

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia menjadi sasaran pengembangan wisata halal dengan visi “Menjadi Negara Tujuan Pariwisata Halal Kelas Dunia” karena Indonesia penduduk mayoritas beragama muslim sebanyak (87,18%) (Hermawan, 2019). Pengembangan wisata halal di Indonesia dilakukan oleh Pemerintah Indonesia melalui Kementerian Pariwisata dengan melakukan kerjasama dengan pihak Majelis Ulama Indonesia (MUI), Lembaga Sertifikasi Usaha (LSU), dan Dewan Syariah Nasional (DSN) (Satriana & Faridah, 2018). Pengembangan pariwisata halal di Indonesia merupakan program prioritas Kementerian Pariwisata yang mampu menunjukkan potensinya sebagai destinasi wisata halal terbaik versi GMTI (*Global Muslim Travel Index*) 2019 dimana menempati posisi pertama dengan memperoleh skor 78 yang bersaing bersama negara destinasi Organisasi Kerjasama Islam dan Non Islam (Febriana, 2021).

GMTI (*Global Muslim Travel Index*) merupakan hasil dari penelitian CrescentRating yang berfungsi sebagai acuan kriteria dalam wisata halal serta sebagai lembaga yang fokus pada pengembangan wisata halal di dunia (Febriana, 2021). GMTI berjalan berdasarkan prinsip-prinsip islam dengan tujuan memberikan fasilitas serta layanan yang ramah kepada wisatawan muslim. GMTI menjadi acuan standarisasi industri wisata halal di Indonesia karena segmen pariwisata halal di Indonesia tidak hanya diperuntukan untuk wisatawan umat muslim saja melainkan wisatawan non muslim. Dalam konsep wisata halal yang menjadi fokus utamanya bukan hanya lokasi atau tempat tujuan, namun meliputi kebutuhan dan kenyamanan pelaku wisata. Konsep pengembangan pariwisata halal di Indonesia bertujuan untuk memenuhi kebutuhan diantaranya layanan makanan dan minuman halal, fasilitas ibadah, toilet memadai, memberi nilai manfaat sosial, program ramadhan, dan bebas dari aktivitas non halal.

Menurut Kementerian Pariwisata Indonesia, terdapat daerah sasaran dalam pengembangan wisata halal, salah satunya Yogyakarta (*National Committee of Islamic Finance*, 2019). Kota Yogyakarta merupakan salah satu destinasi wisata halal yang berbudaya, pendidikan serta memiliki destinasi wisata yang berpengaruh pada perekonomian. Pariwisata di Kota Jogja dikatakan sebagai *moslem friendly* di setiap sudutnya karena menekan kualitas kebersihan dan ketertiban demi kenyamanan wisatawan serta menerapkan unsur sapta pesona, seperti: aman, tertib, bersih, sejuk, indah, ramah tamah, dan kenangan. (<https://warta.jogjakota.go.id/detail/index/6805>, 2019).

Salah satu wisata di Kota Jogja yang memiliki daya tarik serta memiliki potensi pengembangan wisata halal adalah Kampung Wisata. Kampung wisata di Kota Jogja terdiri dari 17 Kampung Wisata. Peraturan penyelenggaraan kampung wisata di Kota Jogja mengacu pada Peraturan Walikota Yogyakarta Nomor 115 Tahun 2016. Pengelolaan Kampung Wisata menerapkan 7 unsur pada sapta pesona yang mana unsur tersebut juga menjadi patokan dalam pengembangan wisata halal. Menurut RPJMD Kota Jogja tahun 2017-2022, bahwa kampung wisata sebagai salah satu yang mendapatkan fokus pada pengembangan karena memiliki daya tarik tersendiri karena kampung wisata memiliki ciri khas masing-masing (Tiarma, 2020).

Kampung Wisata Sosromenduran masuk kedalam 17 kampung wisata. Berdasarkan pengamatan, Kampung Wisata Sosromenduran memiliki aksesibilitas yang mudah karena terletak di pusat Kota Jogja dan dekat dengan kawasan Malioboro. Banyak daya tarik dan keunik dari kampung ini karena berbasis multikultur. Kampung Wisata Sosromenduran memiliki banyak potensi fasilitas pendukung pariwisata, seperti akomodasi, souvenir, kuliner halal, fasilitas tempat ibadah, dan penginapan. Masyarakat Kampung Sosromenduran juga sangat menjaga tradisi dan adat istiadat dengan menyelenggarakan *event* tahunan yaitu ruwahan menjelang bulan suci ramadhan dan kirab budaya. Namun, ada permasalahan yang dihadapi dalam pengembangannya karena distribusi kunjungan wisatawan yang kurang merata pada objek daya tarik wisata di pusat dan pinggir kota. Hal tersebut sering terjadinya penumpukan kegiatan pariwisata di pusat Kota Jogja, yaitu Jalan Malioboro dan sekitarnya (Damayanti & Suprihardjo, 2016).

Dinas Pariwisata Kota Jogja sebagai instansi bidang pariwisata tingkat kota yang dibentuk berdasarkan Peraturan Daerah Kota Yogyakarta No. 5 Tahun 2016 harus menjalankan tugas dengan mewujudkan Kota Jogja menjadi kota tujuan wisata. Adanya kendala dalam pengembangan wisata halal pada destinasi Kampung Wisata Sosromenduran diperlukan peran Dinas Pariwisata Kota Jogja dalam memberikan pemahaman kepada masyarakat yang kurang terkait konsep pariwisata halal sehingga memahami konsep wisata halal. Upaya pengembangan wisata halal dengan cara memfasilitasi dapat dilakukan menggunakan kriteria GMTI (*Global Muslim Travel Index*) dengan menggunakan empat indikator, yaitu aksesibilitas, komunikasi, lingkungan, dan layanan.

Dengan menggunakan kriteria GMTI dalam pengembangan wisata halal diharapkan dapat dijadikan sebagai acuan untuk berbenah dengan mengikuti standar global yang diterapkan, selain itu dapat mendorong wisata di Jogja terutama Kampung Wisata Sosromenduran yang letaknya dekat dengan pinggir kota sehingga dapat dikenal oleh masyarakat luas, meningkatkan jumlah pengunjung, dan distribusi kunjungan wisatawan yang merata, serta mendukung Pemerintah Indonesia dan Pemerintah Yogyakarta dalam pengembangan wisata halal.

Berdasarkan permasalahan, maka penulis ingin melakukan penelitian mengenai **“Upaya Dinas Pariwisata Kota Jogja Dalam Memfasilitasi Wisata Halal Kampung Wisata Sosromenduran”**.

1.2 Rumusan Masalah

Dapat disimpulkan rumusan masalah yang akan diteliti mengenai **Bagaimana Upaya Dinas Pariwisata Kota Jogja Dalam Memfasilitasi Wisata Halal Kampung Wisata Sosromenduran?**

1.3 Tujuan dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis **“Upaya Dinas Pariwisata Kota Jogja Dalam Memfasilitasi Wisata Halal Kampung Wisata Sosromenduran”**.

1.3.2 Manfaat

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi positif yang dapat dijadikan sebagai sumber ilmiah maupun referensi untuk peneliti berikutnya serta dapat memberikan masukan dan pemahaman kepada Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta dalam meningkatkan dan perbaikan wisata halal di Kota Yogyakarta dan Kampung Wisata Sosromenduran.

1.4 Tinjauan Pustaka

Pada bagian ini, akan memaparkan 15 penelitian-penelitian terdahulu yang berkaitan dengan penelitian yang akan diteliti untuk mengemukakan perbedaan dan menghindari kesamaan dalam penelitian.

Table 1. Kerangka Teori

No.	Peneliti dan Judul	Hasil Penelitian	Perbedaan	Kelemahan
1.	Baihaqi (2017) "Peran Badan Promosi Pariwisata Daerah (BPPD NTB) Dalam Membangun Brand Wisata Syari'a Di Nusa Tenggara Barat"	Membangun brand wisata halal di NTB oleh Badan Promosi Pariwisata Daerah NTB dilakukan dengan cara melakukan promosi wisata melalui kompetisi wisata halal dan dalam bidang destinasi dan menjalin hubungan kerjasama dengan maskapai penerbangan.	Penelitian ini membahas mengenai BPPD NTB dalam membangun brand wisata syari'a. Sedangkan penelitian yang diteliti Dinas Pariwisata Kota Jogja dalam memfasilitasi wisata halal di Kota Jogja.	Penelitian ini hanya sebatas peran BPPD NTB dalam membangun brand wisata syari'ah di NTB dalam pembahasan.

2.	Hutapea & Rumia (2019) “Pelaksanaan Kewenangan BP2KY (Badan Promosi Pariwisata Kota Yogyakarta) dalam Kegiatan Promosi dan Pengembangan Destinasi Pariwisata Kota Yogyakarta”	BP2KY telah melakukan tugas dan fungsinya, seperti mengadakan berbagai event atau acara yang dilaksanakan oleh BP2KY untuk menarik perhatian wisatawan yang akan berkunjung ke Kota Yogyakarta.	Penelitian ini membahas mengenai BP2KY dalam melaksanakan promosi pariwisata keseluruhan. Sedangkan penelitian yang diteliti mengenai Dinas Pariwisata Kota Jogja dalam pengembangan wisata halal.	Penelitian ini belum menjelaskan metode mengembangkan destinasi pariwisata seperti apa yang harus dilakukan.
3.	Isyah (2017) “Peran Strategis Dinas Pariwisata Dan Biro Perjalanan Wisata Dalam Mengoptimalkan Pariwisata Halal Di Kota Solo”	Pariwisata halal di Kota Solo mendapatkan respon yang cukup baik dari pemerintah. Pemerintah Kota Surakarta memberikan sosialisasi mengenai sertifikasi halal.	Penelitian ini Dinas Pariwisata dan Biro Perjalanan Wisata dalam penelitian dalam mengoptimalkan pariwisata halal di Kota Solo. Sedangkan penelitian yang diteliti, Dinas Pariwisata Kota Jogja (Kampung Wisata Sosromenduran) yang diteliti.	Penelitian ini hanya sebatas memaparkan peran strategis dinas pariwisata dan biro perjalanan dalam mengoptimalkan pariwisata halal di Kota Solo.
4.	Hendry at., al (2020)	Pengembangan pariwisata halal di	Penelitian ini menggunakan	Penelitian ini hanya sebatas menerangkan

	<p>“Pengembangan Pariwisata Halal di Indonesia Melalui Konsep <i>Smart Tourism</i>”</p>	<p>Indonesia dengan menggunakan konsep <i>smart tourism</i> dengan membangun unsur <i>informativeness, accessibility, interactivity,</i> dan <i>personalization.</i></p>	<p>konsep <i>Smart Tourism</i> dalam membahas. Sedangkan penelitian yang diteliti menggunakan indikator GMTI.</p>	<p>konsep <i>smart tourism</i> secara umum tidak menjelaskan spesifik konsep yang digunakan.</p>
5.	<p>Firdausi et al., (2017) “Lombok: <i>Halal Tourism as a New Indonesia Tourism Strategy</i>”</p>	<p>Strategi baru dalam pengembangan wisata halal dengan memfokuskan pada meningkatkan visibilitas dan kredibilitas.</p>	<p>Penelitian fokus pada visibilitas dan kredibilitas dalam pembahasannya. Sedangkan penelitian yang diteliti fokus dalam upaya yang dilakukan mengenai pengembangan wisata halal.</p>	<p>Penelitian ini hanya dilakukan melalui risert kepustakaan tanpa setudi lapangan.</p>
6.	<p>Faidah (2017) “Strategi Promosi Wisata Religi Di Kabupaten Wonosobo”</p>	<p>Pengembangan wisata religi dilakukan oleh Pemerintah Daerah melalui Kantor Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Kabupaten Wonosobo untuk melakukan pengembangan dan mempromosikan wisata</p>	<p>Penelitian ini membahas wisata religi, seperti makam kyai yang terdapat di Kabupaten Wonosobo. Sedangkan penelitian yang diteliti membahas wisata halal yang bisa di datangi oleh semua wisatawan.</p>	<p>Penelitian ini hanya memaparkan dua wisata religi dalam pembahasan strategi promosi di Kabupaten Wonosobo.</p>

		agar lebih dikenal.		
7.	Ahmadi (2019) “Strategi Pengembangan Pariwisata Halal Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata Kota Semarang”	Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Semarang berperan dalam mengembangkan pariwisata halal dengan pembinaan, melakukan promosi dan sosialisasi kepada masyarakat, serta melakukan kerjasama dengan MUI dan (BPOM).	Penelitian ini Dinas Kebudayaan dan Pariwisata sebagai tempat penelitian dalam membahas strategi pengembangan pariwisata halal. Sedangkan penelitian yang diteliti, Dinas Pariwisata Kota Jogja bagaimana upaya dinas dalam memfasilitasi wisata halal di Kampung Wisata.	Penelitian ini hanya sebatas pemaparan pengembangan pariwisata halal tidak menjelaskan secara spesifik pariwisata halal di Kota Semarang.
8.	Suradin (2018) “Halal Tourism Promotion in Indonesia: An Analysis on Official Destination Websites”	6 <i>website</i> yang dijadikan sebagai <i>sample</i> promosi wisata halal seperti Banda Aceh, Sumbawa, Jakarta, Jawa Barat, Sulawesi Selatan, dan Jawa Timur dengan melakukan promosi mengenai kewisata makanan, bangunan, maupun alam.	Enam <i>website</i> wisata halal di Indonesia yang dijadikan bahan penelitian mengenai promosi wisata halal. Sedangkan penelitian yang diteliti fokus pada promosi wisata halal oleh Dinas Pariwisata Kota Jogja.	Penelitian ini kurang lengkap memaparkan keenam <i>website</i> wisata halal yang dijadikan sebagai penelitian.
9.	Nugraha (2018)	Kepulauan Riau	Penelitian ini fokus	Penelitian ini tidak

	<p>“Analisis Potensi Promosi Pariwisata Halal Melalui <i>E-Marketing</i> Di Kepulauan Riau”</p>	<p>sudah harus mempromosikan wisat halal dengan cara <i>E-Marketing (Digital Marketing)</i>.</p>	<p>pembahasan pada <i>digital marketing</i> pada promosi. Sedangkan penelitian yang diteliti fokus pada indikator GMTI yang di dalamnya termasuk membahas <i>digital marketing</i>.</p>	<p>membahas wisata halal yang banyak diminati di Kepulauan Riau melalui <i>digital marketing</i> serta.</p>
10.	<p>Perbawasari et al., (2019) “<i>Government Marketing Public Relations Strategy in Preparing Halal Tourism in Priangan Region</i>”</p>	<p>Dalam pemasaran dengan strategi <i>Public Relations</i> diwilayah Priangan Jawa Barat, menggunakan <i>Attraction, Amenities, Accessibility,</i> dan <i>Ancillary</i>.</p>	<p>Penelitian ini fokus pembahasan pada strategi pemasaran pada <i>Public Relations</i>. Sedangkan penelitian yang diteliti menggunakan indikator GMTI untuk membahas mengenai wisata halal.</p>	<p>Penelitian ini tidak membahas wisata halal yang berada di wilayah Priangan.</p>
11.	<p>Destiana & Sunu Astuti (2019) “Pengembangan Pariwisata Halal di Indonesia”</p>	<p>Pengembangan pariwisata halal di Indonesia masih adanya kendala terhadap sertifikasi produk dan jaminan kehalalan produk, serta pemerintah belum menyelesaikan regulasi mengenai</p>	<p>Penelitian ini fokus pada pengembangan pariwisata halal di Indonesia. Sedangkan peneliti yang diteliti mengenai promosi pada memfasilitasi wisata di Kota Yogyakarta.</p>	<p>Penelitian ini hanya menyebutkan beberapa daerah wisata halal di Indonesia.</p>

		pariwisata halal.		
12.	Hawing et al., (2019) “Kemitraan Pemerintah Daerah Dengan Badan Promosi Pariwisata Daerah Dalam Pemasaran Objek Wisata Permandian Alam Ompo Kabupaten Soppeng”	Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Soppeng sudah baik dalam melakukan pemasaran dengan kemitraan pariwisata BPPD namun perlu ditingkatkannya kualitas SDM.	Penelitian ini membahas kerjasama Pemerintah Daerah yang berkaitan dengan pariwisata dengan BPPD dalam pemasaran. Sedangkan penelitian yang akan diteliti mengenai upaya Dinas Pariwisata Kota Jogja dalam memfasilitasi wisata halal.	Penelitian ini hanya sebatas pemaparan mengenai kemitraan Pemerintahan Daerah Kabupaten Soppeng dengan BPPS tanpa menjelaskan spesifik.
13.	Han & goleman, daniel; boyatzis, Richard; Mckee, (2019) “Upaya Indonesia Meningkatkan Daya Saing <i>Muslim Friendly Tourism</i> (MFT) Diantara Negara-Negara OKI”	Upaya Indonesia meningkatkan daya saing MFT diantara negara-negara OKI yaitu melalui <i>Key Faith-Based Needs, Demand Side Key Themes, Supply Side Key Themes</i> dalam COMCEC.	Penelitian ini membahas mengenai Negara Indonesia dalam meningkatkan daya saing pada <i>Muslim Friendly Tourism</i> diantara negara-negara OKI. Sedangkan penelitian yang diteliti membahas mengetahui fasilitas wisata halal di Kota Jogja dengan indikator GMTI.	Penelitian ini kurang spesifik membahas mengenai <i>Friendly Tourism</i> diantara negara-negara OKI.
14.	Hermawan (2019)	Pemerintah Indonesia	Penelitian ini	Penelitian ini hanya

	<p>“Strategi Kementerian Pariwisata Indonesia Dalam Meningkatkan Branding Wisata Halal”</p>	<p>membangun tiga aspek strategi dalam meningkatkan kualitas wisata halal kelas dunia, yaitu pada aspek destinasi (Menyediakan fasilitas dan layanan pariwisata halal sesuai dengan kebutuhan wisatawan muslim dan syariat Islam).</p>	<p>membahas strategi Pemerintah Indonesia daam meningkatkan branding wisata halal. Sedangkan penelitian yang diteliti membahas mengenai wisata halal di Kota Jogja.</p>	<p>sekilas menjelaskan metode dalam branding yang dilakukan oleh Kementerian Pariwisata Indonesia.</p>
15.	<p>Fahham (2017) “Tantangan Pengembangan Wisata Halal Di Nusa Tenggara Barat”</p>	<p>Pemda NTB telah membuat peraturan daerah mengenai pariwisata halal yang dijadikan payung hukum pemda, pelaku usaha, pengelola hotel, dan biro perjalanan.</p>	<p>Penelitian ini membahas mengenai pengembangan wisata halal di NTB. Sedangkan penelitian yang diteliti membahas pengembangan wisata halal di Kota Jogja (Kampung Wisata Sosoromenduran) yang dilakukan oleh Dinas Pariwsata Kota Jogja.</p>	<p>Penelitian ini tidak membahas wisata-wisata halal yang terdapat di NTB.</p>

Perbedaan penelitian ini dengan studi penelitian terdahulu terletak pada jenis objek wisata dan teori analisis yang digunakan, dimana pada penelitian terdahulu

meneliti objek wisata religi, wisata alam, dan wisata budaya, sedangkan penulis membahas objek kampung wisata halal. Analisis yang digunakan untuk membahas menggunakan criteria GMTI (*Global Muslim Travel Index*) dengan indikator ACES (*Accesibilities, Communication, Environment, dan Service*).

1.5 Kerangka Teori

1.5.1 Pariwisata

1.5.1.1 Pengertian Parwisata

Pariwisata menurut Suradin (2018) merupakan perjalanan yang tidak selamanya dan hanya sementara yang terkait dalam wisatawan, daerah tujuan wisata, industri, dan perjalanan.

Menurut Wahab (dalam Faidah, 2017), aktivitas manusia sementara untuk mencari kepuasan yang mendapatkan pelayanan di suatu negara atau tempat kunjungan. Sedangkan menurut UU RI Nomor 10 tahun 2009 tentang Kepariwisataan bahwa pariwisata memiliki ketentuan, yaitu:

1. Wisata adalah kegiatan sekelompok atau pribadi untuk tujuan rekreasi.
2. Wisatawan adalah orang yang melakukan kegiatan wisata.
3. Pariwisata adalah wisata yang didukung dengan fasilitas dan layanan yang disediakan.
4. Kepariwisataan adalah kegiatan yang terkait pariwisata yang bersifat multidisiplin dan multidimensi.
5. Daya tarik wisata adalah wisata yang mempunyai keunikan, keindahan, dan nilai keanekaragaman budaya, alam, dan buatan manusia.
6. Daerah tujuan pariwisata adalah kawasan yang terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, aksesibilitas, dan masyarakat untuk mewujudkan kepariwisataan.
7. Usaha pariwisata adalah usaha yang menyediakan barang atau jasa.
8. Pengusaha pariwisata adalah orang yang melakukan kegiatan usaha pariwisata.

1.5.1.2 Tujuan Pariwisata

Menurut UU RI Nomor 10 tahun 2009 tentang Kepariwisataaan tujuan pariwisata, yaitu:

1. Menghapus kemiskinan.
2. Mengatasi pengangguran.
3. Meningkatkan pertumbuhan ekonomi.
4. Meningkatkan kesejahteraan rakyat.
5. Mempererat persahabatan antar bangsa.
6. Memupuk rasa cinta tanah air.
7. Memperkukuh jati diri dan kesatuan bangsa.
8. Mengangkat citra bangsa.
9. Memajukan kebudayaan.
10. Melestarikan alam, sumber daya, dan lingkungan.

1.5.1.3 Pengelolaan Pariwisata

Dalam pengelolaan pariwisata mengacu pada prinsip-prinsip pengelolaan dengan menekankan nilai-nilai kelestarian lingkungan alam, nilai sosial, komunitas, dan komunitas lokal. Menurut Sarah (2015), prinsip-prinsip pengelolaan harus memperhatikan, yaitu:

1. Pembangunan dan pengembangan pariwisata berdasarkan kearifan lokal dan *special local sense*.
2. Proteksi, preservasi, dan peningkatan pada kualitas sumber daya.
3. Pengembangan atraksi wisata tambahan pada budaya lokal.
4. Pelayanan wisatawan yang berdasar pada keunikan budaya dan lingkungan lokal.
5. Memberikan dukungan dan legitimasi pada pembangunan dan pengembangan pariwisata.

1.5.1.4 Kampung Wisata

Kampung Wisata merupakan wisata perkampungan atau daerah yang mempunyai potensi keunikan berupa adat istiadat, kebudayaan, kesehariaan yang menjadi daya tarik bagi (Tiarma, 2020). Menurut Tiarma (2020),

kampung wisata memiliki karakter untuk mendukung keberhasilan suatu kampung, seperti:

1. Sasaran Wisatawan

Wisatawan yang berkunjung dapat mempengaruhi tempat wisata tersebut sehingga semakin berkembang.

2. Lokasi

Lokasi yang menarik dapat menarik para wisatawan untuk berkunjung dan melakukan kunjungan kembali.

3. Fasilitas Wisata

Adanya fasilitas yang lengkap dapat menjadi pelengkap bagi wisatawan sehingga dapat semakin dinikmati.

4. Arsitektur

Kampung wisata harus memiliki bangunan arsitektur yang menarik dan suasana tempat wisata yang mempunyai karakter.

5. Citra

Kampung wisata harus punya karakter dan identitas sehingga dapat memberikan nuansa kesan baik bagi wisatawan.

1.5.2 Wisata Halal

1.5.2.1 Pengertian Wisata Halal

Wisata halal menurut Ahmadi (2019) merupakan wisata dengan penyediaan produk dan layanan dengan berkonsep pada ajaran Islam.

Menurut Shiddiqy (2019), wisata halal merupakan konsep wisata yang sesuai dengan Islam dengan tetap menjaga *spirit* keagamaan ketika sedang melakukan *travelling*. Menurut Ma'aruf Amin Ketua MUI (2015-2019) (dalam Ahmadi, 2019) wisata halal bagi wisatawan muslim bagian dari dakwah, bagi wisatawan non-muslim wisata halal merupakan suatu jaminan sehat dikarenakan produk sudah bersertifikasi halal MUI dan BPOM. Ngatawi Al Zaztrow (dalam Pratiwi, 2016), mengklasifikasikan perbedaan antara wisata konvensional, wisata religi, dan wisata halal sebagai berikut:

Table 2. Perbandingan Wisata Konvensional, Religi, dan Halal

No	Perbandingan	Konvensional	Religi	Halal
1.	Objek	Kuliner, Budaya, <i>Heritage</i> , dan Alam	Peninggalan sejarah, Tempat ibadah	Semuannya
2.	Tujuan	Menghibur	Meningkatkan Spiritual	Meningkatkan spiritualitas dengan cara menghibur
3.	Target	Semata-mata hanya untuk hiburan, kesenangan, dan kepuasan	Aspek spiritual untuk menenangkan jiwa dan semata-mata untuk menenangkan batin	Memenuhi keinginan dan kesenangan untuk menumbuhkan kesadaran pribadi
4.	<i>Guide</i>	Memahami dan menguasai informasi untuk menarik wisatawan	Menguasai sejarah dan lokasi objek wisata yang menjadi objek wisata	Membuat wisatawan tertarik. Mampu menjelaskan fungsi dan peran syariah sehingga membangkitkan <i>spirit</i> .
5.	Fasilitas Ibadah	Sebagai pelengkap	Sebagai pelengkap	Menjadi bagian yang menyatu dengan objek pariwisata
6.	Kuliner	Umum	Umum	Spesifik halal

7.	Relasi dengan masyarakat di lingkungan objek wisata	Komplementer dan semata-mata untuk mengejar keuntungan	Komplementer dan semata-mata untuk mengejar keuntungan	<i>Integrated</i> , Interaksi yang berdasarkan prinsip-prinsip syariah
8.	Agenda Perjalanan	Mengabaikan waktu hanya untuk mengejar keuntungan hanya demi target	Peduli waktu	Memperhatikan waktu berdasarkan prinsip-prinsip syariah

Sumber: Ngatawi Al Zaztrow (dalam Ade Ela Pratiwi, 2016)

Menurut Henderson (dalam Satriana, 2018), terdapat prinsip-prinsip atau syarat utama wisata halal, yaitu:

1. Makanan halal (tidak mengandung babi).
2. Tidak menyediakan minuman keras (mengandung alkohol), tidak terdapat diskotik, serta hiburan yang sesuai dengan syariat Islam.
3. Staf pria untuk tamu pria dan staf wanita untuk tamu wanita.
4. Fasilitas ruang ibadah (Masjid atau Mushalla) yang terpisah pria dan wanita serta tersedianya Al-Quran dan peralatan ibadah (bagi muslim)

Sedangkan kriteria wisata halal menurut GMTI (dalam Hermawan, 2019) sebagai lembaga yang fokus pada pengembangan wisata halal di dunia dan menjadi acuan standarisasi industri wisata halal di Indonesia menjelaskan bahwa terdapat empat indikator pengembangan destinasi halal sesuai kriteria GMTI, diantaranya:

1. Kemudahan Akses ke Tujuan (*Accessibilities*)

Aksesibilitas faktor yang membantu dalam mempermudah perjalanan wisatawan menuju destinasi wisata. Aksesibilitas dikategorikan menjadi dua bentuk, yaitu: fisik dan non fisik. Aksesibilitas fisik merupakan ketersediaan prasarana dan

transportasi untuk menghubungkan tujuan. Aksesibilitas non fisik merupakan tolak ukur kemudahan dan kenyamanan menuju lokasi.

2. Komunikasi untuk mencapai tujuan (*Communication*)

Komunikasi merupakan penyampaian pesan kepada orang lain yang bertujuan untuk membentuk atau mengubah perilaku orang lain. Dalam komunikasi terdapat tiga indikator, yaitu: kesadaran dan jangkauan (strategi untuk menjangkau informasi), kemudahan komunikasi (proses penyampaian informasi dengan mudah), dan kehadiran digital (cara untuk menginformasikan bisnis atau usaha dengan media digital).

3. Lingkungan di tempat tujuan (*Environment*)

Dalam memberikan pengalaman layanan yang baik bagi wisatawan maka pentingnya dalam penyediaan fasilitas yang dapat memenuhi kebutuhan wisatawan. Adapun dua hal dalam penyediaan fasilitas di lingkungan, terdiri dari: memberikan kenyamanan yang terdapat di tempat wisata tersebut dan pengembangan yang dilakukan.

4. Pelayanan yang disediakan (*Service*)

Layanan yang disediakan menyangkut kebutuhan konsumen sehingga dapat memberikan kesan. Terdapat kebutuhan yang dapat mempengaruhi konsumsi wisatawan muslim: makanan dan minuman halal, fasilitas sholat, layanan ramadhan, akomodasi hotel, dan kamar mandi.

1.6 Definisi Konseptual

Berikut konsep yang digunakan dalam penelitian ini guna menghindari kesalahan dalam pemahaman serta persepsi dalam penelitian ini:

1. Pariwisata

Pariwisata merupakan aktivitas manusia yang mendapatkan pelayanan di suatu negara atau tempat kunjungan tersebut untuk sementara waktu mencari kepuasan.

2. Wisata Halal

Wisata halal merupakan bagian dari industri wisata dengan menggunakan aturan-aturan pada hukum islam yang berlaku.

1.7 Definisi Operasional

Dalam definisi operasional digunakan untuk memperjelas konsep yang dikemukakan sebelumnya. Berikut menggunakan kriteria GMTI (*Global Muslim Travel Index*) dengan variable ACES (Aksesibilitas, Komunikasi, Lingkungan, dan Pelayanan) (dalam Hermawan, 2019), yaitu:

Table 3. Definisi Operasional

No	Variabel	Indikator
1.	<i>Accessibilities</i> (Aksesibilitas)	a. Fisik b. Non fisik
2.	<i>Communication</i> (Komunikasi)	a. Kesadaran dan Jangkauan Pasar b. Kemudahan Komunikasi c. Kehadiran Digital
3.	<i>Environment</i> (Lingkungan)	a. Kenyamanan b. Pengembangan
4.	<i>Service</i> (Layanan)	a. Makanan dan minum halal b. Fasilitas ibadah c. Layanan ramadhan d. Akomodasi hotel e. Kamar mandi

1.8 Metode Penelitian

1.8.1 Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif dengan metode pendekatan kualitatif. Menurut Somantri (2005), penelitian deskriptif bertujuan membuat deskripsi, gambaran, faktual yang akurat. Sedangkan, metode kualitatif untuk mendapatkan gambaran melalui sudut pandang yang diteliti berupa ide, persepsi, atau gambaran (Somantri, 2005).

1.8.2 Lokasi dan Tanggal Pelaksanaan Penelitian

Penelitian dilaksanakan di Dinas Pariwisata Kota Jogja dan Kampung Wisata Sosromenduran dari tanggal 10 Januari 2021 sampai 17 Februari 2021.

1.8.3 Jenis Data

1.8.3.1 Data Primer

Sumber data dalam penelitian diperoleh secara langsung melalui wawancara oleh bidang daya tarik wisata Dinas Pariwisata Kota Jogja, Sekertaris Kelurahan Kampung Sosromenduran, dan pihak-pihak lain yang berkaitan dengan perolehan data dalam penulisan skripsi ini di Kampung Wisata Sosromenduran.

1.8.3.2 Data Sekunder

Data sekunder dari penelitian ini diperoleh dari dokumen-dokumen yang dapat dijadikan sebagai bahan penelitian antara lain:

1. *Rencana Organisasi Perangkat Daerah (Renja SKPD) 2018*
2. Dokumen Pelaksanaan Anggaran (DPA) Tahun Anggaran 2020
3. *Rencana Strategis Perangkat Daerah Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta 2017- 2020.*
4. *Rencana Kerja Perangkat Daerah Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta, 2020*
5. Jurnal, skripsi, artikel, buku, undang-undang yang relevan dengan penelitian.
6. Sosial Media (Instagram, Youtube, Facebook, WhatsApp) dan *Website* Dinas Pariwisata Kota Jogja dan Kampung Sosromenduran.

1.8.4 Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan dua teknik dalam pengumpulan data, yaitu:

1. Wawancara

Penelitian ini menggunakan wawancara bebas terpimpin. Narasumber yang akan diwawancarai, yaitu: Bidang Daya Tarik Wisata

Dinas Pariwisata Kota Jogja Yurnelis Piliyang, SIP, MPA., Sekertaris Kelurahan Kampung Sosromenduran Edy Subagyo (Rekomendasi dari Yurnelis Piliyang, SIP, MPA.), dan pihak-pihak lain yang berkaitan dengan perolehan data dalam penulisan skripsi ini.

2. Dokumentasi

Data sekunder dari penelitian ini diperoleh dari dokumen-dokumen yang dapat dijadikan sebagai bahan penelitian antara lain:

- a. *Rencana Organisasi Perangkat Daerah (Renja SKPD) 2018*
- b. Dokumen Pelaksanaan Anggaran (DPA) Tahun Anggaran 2020
- c. *Rencana Strategis Perangkat Daerah Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta 2017- 2020.*
- d. *Rencana Kerja Perangkat Daerah Dinas Pariwisata Kota Yogyakarta, 2020.*
- e. Jurnal, skripsi, artikel, buku, undang-undang yang relevan dengan penelitian.
- f. Sosial Media (Instagram, Youtube, Facebook) dan *website* Dinas Pariwisata Kota Jogja dan Kampung Sosromenduran.

1.9 Teknik Analisis Data

Adapun proses analisis data pada penelitian ini, peneliti menggunakan proses analisis sebagaimana yang digunakan oleh Mille dan Huberman (dalam Rijali, 2019), yaitu:

1. Pengumpulan data

Melakukan aktivitas guna mendapatkan informasi yang diperlukan dalam mencapai tujuan dari suatu penelitian.

2. Reduksi data

Reduksi data merupakan proses pemilihan, penyederhanaan, pengabstrakan, dan transformasi data yang muncul dari catatan saat berada dilapangan.

3. Penyajian data

Data dan informasi yang sudah diperoleh di lapangan. Penyajian data dapat meliputi berbagai jenis matrik, grafik, jaringan, dan bagan.

4. Verifikasi dan Kesimpulan

Verifikasi dan kesimpulan merupakan hasil akhir dari reduksi dan penyajian data. Data yang telah disusun dibandingkan satu dengan yang lain sehingga mendapatkan kesimpulan dari permasalahan yang ada.

1.10 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan disusun agar mempermudah dalam penyajian dari hasil analisis data dan mempermudah dalam proses penelitian. Penulisan ini disusun terdiri dari empat bab, yaitu:

1. **BAB I PENDAHULUAN**

Pendahuluan yang terdiri dari latar belakang masalah, kerangka teori, kerangka berpikir, metode penelitian, dan teknik analisis data.

2. **BAB II DEFINISI OBJEK PENELITIAN**

Menjelaskan mengenai obyek penelitian yang akan diteliti yang bertujuan untuk memberikan informasi yang mendukung dalam obyek penelitian.

3. **BAB III HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAAN**

Menjelaskan terkait data dan hasil analisis dari peneliti yang dikaji melalui metodologi yang telah diuraikan sebelumnya.

4. **BAB IV PENUTUP**

Menjelaskan terkait kesimpulan dari hasil penelitian dan saran untuk obyek yang diteliti maupun kepada pihak-pihak yang terkait lainnya.