

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Pariwisata menjadi sektor strategis nasional yang dapat meningkatkan pertumbuhan perekonomian negara, industri pariwisata mampu menyerap tenaga kerja terbesar sehingga dari hal tersebut menjadi harapan besar untuk menurunkan angka kemiskinan (Fatkurrohman, 2017). Setelah hampir seluruh masyarakat dunia terpapar oleh virus Covid-19 sekitar dua tahun terakhir semua sektor mengalami penurunan secara signifikan (Maskuroh, 2023), pada sektor pariwisata dapat dibuktikan adanya penurunan pengunjung mancanegara karena penerapan kebijakan pembatasan setiap negara untuk menutup pariwisatanya. Ketika memasuki era *new normal* pariwisata mancanegara menjadi sektor besar yang terus mendorong perekonomian, walaupun disamping itu terdapat keterbatasan yang harus dipatuhi tetapi tidak menjadi penghalang terhadap naiknya permintaan berwisata masyarakat. Pemerintah menganggap bahwa pariwisata sebagai komoditas ekonomi yang berpeluang meningkatkan pendapatan pertumbuhan ekonomi negara (Slamet *et al*, 2022). Kondisi tersebut tentu dirasakan oleh Indonesia sebagai negara yang wilayahnya menjadi episentrum pariwisata nasional.

وَاللَّهُ جَعَلَ لَكُمْ الْأَرْضَ بِسَاءِ طَالْتَسَلُّكُمْ مِنْهَا سُبُلًا فِجَا جَا

Artinya: “Dan Allah menjadikan bumi untuk mu sebagai hamparan, agar kamu dapat pergi kian kemari di jalan-jalan yang luas” (QS. Nuh [71]:19-20).

Kegiatan pariwisata merupakan suatu perjalanan mengunjungi tempat atau destinasi yang bertujuan untuk rekreasi, liburan, pendidikan, budaya, atau lainnya. Gretzel *et al* (2016) menjelaskan bahwa pariwisata yaitu perjalanan yang dilakukan seseorang dengan tujuan mendapatkan kesenangan atau memenuhi kepuasan.

kegiatan tersebut merupakan suatu penjabaran dari Qur'an surat Nuh (71) ayat 19-20 yang menjelaskan bahwa Allah menjadikan bumi untuk manusia melakukan perjalanan di bumi yang luas itu. Dari hal tersebut maka Allah menganjurkan manusia untuk melakukan dan melihat apa yang ada di bumi melainan atas ciptaannya yang menakjubkan. Begitupun dengan pariwisata yang dimiliki oleh Indonesia dari mulai kekayaan alam, budaya, sejarah, dan beberapa perkembangan pariwisata lainnya.

Pariwisata Indonesia bukan hanya menjadi tulang punggung negara tetapi juga menjadi sektor pendapatan daerah dan masyarakat. Pemulihan pasca Covid-19 mencerminkan pemanfaatan krisis sebagai peluang untuk bangkit yaitu dengan cara membangun destinasi dengan lebih baik (Heslinga *et al*, 2023). Ketika masuknya masa peralihan atau disebut dengan *new normal* pemerintah Indonesia telah mempersiapkan strategi dan inovasi sebagai upaya untuk meningkatkan pariwisata melalui dorongan bidang ekonomi kreatif dan pariwisata. Di buktikan dengan adanya pembangunan pariwisata yang dilakukan oleh beberapa daerah menjadi salah satu cara untuk menumbuhkan pasar dan kepercayaan masyarakat domestik maupun internasional. Era peralihan pandemi merupakan kondisi yang sulit khususnya Indonesia, namun tidak dapat dipungkiri jika masa ini berdampak bagi tingkat permintaan masyarakat terhadap destinasi wisata. Indonesia merupakan salah satu negara yang memiliki banyak peninggalan warisan budaya sehingga dari hal tersebut beberapa destinasi wisata Indonesia diakui dan dikenal oleh dunia. Warisan budaya dengan keragaman ras, suku, bahasa, dan adat istiadat menjadi sebuah potensi pariwisata di Indonesia (Hartarto dan Azizurrahman, 2022). Selain

itu, pemerintah mendorong pembangunan pariwisata yang berdaya saing sehingga dapat menarik konsumen lokal maupun mancanegara. Potensi pembangunan dan pengembangan menjadi target sasaran seperti yang diketahui keragaman budaya, ekosistem, dan sumber daya manusia menjadi modal bagi keberlangsungan pembangunan sektor pariwisata. Kemudian letak demografis yang memiliki pulau-pulau besar dapat menjadi potensi sumber daya alam yang beragam.



Sumber: Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif

GAMBAR 1.1

Statistik Kunjungan Wisatawan

Berdasarkan data statistik laporan kunjungan pariwisata Indonesia sepanjang tahun 2023 sebesar 735.947 mengalami kenaikan sebesar 50,34% dibanding dengan tahun 2022 yang hanya 121.978 kunjungan wisatawan (Kemenparekraf, 2023). Saat ini tren global sedang menjadi pangsa pasar dengan permintaan pariwisata yang melayani minat dari wisatawan muslim, gaya industri untuk menarik wisatawan muslim dikenal juga sebagai pariwisata halal (Battour dan Ismail, 2016). Permintaan tersebut bukan hanya makanan halal ataupun dilihat

dari fasilitas untuk beribadah tetapi tentang bagaimana suatu destinasi dapat menciptakan pariwisata yang ramah muslim dan penerapannya sesuai dengan prinsip-prinsip agama islam (Said et al, 2022). Tren ini merupakan salah satu perkembangan seiring dengan pertumbuhan populasi muslim di seluruh dunia sehingga hal tersebut akan berdampak besar bagi industri global khususnya sektor pariwisata. Tumbuhnya muslim *travellers* akan membuat banyak negara berlomba-lomba sebagai suatu upaya untuk bersaing mendapatkan pasar berdasarkan kebutuhan wisatawan muslim.

Target ini dilakukan oleh Indonesia disamping merupakan negara yang memiliki populasi masyarakat muslim terbesar serta memiliki objek yang beraneka ragam sehingga optimis dapat membentuk destinasi pariwisata halal dunia (Cadith et al, 2022). Saat ini tren pariwisata halal di Indonesia dari tahun ke tahun mengalami pertumbuhan secara signifikan dilihat dari kuantitas maupun kualitas (Fatkurrohman, 2017). Memiliki peluang yang sangat besar pada sektor pariwisata halal, Indonesia sudah menerapkan dan meresmikannya pada tahun 2013. Adapun landasan hukum yang mengatur pariwisata halal diatur pada Undang-Undang Nomor 11 tahun 2020 dan diperkuat dengan adanya landasan hukum pariwisata secara umum yaitu Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan. Selain itu, praktik pariwisata halal diatur pada Fatwa Majelis Ulama Indonesia Nomor 108/DSN-MUI/X/2016 tentang pedoman penyelenggaraan pariwisata berdasarkan prinsip syariah. Hal tersebut merupakan salah satu praktik ekonomi syariah. Terlepas dari praktiknya tujuan ekonomi syariah yaitu membawa perekonomian nasional yang tumbuh inklusif, berkelanjutan, dan kokoh dalam

menghadapi krisis. Di asia tenggara Indonesia merupakan negara yang menerapkan pariwisata halal. Sejalan dengan misi pemerintah yaitu menjadikan Indonesia sebagai pasar wisata halal yang menjanjikan sehingga saat ini pariwisata halal indonesia masuk ke peringkat dunia yang terdaftar pada *Global Muslim Travel Index*.

TABEL 1.1

GMTI 2023 Rangings 20 Destination

GMTI 2023 (Peringkat)	Change VS 2022	Destination	GMTI 2023 Skor
1	1	Indonesia	73
1	0	Malaysia	73
3	-1	Saudi Arabia	72
4	1	United Arab Emirates (UAE)	71
5	-3	Turki	70
6	0	Qatar	69
7	0	Iran	66
7	0	Jordan	66
9	0	Bahrain	65
9	3	Egypt	65
11	1	Kuwait	64
11	-2	Singapore	64
13	-1	Oman	63
13	-4	Uzbekistan	63
15	-3	Brunei	62
15	2	Tunisia	62
17	-5	Marocco	60
17	0	Pakistan	60
19	0	Lebanon	59
20	2	Kazakhstan	58
20	2	Kyrgyzstan	58
20	8	United Kingdom	58

Sumber :Mastercard Crescentrating Global Muslim Travel Index 2023

Pertumbuhan pariwisata halal yang diraih Indonesia berhasil menempati peringkat pertama pada GMTI 2023. Global Muslim Travel Indeks adalah indikator

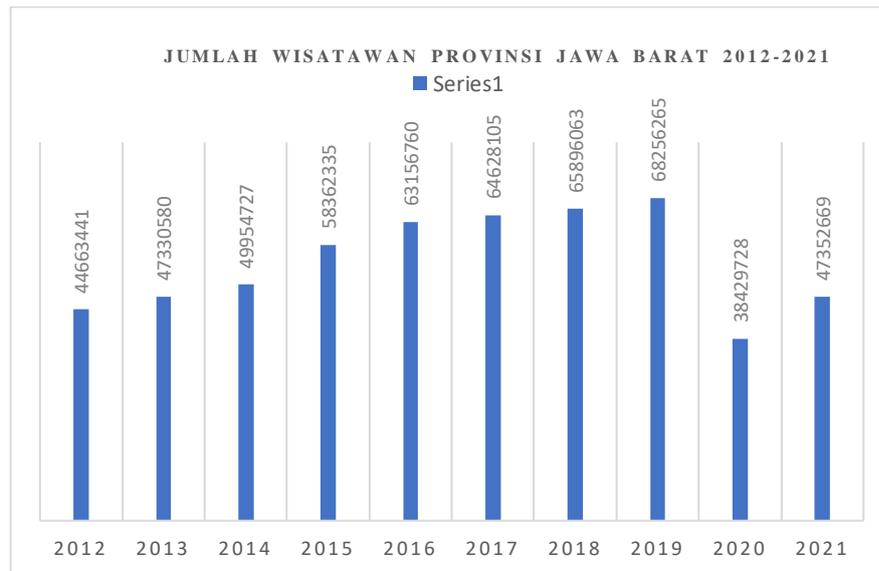
rekap perjalanan yang menilai negara-negara berdasarkan kinerja pasar muslim. Keberhasilan tersebut menjadi tolak ukur bagi Industri khususnya pada bidang pariwisata halal. Pengukuran melalui GMTI berdasarkan hasil dari beberapa aspek yang diperhatikan meliputi pertumbuhan populasi muslim, peningkatan pendapatan, peningkatan milenial muslim, akses travelling, penyediaan jasa kebutuhan ibadah, serta usaha travel. Dengan pencapaian Indonesia yang menempati posisi unggul menjadi keberhasilan sekaligus tantangan untuk mempertahankan. Pemerintah Indonesia merencanakan strategi dalam penguatan beberapa titik lokasi wilayah yang berpotensi untuk mengembangkan Pariwisata Halal. Pemenuhan persyaratan islami pada pariwisata halal dapat dijabarkan seperti destinasi yang ramah muslim, fasilitas beribadah, kamar mandi yang menyesuaikan dengan aturan, konsumsi halal, dan akses wisata. Kurangnya pemahaman pada masyarakat Indonesia sehingga kebanyakan mendefinisikannya sebagai wisata religi atau dikenal sebagai ziarah yang mengarah pada hal spiritual. Pemahaman yang bias ini tentu harus diimbangi dengan promosi atau pengenalan yang intens agar masyarakat domestik mengetahui pariwisata halal yang dimiliki pada beberapa daerah Indonesia.

Pentingnya pembangunan pariwisata halal tentu untuk membangun suatu kebiasaan yang diterapkan oleh masyarakat muslim sehingga dapat dilakukan dimana saja. Berdasarkan penelitian yang sudah dilakukan oleh Sayekti (2019), menjelaskan bahwa strategi yang dapat dilakukan dalam pengembangan wisata halal yaitu melakukan sosialisasi yang dilakukan oleh pemangku kepentingan ke masyarakat, adanya peningkatan infrastruktur yang dilakukan untuk mengintegrasikan

konektivitas ke daerah wisata tujuan, adanya peraturan hukum yang ditetapkan oleh pemerintah daerah untuk pengembangan pariwisata halal, memberikan peluang bagi masyarakat untuk berkontribusi dalam pengembangan inovasi wisata. Sedangkan menurut Huda *et al* (2021), dalam penelitiannya terdapat beberapa strategi dalam pengembangan wisata halal diantaranya strategi infrastruktur, strategi promosi, strategi penginapan hotel, perjalanan, dan makanan halal. Sama halnya dengan penelitian yang sudah dilakukan peneliti yang harus ditekankan dalam pengembangan wisata halal yaitu peningkatan kualitas program yang dibuat agar lebih variatif dan inovatif (Cadith *et al*, 2022). Untuk mengembangkan pariwisata halal pemerintah Indonesia tentunya membuat strategi dengan menetapkan 12 provinsi yang memiliki potensi penerapan destinasi ramah muslim diantaranya Aceh, Sumatera Barat, Riau, Lampung, Banten, DKI Jakarta, Jawa Barat, Jawa Tengah, Yogyakarta, Jawa Timur, Nusa Tenggara Barat, dan Sulawesi Selatan (Hartarto *et al*, 2022).

Pada penelitian ini akan mengkaji terkait wilayah yang berpotensi untuk mengembangkan pariwisata halal yaitu Jawa Barat. Jawa Barat merupakan provinsi yang memiliki peluang besar bagi bidang pariwisata, sekitar 37.040 km² luas wilayahnya terbentang dengan struktur wilayah yang memiliki dataran tinggi, dataran rendah, laut, bukit, pegunungan dan beragam jenis iklim tropi. Banyaknya keberagaman meliputi sejarah, budaya, adat istiadat, dan sumber daya alam menjadi kearifan lokal yang dimiliki wilayah Jawa Barat. Sedangkan dilihat dari infrastruktur dan akses antar daerahnya sudah sangat maju, ketersediaan transportasi dan kemudahan akses jalan cepat sudah tersedia. Kemudian Jawa Barat

memiliki peran yang sangat krusial pada pengembangan ekonomi syariah, dengan jumlah penduduknya yang kurang lebih mencapai 46,5 juta jiwa dengan presentase 98% masyarakatnya mayoritas beragama islam. Oleh karena itu, Jawa Barat memiliki peluang sebagai wilayah yang menjadi poros ekonomi syariah.



Sumber Data: Open Data Jabar

GAMBAR 1.2

Jumlah Wisatawan Jawa Barat 2012-2021

Pertumbuhan pariwisata Jawa Barat setiap tahunnya mengalami kenaikan disamping dorongan pembangunan pariwisata yang semakin progresif. Setelah terkena dampak Covid-19 di tahun 2020 secara dinamis pertumbuhan dirasakan pada tahun 2021 sampai dengan sekarang. Dengan mengetahui presentase tersebut tentu menjadi peluang bagi sektor pariwisata untuk terus mengembangkan potensinya. Berdasarkan Peraturan Daerah Provinsi Jawa Barat Nomor 2 tahun 2022 menjelaskan terkait Pariwisata Jawa Barat memiliki daya tarik terhadap wisata alam, kuliner, sejarah, dan budayanya sehingga diharapkan dapat dilestarikan.

Selain itu, pada landasan tersebut berisi target daerah dengan capaian wisata-wisata yang berpotensi dapat memperhatikan pemberdayaan wisata, penyediaan infrastruktur, sistem informasi dalam pengembangannya.

Pengembangan pariwisata halal di Jawa Barat sangat didukung penuh oleh pemerintah, masyarakat, dan stakeholder lainnya. berpotensi menjadi wilayah unggulan dalam sektor pariwisata terdapat segmen populer pada bidang pariwisata berupa kuliner, fesyen, dan destinasi. Dalam pengembangannya pemerintah Jawa Barat memiliki pedoman pariwisata halal meliputi pengembangan destinasi harus berjalan secara progresif dan berkesinambungan, mengembangkan pariwisata halal dengan penyesuaian aplikatif dan komprehensif bagi stakeholder, kemudian yang terakhir dapat membangun integrasi yang bersinergi dengan semua potensi sumberdaya pegiat wisata halal. Dari pedoman tersebut membangun harapan wisata halal Jawa Barat tumbuh secara inklusif yang tidak hanya menguntungkan muslim saja tetapi semua kalangan atau untuk kemaslahatan bersama.

TABEL 1.2

Jumlah Kunjungan Wisatawan Kota Bandung

Jenis Wisatawan	Jumlah Kunjungan Wisatawan Ke Kota Bandung		
	2019	2020	2021
Wisatawan Mancanegara	252.842	30.210	37.417
Wisatawan Domestik	8.175.221	3.214.390	3.704.263
Jumlah	8.428.063	3.244.600	3.741.680

(Sumber: Badan Pusat Statistik Kota Bandung)

Kunjungan wisatawan ke kota Bandung mengalami penurunan dari semula 8.428.063 pada tahun 2019 menjadi 3.244.600 pada tahun 2020 (61,5%). Namun, penurunan secara drastis tentu membuat pemerintah kota Bandung tidak tinggal diam, setelah mengalami masa yang berat di dua tahun tersebut adanya masa pemulihan menjadi cara untuk meningkatkan pertumbuhan pada sektor pariwisata. Sehingga pada tahun 2020 kunjungan wisatawan mengalami peningkatan dari 3.244.600 menjadi 3.741.680 pada tahun 2021 (15,32%). Hal tersebut tentu menjadi potensi dan peluang bagi wisata kota Bandung untuk meningkatkan destinasi pariwisata. Daerah tanah pasundan atau Bandung menjadi pusat kota Provinsi Jawa Barat. Selain dijadikan pusat administrasi, pariwisata halal berkembang dengan pesat di daerah tersebut. Potensi kota Bandung dapat dilihat berdasarkan letak strategis wilayahnya, selain keindahan alam, kuliner, dan keragaman budayanya Bandung memiliki banyak wisata edukasi. Penelitian ini akan mengkaji destinasi wisata halal yang berada di bagian sebelah timur kota Bandung. Destinasi tersebut menyediakan wisata edukasi yang sekarang menjadi *trend* di kalangan anak muda.

Pesan Trend Yayasan Pemuda Hijrah merupakan salah satu wisata halal yang berkembang di wilayah Cilengkrang Bandung. Pesan Trend bukanlah pesantren pada umumnya. Wisata yang dikenal dengan Pesan Trend memiliki daya tarik untuk semua kalangan sehingga menjadi rekomendasi bagi pengunjung yang ingin merasakan wisata halal yang bernuansa alam. Wisata halal Pesan Trend dikonsep dengan menggunakan tiga indikator meliputi edukasi, *ecotourism*, dan spritual. Edukasi yang diterapkan yaitu Pesan Trend memfasilitasi pendidikan gratis untuk SD dan SMA yang berlokasi pada kawasan. Kemudian selain

menyediakan pendidikan terdapat *ecotourism* sebagai unit bisnis wisata diantaranya yaitu menyediakan penginapan, destinasi wisata, *farming*, dan kafe pemuda hijrah. Selanjutnya dalam hal spiritual Pesan Trend mengadakan program tarbiyyah atau kajian yang menarik. Wisata ini dibentuk dengan target pasar anak muda sehingga pengimplementasiannya harus diterapkan dengan konsep yang *trend* di kalangan generasi muda.

Praktik pariwisata di pesan trend tentu menjadi potensi pengembangan yang harus dipertahankan dan dicontoh oleh wisata halal lainnya. Hal tersebut dikarenakan berdasarkan tujuan wisata halal bukan hanya sekedar destinasi saja tetapi terdapat penerapan islamisasi sebagai bentuk dakwah pada wisata. Oleh karena itu, maka akan dianalisis strategi pengembangan wisata halal yang dilakukan pada kawasan Pesan Trend. Berbeda dengan penelitian terdahulu yang mengkaji strategi-strategi pengembangannya saja, penelitian ini akan menyertakan pengkajian dampak terhadap pembangunan wisata halal. Dampak ini akan mengkaji tiga aspek penting yang menjadi penilaian wisata halal berdasarkan *Global Muslim Travel Index* yaitu meliputi sosial, lingkungan, dan ekonomi.

Dalam menganalisis strategi pengembangan pariwisata yaitu menggunakan analisis SWOT. Dengan menggunakan analisis SWOT sebagai alat ukur untuk bertujuan menganalisis strategi yang tepat untuk mengevaluasi faktor internal maupun eksternal yang berpengaruh terhadap praktik wisata halal yang ada di Pesan Trend (Rangkuti, 2018). Terdapat beberapa peneliti yang sudah melakukan analisis strategi pengembangan wisata halal menggunakan analisis SWOT. Berdasarkan Sayekti (2019) dengan menggunakan analisis SWOT terdapat empat strategi

pengembangan pariwisata di Indonesia melalui sosialisasi kepada masyarakat, mengintegrasikan pembangunan infrastruktur dengan meningkatkan konektivitas ke tempat wisata, penyusunan perundang-undangan, pemberian panduan dan kemudahan berusaha kepada masyarakat. Berbeda dari penelitian sebelumnya Amalia (2022) menjelaskan dalam meningkatkan strategi untuk mengembangkan wisata halal di Jepang yaitu dengan cara penyediaan layanan, meningkatkan citra destinasi, promosi yang intens. Sedangkan dalam strategi pengembangan wisata halal di DKI Jakarta meningkatkan aksesibilitas, infrastruktur, keindahan kota dan pesona kepulauan seribu, serta sinergi pemerintah yang harus ditingkatkan. Berdasarkan latar belakang tersebut penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “ **Strategi Pengembangan Wisata Halal Studi Kasus Pesan Trend Yayasan Pemuda Hijrah Cilengkrang Bandung** ”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan maka terdapat beberapa rumusan masalah yang dapat dikaji dalam penelitian diantaranya:

1. Bagaimana strategi pengembangan yang dilakukan oleh kawasan wisata Pesan Trend dalam pengelolaan Wisata Halal?
2. Bagaimana pengaruh dampak ekonomi yang disebabkan oleh pembangunan wisata halal Pesan Trend?
3. Bagaimana pengaruh dampak sosial yang disebabkan oleh pembangunan wisata halal Pesan Trend?
4. Bagaimana pengaruh dampak lingkungan yang disebabkan oleh pembangunan wisata halal Pesan Trend?

C. Tujuan Penelitian

1. Menganalisis strategi yang tepat dalam pengembangan wisata halal yang dilakukan oleh wisata Pesan Trend untuk menarik kunjungan wisatawan.
2. Menganalisis dampak ekonomi yang terjadi atas pembangunan wisata halal Pesan Trend.
3. Menganalisis dampak sosial yang dipengaruhi oleh pembangunan wisata halal Pesan Trend.
4. Menganalisis dampak lingkungan yang dipengaruhi oleh pembangunan wisata halal Pesan Trend.

D. Manfaat Penelitian

Dari penelitian strategi pengembangan wisata halal dan pengkajian dampak studi kasus kawasan Pesan Trend Yayasan Pemuda Hijrah Cilengkrang Bandung diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan terutama dalam pengembangan wisata halal yang merupakan salah satu praktik dari ekonomi islam. Selain itu, penelitian ini diharapkan memberi informasi bagi peneliti lain untuk mengkaji pariwisata halal.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan dan memberikan informasi dalam melakukan pengembangan pariwisata halal. Para sektor wisata dapat mencontoh strategi yang tepat untuk mengembangkan wisata halal.