

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara yang mempunyai populasi Muslim terbesar di dunia, menghabiskan total pengeluaran USD 218,8 miliar pada sektor ekonomi Islam di tahun 2017, dengan 215 juta Muslim direpresentasikan 13 persen dari populasi Muslim dunia pada 2015 (Analisis *DinarStandard*). Menurut laporan *State of the Global Islamic Economy* 2019/2020, peringkat Indonesia mengalami peningkatan dari posisi ke-10 naik ke posisi 5 untuk ekonomi Islam dunia, dimana menyalip beberapa negara lainnya. Hal ini didorong oleh kenaikan peringkat makanan halal, dengan peningkatan besar dalam acara dan liputan media terkait dengan makanan halal yang mendorong Halal *awareness*.

**Tabel 1. 1**

**Negara Teratas Menurut *Global Islamic Economy* (GIE) Indikator 2019 – 2020**

Peringkat	Negara	Skor
1	Malaysia	111
2	Uni Emirat Arab	79
3	Bahrain	60
4	Saudi Arabia	50.2
<b>5</b>	<b>Indonesia</b>	<b>49</b>
6	Oman	48.7
7	Jordania	47.2
8	Pakistan	45
9	Kuwait	45
10	Qatar	44

Sumber: *An Inclusive Ethical Economy State of the Global Islamic Economy Report 2018/19*.

Berdasarkan tabel pemeringkatan berdasarkan GIE indikator tersebut, posisi Indonesia berada di peringkat 5 besar di antara negara-negara *Organisation of Islamic Cooperation* (OIC) dengan skor 49.

Penilaian yang digunakan *Global Islamic Economy* tersebut adalah dengan mengakumulasikan skor sesuai sub-sektor ekonomi Islam, seperti makan dan minuman halal, keuangan Islam, pariwisata halal, fesyen halal, media dan rekreasi halal, dan farmasi halal. Pada kategori Fesyen halal, Indonesia menduduki peringkat ke-3 dengan skor 37.9 setelah Uni Emirat Arab dan Turki di posisi puncak. Kemudian pada sektor pariwisata halal, Indonesia mendapatkan peringkat keempat dengan skor 52 serta pada sektor keuangan Islam, Indonesia menduduki posisi ke-5 dengan skor 54. Sedangkan dalam kategori makan dan minuman halal, media dan rekreasi halal serta farmasi halal, Indonesia tidak masuk 10 besar dengan masing-masing skor 47, 17 dan 42.

Suatu fakta yang berbanding terbalik dengan populasi muslim terbesar di dunia, Indonesia dalam industri halal menempati posisi buncit. Selain fesyen halal, pariwisata halal dan keuangan Islam, Indonesia tidak masuk ke dalam 10 besar makanan dan minuman halal, media rekreasi halal dan farmasi halal. Menurut KNEKS dalam Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia 2019–2024, “kondisi industri syariah di Indonesia saat ini menunjukkan bahwa sebagian besar konsumsi produk yang sesuai syariah atau halal di Indonesia masih dipasok dari produk-produk impor. Pasokan produk halal yang diimpor untuk memenuhi kebutuhan permintaan dalam negeri juga secara tidak langsung mempengaruhi neraca perdagangan Indonesia yang saat ini terus mengalami peningkatan defisit”.

Menurut Wilson (2018) dalam bukunya “*Halal Branding*”, halal industri dan rantai pasoknya memiliki berbagai macam sektor yaitu: utilitas halal, peternak halal, sistesis halal, transportasi halal, pakanan halal, fesyen halal, barang rumah tangga halal, farmasi halal, rekreasi halal, saluran komunikasi halal dan layanan profesional halal.

Penjabaran Wilson tersebut menyatakan bahwa banyaknya aspek yang harus diperhatikan perihal industri halal serta rantai pasoknya. Di Indonesia sendiri, telah banyak aspek yang dijalankan tetapi belum maksimal melainkan hanya melahirkan potensi demi potensi. Menurut KNEKS dalam Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia 2019-2024, “strategi untuk mencapai visi Indonesia sebagai pusat ekonomi syariah terkemuka dunia adalah penguatan rantai nilai halal (*halal value chain*). Di dalamnya terdapat sejumlah industri yang berkaitan dengan kebutuhan masyarakat Muslim yang terbagi menjadi beberapa klaster, yakni: makanan dan minuman halal, pariwisata halal, fesyen muslim, media dan rekreasi halal, farmasi dan kosmetik halal serta energi terbarukan”.

KNEKS pada Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia 2019-2024 memaparkan,

“dalam mengembangkan potensi ekonomi syariah daerah, selain memprioritaskan potensi industri halal juga mempertimbangkan potensi daya tarik wisata halalnya. Berdasarkan Ripparnas (Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional) 2015 – 2025, beberapa destinasi halal adalah provinsi Aceh, Sumatera Barat, Yogyakarta dan Sulawesi Selatan. Hal ini di antaranya memperhitungkan aspek sosial mencakup peran budaya dan nilai-nilai Islam pada daerah-daerah tersebut. Oleh karena itu, dalam pengembangan industri halal, Masterplan Ekonomi Syariah di antaranya mencakup sampel beberapa daerah yaitu provinsi Aceh, Sumatera Barat, Jawa Barat, Jawa Timur, Daerah

Istimewa Yogyakarta, Kalimantan Selatan, Sulawesi Selatan, dan Nusa Tenggara Barat”.

Dalam memudahkan untuk melihat potensi yang ada, KNEKS juga telah memetakan beberapa sektor potensial pengembangan ekonomi syariah serta sektor ekonomi utama yang bersentuhan langsung dengan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB). Dalam memetakan, KNEKS mengelompokkan ke dalam masing – masing provinsi yakni delapan daerah yang dianggap memiliki pengembangan yang potensial.

**Tabel 1. 2 Sektor Ekonomi dan Potensi Pengembangan Ekonomi Syariah Pada 8 Provinsi di Indonesia**

<b>PROVINSI</b>	<b>SEKTOR EKONOMI UTAMA (TERHADAP PDRB)</b>	<b>SEKTOR POTENSIAL PENGEMBANGAN EKONOMI SYARIAH</b>
<b>Aceh</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pertanian, kehutanan, dan perikanan (29,60%)</li> <li>• Perdagangan besar, eceran, reparasi kendaraan bermotor(16,07%)</li> <li>• Administrasi pemerintahan, pertahanan,dan jaminan sosial wajib (9,56%)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Keuangan syariah</li> <li>• Makanan dan minuman halal</li> <li>• Pariwisata halal</li> </ul>
<b>Sumatra Barat</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pertanian, kehutanan, dan perikanan(23,55%)</li> <li>• Perdagangan besar, eceran, reparasi kendaraan bermotor(15,05%)</li> <li>• Transportasi dan pergudangan (12,64%)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Makanan dan minuman halal</li> <li>• Pariwisata halal</li> </ul>
<b>Jawa Barat</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Industri pengolahan (42,29%)</li> <li>• Perdagangan besar, eceran, reparasi kendaraan bermotor(15,10%)</li> <li>• Konstruksi (8,26%)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Modest Fashion</i></li> <li>• Makanan dan minuman halal</li> <li>• Pariwisata halal</li> </ul>

<b>Jawa Timur</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Industri pengolahan(29,03%)</li> <li>• Perdagangan besar, eceran, reparasi kendaraan bermotor(18,18%)</li> <li>• Pertanian, kehutanan, dan perikanan(12,80%)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Makanan dan minuman halal</li> <li>• Pariwisata halal</li> <li>• UMKM</li> </ul>
<b>Yogyakarta</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Industri pengolahan(13,12%)</li> <li>• Penyediaan akomodasi, makan, dan minum (10,32%)</li> <li>• Pertanian (10,01%)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Makanan dan minuman halal</li> <li>• Pariwisata halal</li> <li>• Media dan rekreasi halal</li> <li>• <i>Modest fashion</i></li> </ul>
<b>Nusa Tenggara Barat</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pertanian, kehutanan, dan perikanan(21,97%)</li> <li>• Pertambangan dan penggalian (19,45%)</li> <li>• Perdagangan besar, eceran, reparasi kendaraan bermotor(13,22%)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pariwisata halal</li> <li>• Agrikultur</li> <li>• UMKM</li> </ul>
<b>Sulawesi Selatan</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pertanian, kehutanan, dan perikanan(22,9%)</li> <li>• Perdagangan besar, eceran, reparasi kendaraan bermotor(13,9%)</li> <li>• Industri pengolahan(13,7%)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Makanan dan minuman halal</li> <li>• Pariwisata halal</li> <li>• Kosmetik halal</li> </ul>
<b>Kalimantan Selatan</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pertambangan dan penggalian (20,75%)</li> <li>• Pertanian, kehutanan, dan perikanan(14,59%)</li> <li>• Industri pengolahan(14,39%)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Makanan dan minuman halal</li> <li>• Pariwisata halal</li> </ul>

Sumber: BPS pusat dan provinsi terkait (2018) / Data diolah oleh KNEKS

Dari data tabel diatas, diperlihatkan bahwa sektor ekonomi utama yang berhubungan langsung dengan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) serta sektor potensial pengembangan ekonomi syariah terhadap delapan (8) daerah yang dianggap memiliki potensi yang tinggi terhadap industri ekonomi dan keuangan syariah. Dari paparan tabel diatas, setiap

daerah memiliki keunggulannya masing – masing yang didukung dengan potensi pengembangan ekonomi syariah yang dicanangkan oleh pemerintah. Rata – rata potensi yang dimiliki tiap daerah adalah pariwisata halal serta makanan dan minuman halal.

Untuk menyeimbangkan potensi – potensi tersebut, pemerintah melalui Kementerian Perindustrian membangun kawasan terpadu industri halal di Indonesia.

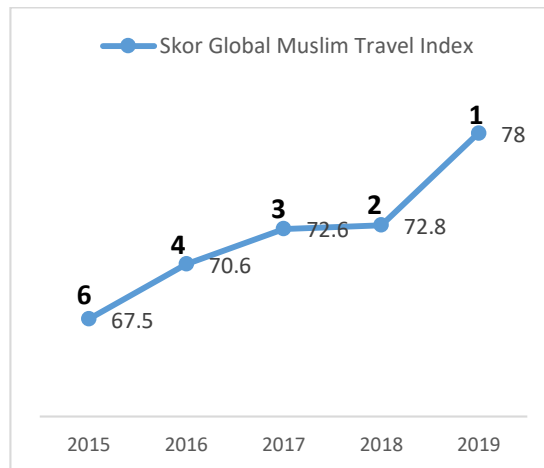
Direktur Perwilayahan Industri Direktorat Jenderal Ketahanan, Perwilayahan dan Akses Industri Internasional (KPAII), Kementerian Perindustrian, Ignatius Warsito, mengatakan pembangunan ini berguna mendukung pemberlakuan sertifikasi produk halal. Penunjukan kawasan terpadu industri halal tersebut terdapat di empat tempat, antara lain: (1) *Batamindo Industrial Estate*, Kepulauan Riau.; (2) *Bintan Industrial Park*, Kepulauan Riau.; (3) *Jakarta Industrial Estate*, Jakarta.; dan (4) *Modern Cikande Industrial Estate*, Banten.

Pariwisata halal adalah segmen pasar pariwisata dunia yang saat ini mendapatkan momentum, dikarenakan pertumbuhan dan ukurannya yang terus meningkat dan mengalami eksponensial (Wilson, 2013). Dewasa ini, konsep halal atau syariah sudah menjadi tolok ukur dalam ekonomi dunia, mulai dari produk makanan dan minuman, keuangan serta gaya hidup. Sebagai suatu hal yang diperhitungkan, sudah banyak negara yang mulai memperkenalkan dan menerapkan produk wisatanya dengan konsep halal atau Islami. Bukan hanya negara yang mayoritas

berpenduduk muslim tetapi negara yang notabene minoritas muslim pun membuat produk wisata halal ini seperti Selandia Baru, Jepang, Inggris, Australia, Thailand, dll. (Abdul Kadir, 2015)

Dilansir dari (*The Telegraph*, 2017), Indonesia masuk dalam 20 negara destinasi pariwisata dengan pertumbuhan tercepat sebesar 15,5%. Hal ini dijelaskan (Kementerian Pariwisata RI dalam Rencana Strategis 2018-2019) dikarenakan pertumbuhan pariwisata Indonesia melebihi pertumbuhan pariwisata regional dan global. Didasari dari capaian tersebut, Pemerintah merujuk sektor pariwisata sebagai salah satu *leading sector* pembangunan Indonesia. Didukung dengan keunggulan produk wisata Indonesia, yakni alam, budaya dan buatan serta perkembangan tren perjalanan/pariwisata di tingkat global yang cenderung meningkat dari tahun ke tahun (Riska Destiana dan Retno Sunu Astuti, 2019).

Peringkat Indonesia dalam *Global Muslim Travel Index* (GMTI) dari tahun ke tahun mengalami kenaikan. Dimulai dari tahun 2015 Indonesia menduduki peringkat keenam dengan skor 67,5 dan sampai di tahun 2019 berhasil menduduki peringkat puncak dengan skor 78. Hal ini dapat dilihat pada grafik berikut.



Sumber: Data Primer (IMTI 2018 Report)

**Gambar 1. 1 Ranking Indonesia dalam Global Muslim Travel Index 2015-2019**

Dapat dilihat pada grafik tersebut bahwa peringkat Indonesia terus mengalami kenaikan dalam hal pariwisata halal. Hal ini merefleksikan pemerintah terus berupaya mengembangkan sektor ini dari tahun ke tahun. Puncaknya di tahun lalu, Indonesia berhasil menduduki posisi puncak.

**Tabel 1. 3 Sepuluh Negara Tujuan Organisation of Islamic Cooperation (OIC) dan Non-OIC dalam Global Muslim Travel Index 2019**

Peringkat	Destinasi OIC	Skor	Destinasi Non-OIC	Skor
1	Indonesia (1)	78	Singapura (10)	65
	Malaysia (1)	78		
2	Turki (2)	75	Thailand (18)	57
3	Saudi Arabia (3)	72	Inggris (25)	53
4	Uni Emirat Arab (4)	71	Jepang (25)	53
5	Qatar (5)	68	Taiwan (25)	53
6	Maroko (6)	67	Afrika Selatan (29)	52
7	Bahrain (7)	66	Hong Kong (31)	51
8	Oman (8)	66	Korea Selatan (34)	48
9	Brunei (9)	65	Prancis (36)	46
10	Jordania (10)	63	Spanyol (36)	46

Sumber: Mastercard-CrescentRating. *Global Muslim Travel Index* (GMTI) 2019.

Berdasarkan laporan *Global Muslim Travel Index* 2019 dalam kelompok destinasi *Organisation of Islamic Cooperation* (OIC), Indonesia (skor indeks 78) menempati peringkat pertama bersama



dengan Malaysia. Disusul Turki (skor indeks 75), Saudi Arabia (skor indeks 72), Uni Emirat Arab (indeks skor 71) dan Qatar (skor indeks 68) pada peringkat kelima. Sedangkan Singapura menjadi tujuan utama untuk destinasi non-OIC, dimana Thailand, Inggris, Jepang dan Taiwan termasuk ke dalamnya. Dalam penyusunan laporan GMTI 2019, datadialalisis secara keseluruhan yang meliputi 100 destinasi dengan hasil rata-rata berdasarkan sembilan kriteria seperti kecocokan sebagai destinasi liburan keluarga dan keamanan (kunjungan wisatawan muslim, destinasi liburan keluarga, perjalanan yang aman), ketersediaan layanan dan fasilitas muslim *friendly* di destinasi wisata (makanan halal, kemudahan akses untuk beribadah, layanan dan fasilitas bandara, pilihan akomodasi), Halal *awareness* (mengutamakan kehalalan, kemudahan komunikasi).

Kementerian Pariwisata Indonesia Republik Indonesia menargetkan 20 juta capaian wisatawan mancanegara pada tahun 2019 dengan 25% atau 5 juta adalah wisatawan muslim (Yahya, 2019). Untuk mencapai target tersebut, Kementerian Pariwisata selanjutnya merumuskan dan membentuk tim pengembangan 10 Destinasi Halal Prioritas Nasional pada tahun 2018 yang didasari pada standar GMTI (Global Muslim Travel Index) yakni Lombok (NTB), Makassar (Sulawesi Selatan), Malang (Jawa Timur), Yogyakarta, Jawa Tengah, Jawa Barat, DKI Jakarta, Sumatera Barat, Kepulauan Riau, Riau dan Aceh (LPPOM MUI, 2019). Namun pada kenyataannya capaian target yang sudah ditetapkan pada tahun 2019 tidak

tercapai, hanya 16 juta dari 20 juta wisatawan mancanegara yang ditargetkan berkunjung ke Indonesia (BPS, 2019), dengan rincian sebagai berikut.

**Tabel 1. 4 Jumlah Wisatawan Mancanegara yang Berkunjung ke Indonesia**

NO	BULAN	JUMLAH
1	Januari	1,201,735
2	Februari	1,243,996
3	Maret	1,311,911
4	April	1,274,231
5	Mei	1,249,536
6	Juni	1,434,103
7	Juli	1,468,173
8	Agustus	1,530,268
9	September	1,388,719
10	Oktober	1,346,434
11	November	1,280,781
12	Desember	1,377,067
<b>JUMLAH</b>		<b>16,106,954</b>

Sumber: Ditjen Imigrasi dan BPS  
(Diolah kembali oleh Kementerian Pariwisata)

Dapat dilihat dalam tabel tersebut kunjungan wisatawan mancanegara pada tahun 2019 berjumlah 16.106.954 dimana kunjungan tertinggi terdapat pada bulan Agustus dengan jumlah 1.530.268 serta terendah dengan jumlah 1.201.735 pada bulan Januari. Hal ini memperlihatkan bahwa target 20 juta kunjungan wisatawan mancanegara pada tahun 2019 tidak tercapai.

Untuk wisatawan muslim sendiri, target capaian 5 juta juga tidak tercapai, berdasarkan data kunjungan wisatawan muslim negara OIC ke Indonesia sebagai berikut.

**Tabel 1. 5 Jumlah Wisatawan Mancanegara Muslim Negara OIC yang Berkunjung ke Indonesia tahun 2019**

NO	BULAN	WARGA NEGARA					
		MALAYSIA	ARAB SAUDI	KUWAIT	MESIR	UEA	TIMTENG LAIN
1	Januari	231,021	8,596	393	1,276	523	5,796
2	Februari	255,407	8,110	354	1,223	491	4,307
3	Maret	260,448	10,064	367	1,557	836	6,570
4	April	245,963	8,289	371	1,838	689	4,369
5	Mei	253,780	2,348	107	776	189	2,315
6	Juni	287,051	26,380	681	2,133	784	6,490
7	Juli	232,760	29,961	908	2,318	1,632	12,201
8	Agustus	258,845	22,965	1,149	2,569	1,263	8,250
9	September	229,173	10,519	324	2,115	579	5,742
10	Oktober	238,656	9,870	333	2,081	571	4,981
11	November	247,866	9,858	361	1,835	747	4,730
12	Desember	239,783	10,516	414	1,633	761	4,479
<b>JUMLAH</b>		<b>2,980,753</b>	<b>157,476</b>	<b>5,762</b>	<b>21,354</b>	<b>9,065</b>	<b>70,230</b>
<b>TOTAL</b>		<b>3,244,640</b>					

Sumber: Ditjen Imigrasi dan BPS  
(Diolah kembali oleh Kementerian Pariwisata)

Dari tabel tersebut didapatkan jumlah kunjungan wisatawan muslim ke Indonesia berjumlah 3.244.640 dimana tidak memenuhi target 5 juta wisatawan muslim pada tahun 2019. Negara OIC dengan kunjungan terbanyak ke Indonesia adalah Malaysia dengan jumlah 2.980.753 serta Kuwait terendah dengan 5.762 kunjungan selama tahun 2019. Dibandingkan dengan negara Asia Tenggara yang lain seperti Malaysia 5 juta orang, Thailand 6 juta orang dan Singapura 4 juta orang wisatawan muslim (Purba, bisnis.com 2019). Indonesia masih tertinggal dalam menggaet wisatawan muslim walaupun Indonesia adalah negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia. Ketertinggalan pariwisata Indonesia dalam menarik wisatawan mancanegara muslim terjadi karena kurangnya fasilitas yang ramah bagi wisatawan mancanegara muslim (Purba, bisnis.com 2019).

Karena tidak tercapainya target wisatawan tersebut serta potensi yang dimiliki Indonesia dalam pariwisata halal sangatlah melimpah. Pemerintah membentuk KNEKS pada pertengahan tahun 2017, KNEKS telah meluncurkan beberapa laporan yakni Masterplan Arsitektur Keuangan Syariah Indonesia (MAKSI) kemudian di tahun 2019 meluncurkan Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia 2019-2024 (MEKSI). Pada laporan-laporan yang diluncurkan, KNEKS memetakan hambatan dan tantangan pada industri keuangan syariah di Indonesia sampai strategi-strategi yaitu penguatan nilai-nilai halal (*halal value chain*).

Berdasarkan paparan di atas, peneliti tertarik menggali lebih dalam bagaimana peran KNEKS dalam mengembangkan industri pariwisata halal di Indonesia yang memiliki sejuta potensi. Ditambah lagi peneliti ingin mengevaluasi strategi program KNEKS dalam pengembangan potensi pariwisata halal Indonesia dengan menggunakan model evaluasi CIPP. Terlebih lembaga ini masih tergolong muda semenjak peresmian. Penelitian ini menitikberatkan mengenai: **“EVALUASI PERAN KNEKS DALAM PENGEMBANGAN POTENSI PARIWISATA HALAL DI INDONESIA DENGAN MODEL CIPP.”**

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, maka peneliti membuat rumusan masalah bagaimana peran Komite Nasional Ekonomi Keuangan Syariah (KNEKS) terhadap pemetaan dan pengembangan potensi pariwisata halal di Indonesia?

### **C. Tujuan**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui peran KNEKS terhadap pemetaan dan pengembangan serta seberapa jauh keberhasilan dari pelaksanaan strategi tersebut dalam pengembangan potensi pariwisata halal di Indonesia.

### **D. Manfaat**

#### 1. Bagi Penulis

Penelitian ini dapat memberikan pengetahuan dan pengalaman terkait dengan permasalahan-permasalahan di dunia nyata sehingga penulis menjadikan penelitian ini sebagai media untuk belajar dalam memecahkan sebuah masalah.

#### 2. Bagi Pembaca

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman secara lebih luas mengenai peran Komite Nasional Ekonomi Keuangan Syariah (KNEKS) terhadap pemetaan dan pengembangan potensi pariwisata halal di Indonesia.

#### 3. Bagi Akademisi

Penelitian ini dapat dijadikan sebagai bahan informasi atau referensi agar penelitian-penelitian selanjutnya dapat memberikan kontribusi yang lebih mendalam lagi terkait dengan peran Komite Nasional Ekonomi Keuangan Syariah (KNEKS) terhadap pemetaan dan pengembangan potensi pariwisata halal di Indonesia.