

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang

Sumber daya alam yang melimpah menjadi kekayaan tersendiri bagi bangsa Indonesia. Karakteristik wilayah yang berbentuk kepulauan menjadikan bangsa Indonesia ini kaya akan budaya, adat istiadat dan bahasa.<sup>1</sup> Tidak hanya itu nuansa alam yang menyuguhkan keindahan tiada tara membuat alam Indonesia menjadi suguhan yang sangat menarik bagi wisatawan lokal maupun asing.<sup>2</sup> Hal inilah yang dapat merangsang perkembangan bisnis pariwisata di Indonesia.

Kepariwisataan (*tourism*) bukanlah hal yang baru di Indonesia.<sup>3</sup> Kegiatan ini telah ditempatkan sebagai objek kegiatan nasional sejak pertama kali Indonesia menentukan kebijakan pembangunan. Sejak semula pemerintah Indonesia telah menyadari karakter khas dan sifat multidimensi dari kegiatan kepariwisataan, dan karena itu kebijakan kepariwisataan ditempatkan sebagai sub-kebijakan tersendiri, yaitu kebijakan kepariwisataan, namun dibawah bidang yang berbeda-beda.<sup>4</sup>

---

<sup>1</sup> Aditya Yuli, "City Branding Sebagai Strategi Pengembangan Pariwisata DiTinjau Dari Aspek Hukum Merek (Studi Kasus City Branding Daerah Istimewa Yogyakarta Sebagai Daerah Tujuan Wisata Unggulan Di Indonesia), *Jurnal Ilmiah Ilmu Hukum Qisti*, Vol. 5, No. 1, (Januari 2011), 50.

<sup>2</sup> Muhammad Satrian Duva, "City Branding Pariwisata Kota Palembang (Studi Dinas Pariwisata Kota Palembang Tahun 2018), (Skripsi, Universitas Sriwijaya, 2018)

<sup>3</sup> Aditya Yuli, "City Branding Sebagai Strategi Pengembangan Pariwisata DiTinjau Dari Aspek Hukum Merek (Studi Kasus City Branding Daerah Istimewa Yogyakarta Sebagai Daerah Tujuan Wisata Unggulan Di Indonesia), *Jurnal Ilmiah Ilmu Hukum Qisti*, Vol. 5, No. 1, (Januari 2011), 51.

<sup>4</sup> Ida Bagus Wyasa Putra, *Hukum Bisnis Pariwisata* (Bandung: Rafika Aditama, 2008), 2.

Dunia Pemasaran Pariwisata khususnya untuk memasarkan dan mengembangkan potensi suatu daerah saat ini banyak dilakukan baik di kota besar maupun kota kecil di Indonesia. Berbicara mengenai pemasaran potensi daerah, potensi alam yang dimiliki suatu daerah menjadi andalan pengelola, pemegang saham bahkan pemerintah guna dikelola menjadi destinasi pariwisata. Pariwisata saat ini bisa dikatakan menjadi salah satu sektor yang dapat meningkatkan pendapatan daerah serta menunjang pertumbuhan ekonomi bagi daerah.<sup>5</sup>

Indonesia memang memiliki potensi wisata yang menarik minat para pelancong dari berbagai negara. Sebagai salah satu negara maju di Asia, bahkan dunia, Indonesia menawarkan perpaduan antara keindahan alam dengan keunikan budaya tradisional. Sistem transportasi yang maju dan menjangkau seluruh wilayahnya juga membuat wisatawan mudah untuk berpindah dari satu kota ke kota lain. Di sisi lain, wisatawan dapat dilihat arsitektur bangunan khas suku adat dan pertunjukkan budaya atau seni tradisional yang ada di Indonesia, terutama di kota bersejarah.

Perpaduan ini terbukti dengan diperkuatnya 9 objek wisata yang terdaftar dalam *world heritage* UNESCO. Objek wisata yang masuk dalam daftar tersebut sangat beragam dari objek wisata alam seperti Taman Nasional Ujung Kulon yang berada di Banten, hingga objek wisata yang bersejarah sarat dengan nilai budaya seperti Candi Prambanan dan Candi Borobudur.<sup>6</sup>

---

<sup>5</sup> Nasrul Qadarochman, "Analisis Penerimaan Daerah Dari Sektor Pariwisata Di Kota Semarang dan Faktor-Faktor Yang Mempengaruhinya" (Skripsi, Universitas Diponegoro, 2010)

<sup>6</sup> UNESCO World Heritage Centre, World Heritage List, di akses pada 14 April 2020, <http://whc.unesco.org/en/list/>

Oleh karena itu, bukan hal yang aneh apabila Indonesia menjadi magnet yang menarik para wisatawan dari penjuru dunia.

Eksistensi pariwisata dalam beberapa tahun terakhir juga dapat dikatakan stabil bahkan cenderung meningkat, menurut data dalam *travel & Tourism competitiveness Report* dari *World Economic Forum* tahun 2016 menunjukkan bahwa Indonesia melompat dari peringkat 70 di tahun 2013 menjadi peringkat 50 di tahun 2015. Lompatan ini disebabkan oleh pertumbuhan cepat dari kedatangan turis asing ke Indonesia dimana pada tahun 2013 sebanyak 8,802,129 dan pada tahun 2015 meningkat menjadi 9,729,350.<sup>7</sup>

Pertumbuhan dan perkembangan dibidang sektor wisata semakin gencar dilakukan sebagai sebuah industri karena terbilang sangat menjajikan dan juga dapat digunakan sebagai promosi kesuatu negara, daerah, maupun kota. Tentu saja hal ini dapat berkembang dengan baik apabila mendapat dukungan berbagai elemen seperti halnya pemerintah, masyarakat setempat maupun pihak swasta, situasi politik dan keamanan yang kondusif juga menjadi sebuah faktor penting untuk menjamin keberlangsungannya.

Akhir-akhir ini, wisata halal, atau yang disebut dengan *halal tourism* memang sedang menjadi tren di industri pariwisata Internasional. Wisata halal dibedakan dari wisata religi (*religious tourism*) ataupun wisata islami (*Islamic tourism* atau biasa disebut wisata syariah di Indonesia). Beberapa contoh wisata religi, misalnya wisata umat Kristiani ke tanah suci Palestina, ibadah

---

<sup>7</sup> Indonesia Investment Report, 'Industri Pariwisata Indonesia', [www.Indonesia-Investments.com](http://www.Indonesia-Investments.com), 2016, di akses 13 April 2020, <https://www.indonesia-investments.com/id/bisnis/industri-sektor/pariwisata/item6051?>

Haji dan umroh ke Mekah, atau kunjungan kaum Yahudi ke makam suci di Israel.<sup>8</sup> Dari contoh tersebut, dapat disimpulkan bahwa istilah wisata religi tidak identik dengan kegiatan wisata yang dilakukan oleh umat *Islam* saja.

Konsep wisata Islam meliputi meliputi semua perjalanan yang dilakukan oleh orang-orang Islam yang menjadikan agama sebagai pertimbangan penting, meskipun bukan sebagai motivasi utama.<sup>9</sup> Dari devinisi tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa wisata islami merupakan wisata yang dilakukan sesuai dengan syariat atau ketentuan dalam agama Islam.

*Halal tourism* memiliki definisi yang berbeda jika dibandingkan dengan konsep yang disebutkan sebelumnya. *Halal tourism* berakar dari konsep “halal”. Kata halal berasal dari bahasa Arab yang berarti “dijinkan” atau “diperbolehkan”. Dalam Islam, konsep halal tidak hanya berkaitan dengan produk makanan/minuman, melainkan semua aspek dalam kehidupan orang *Islambaik* laki-laki maupun perempuan. Konsep ini mengharuskan umat *Islam* untuk hanya mengonsumsi produk yang diijinkan/diperbolehkan sesuai dengan ajaran agama, termasuk produk makanan/minuman, perbankan dan financial, pariwisata, kosmetik, pekerjaan, dan lain-lain.<sup>10</sup>

Komite Tetap Kerjasama Ekonomi dan Komersial Organisasi Kerjasama *Islam* (COMCEC) menyebut *halal tourism* dengan istilah *Muslim*

---

<sup>8</sup> Hatem El-Gohary, “Halal Tourism, Is It Really Halal?”, *Tourism Management Perspectives*, Vol. 19, Part B, (Juli 2016): 124-130, di akses 13 April 2020, <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2015.12.013>.

<sup>9</sup> Joan C. Henderson, “Sharia Compliant Hotels”, *Tourism and Hospitality Research*, No. 10 (Juni 2010), di akses pada 14 April 2020, <http://doi.org/10.1057/thr.2010.3>.

<sup>10</sup> Hatem El-Gohary, “Halal Tourism, Is It Really Halal?”, *Tourism Management Perspectives*, Vol. 19, Part B, (Juli 2016): 124-130, di akses 13 April 2020, <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2015.12.013>.

*Friendly Tourism* (MFT) dan mendefinisikanya sebagai “*Muslim travelers who do not wish to compromise their basic faith-based needs while traveling for a purpose, which is permissible*”, or it also be defined as “*halal conscious travelers, traveling for any purposes, which is halal (permissible)*”.<sup>11</sup>

COMCEC menyebutkan bahwa kerangka konseptual MFT terdiri dari tiga komponen. Pertama, kebutuhan berdasarkan kepercayaan para wisatawan muslim (*key faith-based needs*). COMCEC mengidentifikasi sedikitnya ada enam kebutuhan yang didasari kepercayaan para wisatawan muslim. Kebutuhan tersebut adalah kebutuhan akan makanan halal, fasilitas ibadah shalat, pelayanan pada bulan Ramadhan, ketersediaan air di kamar kecil, tidak ada aktivitas non halal, serta pelayanan dan fasilitas rekreasional dengan privasi.

Komponen kedua adalah motivasi dan alasan wisatawan muslim bewisata/bepergian (*demand side key themes*). Berdasarkan pada motivasi dan alasan melakukan perjalanan, COMCEC mengelompokkan empat jenis perjalanan yang dilakukan oleh wisatawan muslim, yaitu perjalanan religi, perjalanan liburan, perjalanan bisnis, dan perjalanan kesehatan.

Komponen ketiga adalah fasilitas serta pelayanan penerimaan tamu dan perjalanan (*supply side key themes*). Komponen ini berkaitan dengan penyediaan pelayanan dan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan dasar wisatawan muslim sesuai dengan motivasi atau alasan wisatawan muslim

---

<sup>11</sup> Standing Committee for Economic and Commercial Cooperation of the Organization of Islamic Cooperation (COMCEC), “Muslim Friendly Tourism: Understanding the Demand and Supply Sides In the OIC Member Countries”, *COMCEC Coordination Office*, August, 2016, 1–148 <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0074711>.

melakukan perjalanan kesebuah objek wisata. Fasilitas tersebut meliputi layanan sarana transportasi, akomodasi, sarana objek wisata, agen perjalanan, dan sumber daya manusia.

Data yang dihimpun dari *Global Muslim Travel Index* (GMTI) menunjukkan bahwa, jumlah wisatawan muslim yang berkunjung ke Indonesia yaitu pada kisaran angka 131 juta orang pada tahun 2016 dan 131 juta orang pada tahun 2017, dan angka tersebut ditargetkan mencapai 158 orang pada tahun 2020. Hal tersebut membuat Indonesia berada di nomor dua atas kunjungan wisata muslim dari anggota oki yang lain.<sup>12</sup>

Peningkatan jumlah wisatawan muslim di Indonesia ini memicu tumbuhnya pariwisata halal di Kabupaten Pasuruan. Secara geografis, Kabupaten Pasuruan merupakan sebuah kawasan wisata yang berada di jalur poros pariwisata Surabaya-Malang, Surabaya-Bali, Malang-Bali, atau yang biasa disebut dengan jalur segitiga emas, sehingga sangat potensial. Kabupaten Pasuruan memiliki potensi daya tarik wisata yang bervariasi yang meliputi daya tarik wisata alam, daya tarik wisata budaya dan daya tarik wisata buatan, yang ketiganya jika digabungkan akan mampu menjadi daya tarik tersendiri bagi turis domestik maupun internasional.

Wisata halal Pintu Langit merupakan wisata yang baru rampung dibangun di Kabupaten Pasuruan, tepatnya berada di kawasan pariwisata Tretes. Dengan sumber daya alam dan budaya yang melimpah serta potensi pasar lokal, nasional hingga internasional yang signifikan, wisata halal Pintu

---

<sup>12</sup> Very Anggar, "Potensi Besar Wisata Halal", *katadata.co.id*, 2019 di akses pada 14 April 2020, <https://katadata.co.id/infografik/2019/03/05/potensi-besar-wisata-halal#>.

Langit dikembangkan menjadi salah satu wisata yang berwawasan lingkungan dengan mengimplementasikan nilai-nilai Islam. Pemilihan konsep tersebut dinilai paling sesuai karena wisata halal Pintu Langit ini masuk dalam wilayah Kabupaten Pasuruan yang dikenal sebagai kota santri, karena terdapat ratusan pesantren, sehingga masyarakatnya sangat agamis. Selain itu juga ada *good will* dari pemerintah untuk merubah *image negative* kawasan Tretes Prigen Pasuran yang menjadi tempat pusat prostitusi menjadi kawasan pusat wisata keluarga.<sup>13</sup>

Dalam Penelitian Aan Jaelani tahun 2017, disebutkan bahwa Pariwisata Halal di Indonesia memiliki prospek ekonomi yang baik sebagai bagian dari industri pariwisata nasional. Di sisi lain, inti dari wisata halal menekankan prinsip-prinsip syari'ah dalam pengelolaan pariwisata dan pelayanan yang santun dan ramah bagi seluruh wisatawan dan lingkungan sekitarnya.<sup>14</sup>

Berdasarkan latar belakang tersebut, perkembangan wisata halal Pintu Langit di Kabupaten Pasuruan menjadi destinasi wisata halal yang sangat menarik untuk dikaji lebih dalam. Seperti yang telah disebutkan sebelumnya, yaitu bahwa penduduk kabupaten Pasuruan mayoritas muslim sehingga dapat dikatakan bahwa pemahaman masyarakat Pasuruan terhadap konsep halal maupun wisata halal sudah mengetahui. Oleh karena itu, perlu dilakukan penelitian dengan judul **“Perkembangan Wisata Halal Pintu Langit di**

---

<sup>13</sup> Ilfi Nur Diana, “Strategi Pengembangan Kawasan Kepariwisata Islam di Tretes Pasuruan”, (*Laporan Penelitian Kompetitif Tahun Anggaran 2016*, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang 2016)

<sup>14</sup> Aan Jaelani, “Industri Wisata Halal di Indonesia: Potensi dan Prospek”, (Paper Presented at Munich Personal RePEc Archive, Januari 3, 2017), <https://mpra.ub.uni-munich.de/76237/>

**Kabupaten Pasuruan**". Penelitian ini guna untuk melihat apakah fasilitas wisata halal disana telah sesuai dengan standar wisata halal dalam pandangan wisatawan muslim. Dalam penelitian ini penulis akan berfokus pada tiga hal yakni 1) potensi wisata halal Pintu Langit yang dimiliki di Jawa Timur, 2) pengaplikasian konsep *omotenashi* dalam industri wisata halal untuk meningkatkan bisnis pelayanan, dan 3) fasilitas yang disediakan untuk memenuhi kebutuhan wisatawan muslim serta permasalahan-permasalahan yang berkaitan dengan fasilitas tersebut. Hasil pembahasan ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai perkembangan industri wisata halal Pintu Langit di Pasuruan.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, dapat disimpulkan beberapa rumusan masalah, antara lain:

1. Bagaimana potensi wisata halal Pintu Langit bagi wisatawan di Jawa Timur?
2. Bagaimana implementasi konsep *omotenashi* wisata halal Pintu Langit?
3. Apa saja Fasilitas yang disediakan di wisata halal Pintu Langit?

### **C. Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini berdasarkan rumusan masalah di atas antara lain:

1. Untuk menganalisis apakah wisata halal Pintu Langit berpotensi pada wisatawan di Jawa Timur.
2. Untuk menganalisis sejauh mana perkembangan wisata halal Pintu Langit.
3. Untuk menganalisis apakah fasilitas yang disediakan wisata halal Pintu Langit mempunyai standar dengan konsep wisata halal.

### **D. Kegunaan Penelitian**

1. Bagi Akademisi

Menambah pengetahuan keilmuan terkait dengan wisata halal dan memberikan informasi yang berguna terkait pelayanan dan fasilitas yang harus diberikan terhadap wisatawan.

2. Bagi Manajer Wisata Halal Pintu Langit

Dapat memberikan masukan positif yang membangun, untuk mengembangkan wisata halal dengan memperhatikan pelayanan dan fasilitas yang harus diberikan.

3. Bagi Masyarakat

Bisa dijadikan bahan referensi bagi masyarakat sekitar khususnya pengelola usaha agar melakukan peningkatan dan pengembangan usaha dengan memanfaatkan jumlah wisatawan yang berkunjung ke wisata halal Pintu Langit.

#### 4. Bagi Wisatawan

Dapat memberikan informasi dan menambah wawasan terkait hak yang harus dimiliki wisatawan atas pelayanan dan fasilitas yang harus diberikan oleh wisata halal Pintu Langit.