi dua model. *Pertama*, halal cara memperolehnya. Yaitu, sesuatu yang diperoleh dengan cara baik dan sah. Sesuatu

tersebut akan menjadi haram apabila cara memperolehnya dengan jalan yang *bathil*, karena itu bisa merugikan orang lain dan dilarang oleh syariat. *Kedua*, halal cara pengolahannya. Yaitu, sesuatu yang semula halal akan menjadi haram apabila cara pengolahannya tidak sesuai dengan syariat. Contoh, makanan yang asalnya halal, tetapi pengolahannya yang tidak sesuai tuntunan akan menyebabkan makanan itu menjadi haram. Halal tidak saja meliputi makanan dan minuman, tetapi juga meliputi sekmentasi aktivitas sosial. Seperti berinvestasi, berproduksi, dan aktivitas lainnya.

Dalam penelitian terdahulu, wisata halal dapat menjadi penopang pertumbuhan ekonomi. Baik dalam ranah regional maupun nasional. Seperti penelitian Ramadhany & Ridlwan (2018) dengan hasil penelitian bahwa meningkatnya pendapatan masyarakat karena dengan banyaknya wisatawan yang berkunjung maka pendapatan masyarakat secara langsung merasakan peningkatannya. Penelitian Subarkah (2018) wisata halal dapat dijadikan sebagai alternatif dalam meningkatkan perekonomian daerah karena potensi pasar yang terus mengalami peningkatan. Penelitian Jaelani (2017) dengan hasil penelitian bahwa Indonesia dengan mayoritas muslim dengan mudah mengembangkan wisata halal dan dapat menjadi kiblat dunia dalam wisata halal, indikasinya meningkatkan perekonomian suatu daerah. Kemudian penelitian Haris & Nashirudin (2019) dengan hasil penelitiannya bahwa Lombok yang menjadi salah satu tujuan wisatawan dalam wisata halal di dunia yang menjanjikan berpotensi menjadi kiblat dunia. Dan hal ini akan berpengaruh besar pada peningkatan pendapatan suatu daerah. Dari keempat penelitian ini bisa disimpulkan bahwa wisata halal secara umum mampu meningkatkan perekonomian suatu daerah. Dengan nilai-nilai Islam yang dibawa sehingga mampu menarik wisatawan baik lokal dan interlokal dengan tidak menutup kemungkinan wisatawan non-muslim menjadi bagian wisatawan wisata halal.

Metode

Metode penelitian dalam penulisan ini adalah kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kepustakaan. Penelitian deskriptif kualitatif ditunjukkan untuk mendeskripsikan dan menggambarkan fenomena-fenomena yang ada, baik bersifat alamiah maupun rekayasa manusia, yang lebih memperhatikan mengenai karakteristik, kualitas, keterkaitan antar kegiatan (Sukmadinata, 2008). Jenis data yang digunakan dalam penulisan karya ilmiah ini adalah data sekunder. Sumber data yang dimaksud adalah jurnal-jurnal yang diperoleh dari hasil penelusuran di internet, data-data laporan, serta buku-buku mengenai wisata halal.

Hasil dan Pembahasan

Pandangan Islam Tentang Wisata

Pandangan Islam mengenai wisata halal bisa dilihat melalui potensinya. Wisata atau pariwisata dikenal dalam istilah bahasa Arab dengan kata *Al-Siyahah*, *Al-Rihlah*, dan *As-Safar* (Baalbaki, 1995) atau dalam bahasa Inggris dikenal dengan istilah *Tourism* (Echols & Shadily, 2010), sedangkan secara definisi adalah suatu aktivitas atau kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh manusia baik secara perorangan maupun kelompok di dalam wilayah negara sendiri ataupun negara lain dengan menggunakan kemudahan jasa dan faktor penunjang lainnya yang diadakan oleh pihak pemerintah maupun masyarakat dalam rangka memenuhi keinginan wisatawan (pengunjung) dengan tujuan tertentu.

Keberadaan wisata halal merupakan sebuah keniscayaan di tengah dinamika perkembangan di sektor pariwisata. Terminologi wisata dalam konteks Islam adalah perjalanan yang diperbolehkan serta tidak adanya niatan bermaksiat, dan keluar dari aturan yang ditetapkan Allah SWT. Maka dalam konteks ini, pijakan wisata menurut Islam harus berpijak pada Al-Qur'an dan Hadist. Pijakan yang kuat terhadap Al-Qur'an dan Hadist akan membawa dampak yang signifikan bagi pertumbuhan dan perkembangan wisata halal dunia khususnya di Indonesia.

Seruan Islam untuk melakukan perjalanan wisata lebih luas dari tujuan yang dewasa ini diungkapkan dalam masalah kepariwisataan. Dalam Islam kita mengenal istilah hijrah, haji, ziarah, perdagangan, dan mencari ilmu pengetahuan yang merupakan diantara faktor yang dijadikan alasan Islam untuk mendorong melakukan perjalanan. Keberhasilan manusia dalam mencapai kemajuan bidang ilmu, teknologi, komunikasi, dan transportasi telah memberi kemudahan dalam melakukan perjalanan wisata. Dengan demikian kebiasaan melakukan perjalanan wisata memiliki peran yang besar dalam kehidupan suatu komunitas bangsa. Dalam pandangan Islam, wisata bisa bernilai positif jika dunia kepariwisataan dijalankan dengan cara baik, yaitu untuk mencapai tujuan yang baik. Islam akan berpandangan negatif terhadap wisata walaupun tujuan baik untuk menyenangkan manusia dan masyarakat tetapi dilakukan dengan cara-cara menyimpang dari syariat, maka hal itu ditolak. Sebab dalam Islam sesuatu dinilai baik apabila:

1. Mengikuti atau sesuai dengan apa yang diatur Al-Qur'an dan Sunnah
2. Sesuatu atau perbuatan yang secara tekstual tidak diatur Al-Qur'an dan Sunnah, tetapi tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip dasar ajaran Islam (Arifin, 2015).

Dari beberapa dalil tersebut telah memberikan gambaran kepada kita bahwa wisata halal merupakan sebuah alternatif wisata yang tidak hanya bersifat menghibur tetapi juga memiliki esensi mendekatkan diri kepada Allah SWT dengan tujuan selalu dalam perlindungan-Nya baik dalam urusan dunia maupun akhirat. Seperti pada surat Al-Hajj ayat 56: *"Maka apakah mereka tidak berjalan di muka bumi, lalu mereka mempunyai hati yang dengan itu mereka dapat memahami atau mempunyai telinga yang dengan itu mereka dapat mendengar? Karena sesungguhnya bukanlah mata itu yang buta, tetapi yang buta ialah hati yang di dalam dada."*

Potensi Wisata Halal

Pariwisata sudah menjadi kebutuhan bagi setiap masyarakat, bahkan menjadi *lifestyle*. Masyarakat di Indonesia maupun di dunia sepertinya sudah menjadikan wisata bukan sekedar menjadi kebutuhan tersier. Hal ini menjadikan potensi pasar wisata halal cukup menjanjikan dengan jumlah populasi masyarakat muslim yang menjadi terbesar di dunia.

Laporan tahunan *MasterCard-CrescentRating Global Muslim Travel Indeks* (GMTI) tahun 2019 menyatakan bahwa pertumbuhan keseluruhan pasar perjalanan muslim pada 2018, diperkirakan ada 140 juta pengunjung muslim internasional. Diprediksikan mencapai 230 juta pada tahun 2026. Laporan perjalanan muslim *Digital MasterCard-CrescentRating 2018* memperkirakan bahwa pengunjung muslim akan menghabiskan USD \$ 180 miliar pada tahun 2026 untuk pembelian perjalanan online.

TOP 10 OIC DESTINATIONS

RANK	GMTI 2019 RANK	DESTINATION	SCORE	CHANGE
1	1	Malaysia 	78	0
1	1	Indonesia 	78	1
3	3	Turkey 	75	1
4	4	Saudi Arabia 	72	1
5	5	United Arab Emirates 	71	-3
6	6	Qatar 	68	0
7	7	Morocco 	67	3
8	8	Bahrain 	66	0
8	8	Oman 	66	1
10	10	Brunei 	65	1

Gambar 1. TOP OIC DESTINATIONS

Sumber: MasterCard dan CrescentRating Global Muslim Travel Index (GMTI) 2019.

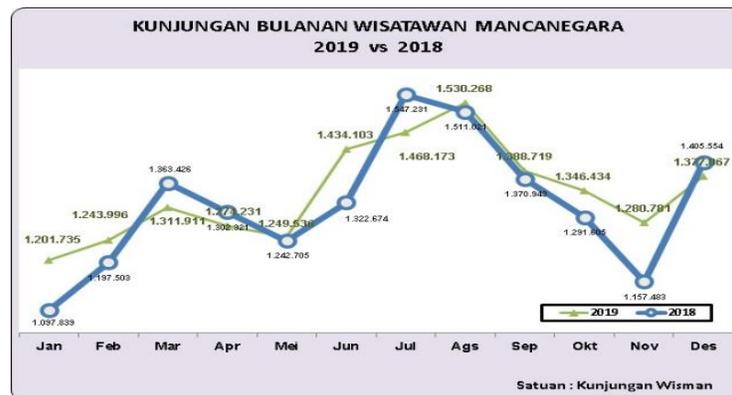
Pada tahun 2019 MasterCard dan CrescentRating Global Muslim Travel Indeks (GMTI) merilis *Top 10 OIC (Organization of the Islamic Cooperation) Destinations GMTI 2019 Rankings*. Untuk pertama kalinya Malaysia berbagi posisi teratas dengan Indonesia. Peningkatan peringkat Indonesia mencerminkan upaya untuk mengambil momentum bagi industri wisata halal mengembangkan pemasarannya di tengah terus meningkatnya wisatawan muslim. Indonesia berhasil menduduki posisi teratas bersama Malaysia sebagai destinasi ramah muslim. Hal ini melalui beberapa serangkaian upaya yang telah dilakukan Kementerian Pariwisata Indonesia dalam berinvestasi di industri pariwisata serta pengembangan infrastruktur ramah wisatawan muslim, setelah sebelumnya berada di peringkat kedua. Negara lain seperti Turki naik ke posisi ketiga. Negara non-OKI seperti Singapura naik pada posisi teratas, di antara negara lain seperti Jepang, Taiwan, Afrika Selatan, dan Korea Selatan.

Dalam laporan GMTI ada beberapa analisa yang menjadi tolak ukur destinasi wilayah wisata halal berdasarkan empat kriteria. Akses, komunikasi, lingkungan, dan layanan. Keempat faktor tersebut dinilai dari kesehatan dan pertumbuhan wisata halal di suatu daerah. Saat ini, GMTI menjadi studi terdepan yang menyediakan wawasan dan data untuk membantu negara-negara, pelaku industri, dan investor dalam melihat peluang perkembangan sektor pariwisata ini, sekaligus menjadi tolak ukur perkembangan sebuah negara dalam melayani berbagai kebutuhan wisatawan muslim.

Pasar wisata halal merupakan salah satu sektor pariwisata dengan tingkat pertumbuhan tercepat di seluruh dunia. Akan tetapi, terlepas dari potensinya yang besar sektor ini relatif masih belum dikembangkan secara maksimal. Pada tahun 2026, kontribusi sektor pariwisata halal diperkirakan melonjak sebesar 35% menjadi US \$ 300 miliar terhadap perekonomian global, meningkat dari US \$ 220 miliar di tahun 2020. Pada saat itu, wisatawan muslim secara global diprediksi akan tumbuh menjadi 230 juta wisatawan, yang merepresentasikan lebih dari 10% total wisatawan global secara keseluruhan. Jika kita berbicara wisata halal atau bagi sebagian orang wisata syariah, pada dasarnya lebih luas daripada wisata konvensional maupun wisata religi. Objek

wisata konvensional biasanya seputar alam, budaya, pusaka, dan kuliner. Sementara objek wisata religi biasanya seputar makam, peninggalan sejarah atau tempat peribadatan. Sedangkan objek wisata halal atau syariah bisa meliputi semua objek pada wisata konvensional dan wisata religi. Target wisata konvensional biasanya hanya kepuasan untuk sekedar hiburan, sementara target wisata religi biasanya menyentuh aspek spiritual. Sedangkan target wisata halal atau syariah meliputi keduanya, yaitu memenuhi kesenangan dan menumbuhkan kesadaran beragama, serta tetap berada pada koridor etika agama. Fasilitas ibadah pada pariwisata konvensional dan wisata religi biasanya sekedar pelengkap. Sedangkan pada wisata halal atau syariah, fasilitas ibadah menyatu dengan objek wisata dan ritualnya merupakan bagian paket hiburan (Ulum, 2019)

Berdasarkan hasil penelitian Utomo tahun 2014 pada (Adinugraha, Sartika, & Kadarningsih, 2018) diketahui bahwa potensi pariwisata dinilai baik dan wisatawan setuju dengan konsep pariwisata syariah. Dari segi konsep 48% responden setuju dengan konsep pariwisata syariah. Dari segi kebutuhan 60% responden menekankan bahwa pariwisata syariah memiliki urgensi yang tinggi dalam pelaksanaannya. Sedangkan dari segi kesesuaian 60% responden setuju bahwa pariwisata syariah sesuai dengan kondisi masyarakat Indonesia. Berdasarkan hal tersebut, nilai yang sesuai dengan kebutuhan wisatawan adalah harapan atas kenyamanan dan ketenangan dalam berwisata tanpa melupakan nilai-nilai keislamannya. Nilai ini didukung dengan kehalalan suatu produk. Dengan hal ini, menjadikan pariwisata halal memiliki potensi besar untuk dikembangkan mengikuti permintaan pasar yang ada. Pariwisata di Indonesia sejak lima tahun kebelakang cukup mengalami peningkatan yang positif. Berdasarkan data Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemparekraf) pada tahun 2019 kunjungan wisatawan terus mengalami peningkatan, walaupun pada akhir tahun di bulan Desember tahun 2018 dan 2019 mengalami penurunan. Sebagaimana grafik di bawah:



Gambar 2. Data Kunjungan Bulanan Wisatawan Mancanegara
Sumber: Kemparekraf.go.id tahun 2019

Pesatnya perkembangan kondisi pariwisata nasional disinyalir sebagai dampak dari pertumbuhan ekonomi Indonesia yang cukup tinggi. Pertumbuhan ekonomi yang cukup tinggi yang disertai peningkatan daya beli masyarakat serta didukung dengan kondisi keamanan yang cukup kondusif, maka akan mendorong meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan, khususnya jumlah kunjungan penduduk Indonesia dalam melakukan perjalanan wisata di wilayah teritorial Indonesia atau biasa disebut sebagai

kunjungan wisatawan nusantara (wisnus). Berdasarkan data pasar wisatawan nusantara tahun 2017 yang dilakukan oleh Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah perjalanan selama tahun 2017 mencapai sebanyak 270,82 juta perjalanan, yang berarti mengalami peningkatan sebesar 2,45% dibandingkan tahun 2016 yang mencapai 264,34 juta perjalanan. Sedangkan rata-rata pertumbuhan jumlah perjalanan setiap tahun selama kurun waktu sepuluh terakhir mencapai sekitar 2,61%. Pada tahun 2018 jumlah perjalanan tumbuh 12,37% menjadi 303,4 juta kali dibandingkan tahun sebelumnya.

Peningkatan ini diduga sebagai akibat kondisi perekonomian yang semakin membaik, keamanan yang cukup kondusif serta semakin mudahnya aksesibilitas ke daerah-daerah tujuan wisata. Di samping itu, adanya kemajuan teknologi informasi yang sangat pesat juga ikut berperan dalam mendorong kemajuan sektor pariwisata. Maraknya pengguna media sosial sangat membantu dalam penyebaran informasi destinasi wisata. Berdasarkan kajian tersebut menunjukkan bahwa total pengeluaran selama tahun 2017 mencapai 253,45 triliun rupiah.

Konsep Desa Wisata Halal dan Implementasinya

Kementerian Pariwisata menargetkan Indonesia memiliki 2.000 desa wisata hingga 2019 (dan terus berlanjut hingga 2023). Pada tahun 2019 desa wisata mencapai seribu desa. Desa wisata merupakan suatu bentuk integrasi antara atraksi, akomodasi dan fasilitas pendukung yang disajikan dalam suatu struktur kehidupan masyarakat yang menyatu dengan tata cara dan tradisi yang berlaku.

Dalam laporan akhir Kajian Pengembangan Wisata Syariah tahun 2015 desa wisata didasarkan atas karakteristik sumber daya dan keunikan yang dimilikinya dapat dikelompokkan dalam 4 (empat) kategori, yaitu:

1. Desa wisata berbasis keunikan sumber daya budaya lokal (adat tradisi kehidupan masyarakat, artefak budaya, dan lain-lain) sebagai daya tarik wisata utama. Yaitu wilayah pedesaan dengan keunikan berbagai unsur adat tradisi dan kekhasan kehidupan keseharian masyarakat yang melekat sebagai bentuk budaya masyarakat pedesaan, baik terkait dengan aktifitas mata pencaharian, religi maupun bentuk aktifitas lainnya.
2. Desa wisata berbasis keunikan sumber daya alam sebagai daya tarik utama (pegunungan garo/perkebunan dan pertanian, pesisir pantai dan lain-lain). Yaitu wilayah pedesaan dengan keunikan lokasi yang berada di daerah pegunungan, lembah, pantai, sungai, danau dan berbagai bentuk alam yang unik lainnya, sehingga desa tersebut memiliki potensi keindahan *view* menarik bagi kunjungan wisatawan
3. Desa wisata berbasis perpaduan keunikan sumber daya budaya dan alam sebagai daya tarik utama. Yaitu wilayah pedesaan yang memiliki keunikan daya tarik yang merupakan perpaduan yang kuat antara keunikan sumber daya wisata budaya (adat tradisi dan pola kehidupan masyarakat) dan sumber daya wisata alam (keindahan alam).
4. Desa wisata berbasis keunikan aktifitas ekonomi kreatif (industri kerajinan dan lain-lain) sebagai daya tarik wisata utama. Yaitu wilayah pedesaan yang memiliki keunikan dan daya tarik sebagai tujuan wisata melalui keunikan aktifitas ekonomi kreatif yang tumbuh dan berkembang dari kegiatan industri rumah tangga masyarakat lokal, baik berupa kerajinan, maupun aktifitas kesenian yang khas (Andriani, Dini dan Tim, 2015).

Pariwisata halal mempunyai nilai berkah dalam Islam, karena setiap muslim hendaknya melakukan perjalanan (karena berbagai alasan, diantaranya terkait langsung dengan syariat Islam itu sendiri seperti haji dan umrah) (El-Gohary, 2016). Wisata halal muncul dari kebutuhan wisatawan muslim yang berharap berpergian sesuai dengan ajaran Islam, Al-Qur'an dan Hadist. Sehingga konsep wisata halal merupakan aktualisasi dari konsep keislaman yakni nilai halal dan haram menjadi tolak ukur utamanya. Hal ini berarti seluruh aspek kegiatan wisata tidak terlepas dari sertifikasi halal yang harus menjadi acuan bagi setiap pelaku pariwisata. Menurut Chookaew (2015) dalam (Muhamad, 2017) terdapat empat aspek penting yang harus diperhatikan dalam mengembangkan atau menunjang pariwisata halal atau syariah:

1. Lokasi: penerapan sistem Islami di era pariwisata. Lokasi pariwisata yang dipilih merupakan yang diperbolehkan kaidah Islam dan dapat meningkatkan nilai-nilai spiritual wisatawan
2. Transportasi: penerapan sistem, seperti pemisah tempat duduk antara laki-laki dan wanita yang bukan *mahram* sehingga tetap berjalannya syariat Islam dan terjaganya kenyamanan wisatawan
3. Konsumsi: Islam sangat memperhatikan segi kehalalan konsumsi, hal tersebut tertuang dalam surat Al-Maidah ayat 3. Segi kehalalan di sini baik dari sifatnya, perolehannya, maupun pengolahannya. Selain itu, suatu penelitian menunjukkan bahwa minat wisatawan dalam makanan memainkan peran sentral dalam memilih tujuan wisata
4. Hotel: seluruh proses kerja dan fasilitas yang disediakan berjalan sesuai dengan prinsip syariah. Pelayanan di sini tidak sebatas dalam ruang lingkup makanan maupun minuman, tetapi juga dalam fasilitas yang diberikan seperti spa, gym, kolam renang, ruang tamu, dan fungsional untuk laki-laki dan perempuan sebaiknya terpisah.

Chookaew (2015) menyebutkan beberapa pengukuran standar pariwisata syariah. Menurut Chookaew ada delapan faktor pariwisata syariah standar pengukuran dalam hal administrasi dan manajemen untuk semua wisatawan yang bisa menjadi ciri khasnya, yaitu:

- a. Pelayanan untuk wisatawan harus sesuai dengan prinsip-prinsip Islam secara keseluruhan.
- b. Panduan dan staf harus memiliki disiplin dan rasa hormat terhadap prinsip-prinsip Islam.
- c. Mengelola semua kegiatan dengan tujuan tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip Islam.
- d. Bangunan itu harus sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.
- e. Restoran harus mengikuti standar internasional layanan halal.
- f. Jasa transportasi harus memiliki sistem perlindungan keamanan.
- g. Ada tempat yang tersedia bagi semua wisatawan muslim untuk melakukan kegiatan keagamaan.
- h. Berpergian ke tempat-tempat yang tidak bertentangan dengan prinsip-prinsip Islam.

Penerapan konsep “Desa Wisata Halal” tergantung pada tingkat penerimaan dan dukungan masyarakat sekitar. Karena sifatnya yang emansipatif, maka masyarakat lokal berperan sebagai tuan rumah dan menjadi pelaku penting dalam pengembangan desa wisata halal dalam keseluruhan tahapan, mulai tahap perencanaan, pengawasan, dan implementasi. Masyarakat lokal berkedudukan sama penting dengan pemerintah baik di tingkat desa maupun daerah dan pihak swasta sebagai salah satu pemangku kepentingan dalam implementasi konsep desa wisata halal (Adinugraha, Sartika, & Kadarningsih, 2018). Sebab, tanpa adanya kerja sama, kesatuan tujuan dan persepsi antar warga, serta warga bersama organisasi desa maupun institusi pemerintah desa melakukan “mengatur dan mengurus” maka dalam pengembangan desa wisata tidak akan pernah tercapai. (Sidik, 2015). Implementasi konsep desa wisata halal masyarakat desa memiliki peran yang sangat signifikan dalam pengelolaan proses desa wisata halal. Paradigma baru pada kajian desa wisata halal (DWH) berkaitan erat mengenai persoalan manusia dengan masyarakat, manusia dengan alam, bahkan manusia dengan Tuhan. Hal ini menyangkut berbagai alasan (Priyadi, 2016):



Pariwisata bukanlah suatu kegiatan yang berada di ruang hampa namun bersentuhan langsung dengan hidup dan kehidupan



Pariwisata bersifat sangat dinamis dan kreatif



Pariwisata tidaklah eksklusif, maksudnya pariwisata tidak hanya menyangkut suatu bangsa tertentu



Pariwisata selalu mempertemukan dua atau lebih kebudayaan yang berbeda

Wisata halal menjadi tantangan tersendiri bagi Indonesia. Dalam satu hingga dua tahun terakhir Indonesia menjadi sorotan negara-negara lain dalam kegiatan internasional dan forum dengan negara lain. Sehingga secara langsung akan berdampak pada kesiapan infrastruktur yang desa wisata menjadi faktor di dalamnya. Dengan kolaborasi pemerintah, swasta lembaga syariah dan organisasi masyarakat Islam. Wisata halal akan memberikan kontribusi besar bagi pendapatan ekonomi negara. Sebab sebagai negara dengan mayoritas muslim sudah selayaknya Indonesia menjadi tumpuan dan acuan destinasi halal bagi wisatawan, baik lokal maupun interlokal.

Masyarakat desa berperan penting dalam pembentukan desa wisata halal, karena sumber daya alam dan keunikan tradisi dan budaya yang berdasarkan kearifan lokal melekat pada mereka dan hal ini merupakan unsur penggerak utama kegiatan desa wisata

halal yang memiliki nilai Islami. Proses pemberdayaan masyarakat secara teoritis dapat dilakukan melalui proses emansipatif, yaitu dari masyarakat, oleh rakyat dan untuk masyarakat, serta didukung oleh pemerintah bersama masyarakat.

Dengan kata lain, suatu desa dapat mengembangkan desa wisata dilihat dari berbagai macam elemen. Pemerintah dengan masyarakat dan konsep *halal tourism* diharapkan menjadi sebuah batu loncat untuk mengembangkan desa wisata. Dengan demikian masyarakat suatu desa akan mendapatkan *feed back* berupa peningkatan pendapatan suatu masyarakat desa. Oleh karena itu, jika dilihat dari berbagai literatur, teori dan aplikasi yang sudah dipaparkan seyogyanya pelaksanaan program Desa Wisata Halal berdasarkan keindahan alam dan keunikan kearifan lokal dengan basis pemberdayaan masyarakat lokal yang berlandaskan syariah bisa menjadi diversifikasi produk/jasa pariwisata syariah di Indonesia.

Kesimpulan

Sektor pariwisata memiliki potensi serta kontribusi dalam meningkatkan perekonomian, baik dalam skala regional ataupun nasional. Wisata halal secara langsung mampu meningkatkan perekonomian suatu daerah. Dengan nilai-nilai Islam yang dibawa sehingga mampu menarik wisatawan baik lokal dan interlokal dengan tidak menutup kemungkinan wisatawan non-muslim menjadi bagian wisatawan wisata halal. Dengan potensi wisata desa yang cukup banyak ditambah dengan pemberdayaan konsep dan implementasi wisata halal seperti lokasi pariwisata yang dipilih merupakan model wisata yang diperbolehkan kaidah Islam dan dapat meningkatkan nilai-nilai spiritual, mengkonsumsi makanan dan minuman dari segi kehalalannya, serta fasilitas yang disediakan berjalan sesuai dengan prinsip-prinsip nilai Islam. Untuk mengimplementasi semua konsep di atas, tentu diperlukan hubungan yang harmonis dari pemerintah dan masyarakat sekitar demi mewujudkan desa wisata halal dalam rangka meningkatkan perekonomian suatu daerah.

Daftar Pustaka

- Adinugraha, H. H., Sartika, M., & Kadarningsih, A. (2018). Desa Wisata Halal: Konsep Dan Implementasinya Di Indonesia. *HUMAN FALAH: Volume 5. No. 1 Januari – Juni 2018*, 30.
- Amin, M. (2011). *Fatwa dalam Sistem Hukum Islam*. Jakarta: ELSAS.
- Arifin, J. (2015). WAWASAN AL-QURAN DAN SUNNAH TENTANG PARIWISATA. *An-Nur, Vol. 4 No. 2*, 147-166.
- Baalbaki, R. (1995). *Al Mawrid A Modren Arabic English Dictionary*. Beirut: Dar al Ilm Almalayin.
- Cahyu. (2018, September 24). *Industri Pariwisata Indonesia Kian Meningkat Pesat*. Retrieved from liputan6.com: <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/3650849/industri-pariwisata-indonesia-kian-meningkat-pesat>
- Echols, J. M., & Shadily, H. (2010). *Kamus Indonesia Inggris*. Jakarta: Gramedia.

- El-Gohary, H. (2016). Halal tourism, is it really Halal? *Tourism Management Perspectives*, 124-130.
- Haris, H., & Nashirudin, M. (2019). Lombok as An Indonesian Halal Travel Destination. *Shirkah Journal of Economics and Business Vol. 4 No. 3, September - December*, 481-491.
- Hidayat, A. A., & Sani, A. F. (2020, Februari 25). *Genjot Pariwisata, Pemerintah Anggarkan Rp 72 M untuk Influencer*. Retrieved from [bisnis.tempo.co: https://bisnis.tempo.co/read/1312156/genjot-pariwisata-pemerintah-anggarkan-rp-72-m-untuk-influencer?page_num=2](https://bisnis.tempo.co/read/1312156/genjot-pariwisata-pemerintah-anggarkan-rp-72-m-untuk-influencer?page_num=2)
- Muhamad. (2017). *Lembaga Perekonomian Islam. Prespektif Hukum, Teori, dan Aplikasi*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Jaelani, A. (2017). Halal tourism industry in Indonesia: Potential and Prospect. *International Review of Management and Marketing, Vol. 7 No. 3*, 23-34.
- Priyadi, U. (2016). *Pariwisata Syariah Prospek dan Perkembangan*. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Ramadhany, F., & Ridlwan, A. A. (2018). Implikasi Pariwisata Syariah Terhadap Peningkatan Pendapatan dan Kesejahteraan Masyarakat. *Muslim Heritage, Vol. 3, No.1, Mei 2018*, 162.
- Ruslan, H. S. (2017, Januari 6). *Alquran Sebut Kata Halal 30 Kali*. Retrieved from [www.republika.co.id: https://www.republika.co.id/berita/dunia-islam/mozaik/17/01/06/ojclls313-alquran-sebut-kata-halal-30-kali](https://www.republika.co.id/berita/dunia-islam/mozaik/17/01/06/ojclls313-alquran-sebut-kata-halal-30-kali)
- Subarkah, A. R. (2018). Potensi dan Prospek Wisata Halal Dalam Meningkatkan Ekonomi Daerah (Studi Kasus: Nusa Tenggara Barat). *Jurnal Sospol, Vol 4 No 2*, 49-50.
- Sukmadinata, N. S. (2008). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya.
- Ulum, F. (2019). Inovasi Pariwisata Syariah di Indonesia: Analisis Fatwa MUI No 108/MUI-DSN/X/2016. *TSAQFAH Jurnal Peradaban Islam, Volume 15, Number 1*, 119-136.
- WTTC. (2020). *The Importance Of Travel & Tourism In 2019*. London: WTTC.