

**MODEL PENTA HELIX DALAM PENGEMBANGAN
PARIWISATA HALAL DI SUMATERA BARAT**

DISERTASI

OLEH

**MURAH SYAHRIAL
NIM: 4005163002**

**PROGRAM STUDI
S-3 EKONOMI SYARIAH**



**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA
MEDAN
2020**

LEMBAR PENGESAHAN

Disertasi berjudul **“MODEL PENTA HELIX DALAM PENGEMBANGAN PARIWISATA HALAL DI SUMATERA BARAT”** atas nama Murah Syahrial, NIM. 4005163002, Program Studi Ekonomi Syariah telah di uji dalam sidang Ujian Akhir Disertasi (Promosi Doktor) Program Doktor Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan pada tanggal 11 Agustus 2020. Disertasi ini telah diterima untuk memenuhi syarat memperoleh gelar Doktor (Dr.) pada Program Studi Ekonomi Syariah.

Medan, Agustus 2020

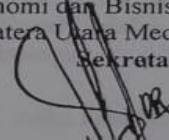
Panitia Sidang Ujian Akhir Disertasi (Promosi Doktor)
Program Doktor Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Sumatera Utara Medan

Ketua



Dr. Andri Soemitra, MA
NIDN.2007057602

Sekretaris



Dr. Muhammad Yafiz, M.Ag
NIDN.2023047602

Anggota

1. Prof. Dr. H. M. Yasir Nasution
NIDN.2018055001

2. Dr. Azhari Akmal Tarigan, M.Ag
NIDN.2004127204

3. Dr. Sudirman Suparmin Lc. MA
NIDN.2001077803

4. Dr. Andri Soemitra, MA
NIDN.2007057602

5. Dr. Muslim Marpaung, M.Si
NIDN.0026066411

Mengetahui
Dekan FEBI UINSU Medan



Dekan FEBI UINSU Medan
Dr. Andri Soemitra, M.A
NIDN.2007057602

ABSTRAK



Nama : Murah Syahrial
NIM : 4005163002/EKSYA
Judul : Model Penta Helix dalam Pengembangan Pariwisata Halal di Sumatera Barat

Penelitian ini bertujuan memperoleh gambaran secara komprehensif tentang sinergi stakeholder pariwisata di Provinsi Sumatera Barat. Model Penta-Helix adalah salah satu model yang cocok untuk penelitian social dan inovasi, terlebih lagi model Penta Helix merupakan model yang dianjurkan oleh Kementerian Pariwisata yang tertuang dalam Peraturan Menteri Pariwisata Nomor 14 Tahun 2016 Tentang Pedoman Destinasi Pariwisata Berkelanjutan. Penelitian ini menggunakan desain penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenografi yang berusaha memahami perspektif, pemikiran, dan pengalaman para pemangku kepentingan terkait sinergi stakeholder Penta Helix dalam mewujudkan pengembangan pariwisata halal di Sumatera Barat. Hasilnya menunjukkan bahwa ada sejumlah masalah terkait dengan sinergitas dalam pengembangan pariwisata halal di Sumatera Barat, antara lain karena tidak ada kesamaan visi pemangku kepentingan dan kerjasama dan koordinasi antara pelaku pariwisata, pemerintah dan stakeholder. Masing-masing stakeholder menterjemahkan pariwisata halal secara masing-masing sehingga timbul perdebatan bagaimana pelaksanaan pariwisata halal yang sebenarnya. Upaya pemerintah daerah Sumatera Barat memecahkan masalah yang muncul adalah dengan memasukkan pariwisata halal dalam Ripparda (Rencana Induk Pariwisata Daerah) Sumatera Barat dan membentuk Tim Penyusun Naskah Akademik Rencana Peraturan Daerah (Ranperda) yang terdiri dari unsur Penta Helix. Selain itu, keterlibatan kepemimpinan Tungku Tigo Sajaragan sangat perlu dalam konteks Sumatera Barat, karena dalam adat, mereka adalah pemegang adat di daerah-daerah, sehingga dan mempunyai kekuatan penting untuk dipatuhi. Kunci keberhasilan implementasi pengembangan pariwisata halal di Sumatera Barat, antara lain kesatuan visi, komitmen bersama dan koordinasi di antara para stakeholder.

Kata kunci: pariwisata halal, sinergi, stakeholder, penta helix, sumatera barat.

ABSTRACT



Name : Murah Syahrial
NIM : 4005163002/EKSYA
Title : The Penta Helix Model in Development of Halal Tourism in West Sumatera.

This study aims to obtain a comprehensive picture of the synergy of tourism stakeholders in West Sumatra Province. The Penta-Helix Model is one model that is suitable for social research and innovation, moreover the Penta Helix model is a model recommended by the Ministry of Tourism stated in Minister of Tourism Regulation No. 14 of 2016 concerning Guidelines for Sustainable Tourism Destinations. This study uses a qualitative research design with a phenomenographic approach that seeks to understand the perspectives, thoughts and experiences of stakeholders related to the synergy of stakeholders of Penta Helix in realizing halal tourism development in West Sumatra. The results show that there are a number of problems related to synergy in the development of halal tourism in West Sumatra, partly because there is no common vision of stakeholders and cooperation and coordination between tourism actors, the government and stakeholders. Each stakeholder translates halal tourism individually so that debate arises as to how the actual implementation of halal tourism. The efforts of the West Sumatra regional government to solve the problems that arise are by including halal tourism in the West Sumatra Ripparda (Regional Tourism Master Plan) and forming an Academic Draft Team for Regional Regulation Plans (Ranperda) consisting of Penta Helix elements. In addition, the involvement of the leadership of Tungku Tigo Sajaragan is very necessary in the context of West Sumatra, because in adat, they are the customary holders in the regions, so they have important powers to obey. The key to the successful implementation of halal tourism development in West Sumatra, among others, is unity of vision, joint commitment and coordination among stakeholders.

Keywords: halal tourism, synergy, stakeholders, penta helix, west sumatra.



ملخص

اسم : مور ه شهريال
 رقم القيد : ٤٠٠٥١٦٣٠٠٢
 الموضوع : نموذج Penta Helix فى التنمية السياحية الحلال فى
 سومطرى الغربية.

نموذج Penta-Helix فى تنمية سياحة الحلال بسومطرى الغربية.

يهدف هذا البحث إلى تحصيل صورة متكاملة عن الاندماج بين مسؤولي السياحة المتعاونة في محافظة سومطرى الغربية. إن Penta-Helix هو النموذج المناسب أن يطبق على بحث إجتماعي وابتكار متجدد, ولا سيما أن هذا النموذج هو المرجو من قبل الوزارة السياحية والمكتوب في القانون السياحي رقم 14 سنة 2016 عن مبادئ الأماكن السياحية المتقدمة. وهذا البحث سيستخدم فيه المنهج الكيفي مع مدخل حيث سعى فيه الباحث فهم المنظور والفكر وخبرة صاحب المصلحة المتعلقة بالتعاون بين مسؤولي Penta Helix من أجل تحقيق نمو سياحة الحلال بسومطرى الغربية. والحاصل , أن توجد القضايا المتعلقة بالتعاون بين الأطراف في تنمية سياحة الحلال بسومطرى الغربية, وذلك بسبب عدم مساواة النظر وعدم التعاون وعدم التفاهم بين هؤلاء سياح والحكومة ومسؤولي شئون السياحة, ولكل مسؤول وجهة النظر في سياحة الحلال على حسب فهمهم لها, فأدت إلى النقاش في كيفية عملية صحيحة حول سياحة الحلال. فإن جهود حكومة سومطرى الغربية في تحليل القضايا المعروضة هي إدخال برنامج سياحة الحلال في استراتيجية رئيسية بحالة سياحية الإقليم Ripparda بسومطرى الغربية وتأسيس لجنة في تشكيل نسخة أكاديمية حول قانون استراتيجي الإقليم (Ranperda) المنطبقة على عناصر Penta Helix, وأضف إلى ذلك, فإن مزاوله قيادة Tungku Tigo Sajaragan أحوج إليها في نطاق سومطرى الغربية. وذلك لأن في العادة هم القادة العرفيون في مناطق سومطرى الغربية ولديهم قوة مهمة في أن تطاع. إن من أسرار النجاح في تطبيق نمو سياحة الحلال بسومطرى الغربية هي : اتحاد النظر والالتزام الجماعي والتفاهم بين مسؤولين.

الكلمات المفتاحية : سياحة الحلال ,xileH atneP, التعاون, المسؤولون, سومطرى الغربية

DAFTAR ISI

BAB I PENDAHULUAN	Halaman
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Perumusan Masalah.....	24
C. Batasan Masalah.....	24
D. Tujuan Masalah.....	26
E. Kegunaan Penelitian.....	26
F. Sistematika Pembahasan	27
BAB II LANDASAN TEORI DAN PENELITIAN TERDAHULU	
A. Landasan Teori.....	32
1. Pariwisata	29
2. Teori Pengembangan Pariwisata	30
3. Destinasi Wisata (Sasaran Kunjnungan)	35
4. Hubungan Pariwisata dengan Pembangunan Ekonomi ...	41
5. Pariwisata Halal.....	43
a. Pengertian Pariwisata Halal.....	43
b. Perbedaan Pariwisata Konvesional dan Pariwisata Halal.....	46
c. Destinasi Pariwisata Halal	49
d. Fenomena Pariwisata Halal.....	57
e. Hukum Islam dan Perkembangan Kepariwisataaan	59
f. Pariwisata Halal: Perspektif <i>Maqashid al – Syariah</i>	62
g. <i>Maqashid al-Syariah</i> : Posisi Pariwisata Halal sebagai Kebutuhan Universal	71
h. Pariwisata Halal : Antara <i>Mashlahah</i> dan Fitrah...	72
i. Pariwisata Halal Persektif Undang-undang RI No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal...81	81
j. Fatwa DSN-MUI tentang Pariwisata Syariah	91

k. Konsep Pariwisata dalam Islam	93
6. Model Penta Helix.....	100
7. Falsafah Adat Basandi Syarak Syarak Basandi Kitabullah (ABS-SBK) bagi Masyarakat Minangkabau....	110
8. Tungku Tigo Sajaringan, Konsep Kepemimpinan di Sumatera Barat	114
B. Penelitian Terdahulu.....	117
C. Kerangka Pemikiran.....	133

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

A. Jenis Penelitian dan Pendekatannya.....	134
B. Desain Penelitian.....	139
C. Subjek Penelitian	140
D. Objek Penelitian	140
E. Informan Penelitian	141
F. Lokasi Penelitian.....	143
G. Waktu Penelitian.....	144
H. Sumber Data.....	144
I. Teknik Pengumpulan Data.....	145
1) Observasi.....	144
2) Wawancara.....	146
3) Dokumentasi.....	147
J. Instrumen Penelitian.....	147
K. Teknik Analisis Data.....	147
L. Keabsahan Data.....	152

BAB IV HASIL PENELITIAN

1. Temuan Penelitian.....	154
1. Gambaran Umum Provinsi Sumatera Barat.....	154
2. Keadaan Geografi.....	155
3. Iklim Sumatera Barat.....	157

4. Pemerintah dan Ibukota Kabupaten/Kota.....	159
5. Pendidikan.....	160
6. Suku Bangsa.....	161
7. Bahasa.....	161
8. Agama.....	162
9. Perekonomian.....	162
10. Kabupaten/Kota yang menjadi objek Penelitian	163
11. Pariwisata di Provinsi Sumatera Barat.....	172
12. Data Ekonomi Pariwisata Provinsi Sumatera Barat.....	173
13. <i>Positioning</i> Destinasi Pariwisata.....	176
14. Segmentasi Pasar Wisatawan	177
1.1. Wisatawan Mancanegara.....	177
1.2. Wisatawan Nusantara.....	179
15. Wilayah dan destinasi Wisata	179
2. Hasil Wawancara.....	182
1) Akademisi.....	183
2) Pemerintah.....	191
3) Bisnis.....	199
4) Komunitas.....	204
5) Media.....	208
3. Analisis dan Pembahasan	
1. Terminologi dan Konsep Pariwisata Halal	211
2. Persepsi Penta Helix Tentang Pariwisata Halal.....	216
3. Peran dan Usaha Stakeholder dalam Pengembangan Pariwisata Halal.....	218
4. Faktor-faktor Pendukung dan Penghambat Penyelenggaraan Pariwisata Halal di Sumatera Barat	221
5. Sinergitas Antar Stakeholder Penta Helix.....	228
6. Tabel Jawaban Informan sebagai indikator dan Kesimpulan Jawaban	236

7. Model Penta Helix Dalam Pengembangan Pariwisata Halal di Sumatera Barat	264
8. Permasalahan Pengembangan Pariwisata Halal Sumatera Barat.	268
4. Konsep Kebaruan (Novelty) Penelitian	
1. Penta Helix Plus Tungku Tigo Sajaringan	273
2. Manajemen Perubahan Terencana	282
 BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan.....	287
B. Saran.....	290
 DAFTAR PUSTAKA	293

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 : Perbedaan Pariwisata Konvensional dan Pariwisata Halal	46
Tabel 2.2 : Kriteria-kriteria Destinasi Pariwisata Halal	49
Tabel 4.1 : Luas Wilayah menurut Kabupaten/Kota	158
Tabel 4.2 : Jumlah Kecamatan, nagari, Kelurahan, dan Desa Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Sumatera Barat, 2017.....	159
Tabel 4.3 : Jumlah Objek Wisata Sumatera Barat	180
Tabel 4.4: Destinasi Unggulan Pembangunan Pariwisata Halal Provinsi Sumatera Barat	181
Tabel 4. 5: Data Rumah Makan Bersertifikat Halal	225
Tabel 4.6: Data Restoran Hotel Bersertifikat Halal	225
Tabel 4.7. Tabel Pertanyaan dan Jawaban Informan sebagai Indikator serta Kesimpulan dari Kalangan AKADEMISI	237
Tabel 4.8. Tabel Pertanyaan dan Jawaban Informan sebagai Indikator serta Kesimpulan dari Kalangan PEMERINTAH	242
Tabel 4.9. Tabel Pertanyaan dan Jawaban Informan sebagai Indikator serta Kesimpulan dari Kalangan BISNIS	248
Tabel 4.10. Tabel Pertanyaan dan Jawaban Informan sebagai Indikator serta Kesimpulan dari Kalangan KOMUNITAS.	252
Tabel 4. 11. Tabel Pertanyaan dan Jawaban Informan sebagai Indikator serta Kesimpulan dari Kalangan MEDIA	257
Tabel 4.12. Peran Pemangku Kepentingan dalam Model Penta Helix Plus, dalam mendukung Konsep Pariwisata Halal di Sumatera Barat.	266
Tabel 4.13. Peran Stakeholder dalam Model Penta Helix Plus, dalam mendukung Konsep Pariwisata Halal di Sumatera Barat.	279

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1: Gambaran Wisatawan Muslim	48
Gambar 2.2 : Kolaborasi <i>Triple Helix</i>	102
Gambar 2.3: The subsystems of the <i>Quintuple Helix</i> model.	107
Gambar 2.4: Model Penta Helix dalam Dunia Pariwisata	108
Gambar 2.5: Kerangka Pemikiran	133
Gambar 4.1: Pertumbuhan Wisman Inbound Tourism Arrival Provinsi Sumatera Barat Tahun 1997 – 2016.	174
Gambar 4.2: Pertumbuhan Wisnus <i>Inbound Tourism Arrival</i> Provinsi Sumatera Barat Tahun 1997 – 2015	175
Gambar 4.3: Wisatawan Mancanegara Ke Sumatera Barat	178
Gambar 4.4 Pembagian Zona Kawasan Pariwisata Sumatera Barat RIPPAPROV 2014-2020	180
Gambar 4.5: Ranking IMTI Tahun 2019	263
Gambar 4. 6. Model Pembangunan Pariwisata Halal Konteks Provinsi Sumatera BaratManurut Sari Lenggogeni	272
Gambar: 4.7.Model Konsepsi Penta Helix Plus Tungku Tigo Sajarangan dalam Konteks Pariwisata Halal di Sumatera Barat.	277

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Menurut *PewResearch Center* (kelompok jajak pendapat di Amerika Serikat), bahwa jumlah penduduk Muslim pada tahun 2010 sebesar 1,6 miliar atau 23 persen jumlah penduduk dunia. Jumlah penduduk Muslim tersebut merupakan urutan kedua setelah umat Kristiani sebesar 2,2 miliar atau 31 persen penduduk dunia. Diperkirakan hingga tahun 2050, penduduk muslim mencapai 2,8 miliar atau 30 persen penduduk dunia.¹

Populasi Muslim dunia yang tersebar di berbagai negara merupakan potensi pasar yang sangat menjanjikan dalam industry halal. Laporan Thomson Reuters and Dinar Standars, tahun 2013 melaporkan bahwa jumlah konsumsi makanan penduduk Muslim dunia mencapai sekitar USD 1.088 miliar pada tahun 2012, atau sekitar 16,6 persen dari keseluruhan konsumsi global. Konsumsi Muslim global ini diperkirakan tumbuh menjadi USD 1.626 miliar pada tahun 2018 atau sekitar 17,4 persen dari total konsumsi dunia. Dari segi volume tersebut, Indonesia menempati posisi negara Muslim terbesar dengan jumlah USD 197 miliar. Urutan terbesar selanjutnya adalah Turkey (USD 100 miliar), Pakistan (USD 93 miliar) dan Mesir (USD 88 miliar).² Dilihat dari faktor demografi, potensi wisatawan muslim dinilai cukup besar karena secara global jumlah penduduk muslim dunia sangat besar seperti Indonesia, Malaysia, Brunei Darussalam, Turki, dan Negara-negara Timur Tengah dengan tipikal konsumen berusia muda/usia produktif, berpendidikan, dan memiliki *disposable income* yang besar.

¹ <http://www.pewresearch.org/>. Diunduh pada tanggal 12 Juni 2018.

² Thomson Reuters, & Dinar Standards. (2015). *State of the Global Islamic Economy Report 2013/14*. Dubai: United Arab Emirates.

Industri halal saat ini ini berkembang dengan sangat pesat sekali. Ini dibuktikan dimana industri halal telah berkontribusi triliunan Dolar Amerika dari total penjualan dalam produksi dan pendapatan bagi perekonomian. Ini juga menciptakan gaya hidup baru di mana konsumen sekarang lebih sadar akan konsumsi mereka, terutama dalam pengetahuan, ramuan dan mekanisme produksi dari produk tersebut, makanan yang sesuai standar baik dan halal. Kehalalan produk dan servis mempertemukan permintaan nilai psikologis dan spiritual untuk menciptakan ketentraman batin bagi consumer. Sebuah penelitian yang dilakukan oleh *World Halal Sekretariat Forum* memperkirakan bahwa jumlah produk Halal secara global menjadi USD 2,3 triliun (tidak termasuk perbankan), dan 67% (USD 1,4 Triliun) pasar ini terdiri dari makanan dan minuman, sedangkan a total USD 506 miliar berasal dari industri farmasi.³

Pada dasarnya Industri Halal terdiri dari tiga sektor utama yaitu: Makanan, non makanan dan jasa. Sektor makanan termasuk semua jenis makanan, misalnya makanan olahan, makanan kalengan, daging, produk berbasis daging dan tempat pemotongan hewan. Produk seperti kosmetik, produk perawatan kesehatan, obat-obatan dan produk kulit termasuk sebagai bagian dari sektor non pangan. Sementara itu, sektor jasa meliputi perbankan, pasar modal, pariwisata, perhotelan, logistik dan pemasaran.⁴

Gambar 1.1
Global Halal Products and Services Ecosystem.



Sumber: MIFC (2014, h. 2).

³ The Halal Journal. (2010). *Najib's take on Halal*. The Halal Journal, July & August, hal. 24–29.

⁴ Abdul Aziz, Y. & Vui, C. N. *The role of Halal awareness and Halal certification in influencing non-Muslim's purchasing intention*. Diperenstasikan pada 3rd International Conference on Business and Economic Research (3rd ICBER 2012) Proceeding.

Dahulu produk halal yang dibayangkan hanya produk makanan, minuman, obat-obatan dan kosmetika yang tidak mengandung alkohol atau bahan kimia yang mengandung unsur babi, darah dan bangkai. Namun sekarang telah terjadi evolusi dalam industri halal hingga ke produk keuangan (seperti perbankan, asuransi, dan lain-lain) hingga ke produk lifestyle (travel, hospitalitas, rekreasi, dan perawatan kesehatan).⁵

Sektor Ekonomi Islam yang telah mengalami pertumbuhan yang signifikan dalam produk lifestyle di sektor pariwisata, dia adalah pariwisata syariah atau pariwisata halal. Pariwisata terus mengalami perkembangan yang luar biasa dari yang bersifat konvensional (massal, hiburan, dan hanya *sightseeing* atau hanya sekedar melihat-lihat) menjadi mengarah pada pemenuhan gaya hidup (*lifestyle*).⁶

Pariwisata merupakan kunci pembangunan, kesejahteraan dan kebahagiaan. Indonesia telah menetapkan sektor pariwisata termasuk salah satu “the leading sector” dalam pembangunan. Pariwisata termasuk sector unggulan ketiga setelah migas, pertanian. Pariwisata memberikan kontribusi yang signifikan bagi perekonomian Indonesia. Dampak kepariwisataan terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional di tahun 2016 sebesar 4,03 % dari PDB nasional. Penciptaan PDB di sektor pariwisata terjadi melalui pengeluaran wisatawan nusantara, anggaran pariwisata pemerintah, pengeluaran wisatawan mancanegara, dan investasi pada usaha pariwisata yang meliputi: (1) Usaha daya tarik wisata; (2) Usaha kawasan pariwisata; (3) Jasa transportasi wisata; (4) Jasa perjalanan wisata; (5) Jasa makanan dan minuman; (6) Penyedia akomodasi; (7) Penyelenggaraan kegiatan hiburan dan rekreasi; (8) Penyelenggaraan pertemuan, perjalanan insentif, konferensi dan pameran; (9) Jasa informasi pariwisata; (10) Jasa konsultan pariwisata; (11) Jasa pramuwisata; (12) Wisata tirta; dan (13) SPA.⁷

⁵ *Laporan Akhir Kajian Pengembangan Wisata Syariah*, Asisten Deputi Penelitian Dan Pengembangan Kebijakan Kepariwisata Deputi Bidang Pengembangan Kelembagaan Kepariwisata Kementerian Pariwisata 2015. h. 2

⁶*Ibid.*

⁷ Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. *Laporan Akuntabilitas Kinerja Kementerian Pariwisata Tahun 2016*. h. 2

Sektor pariwisata juga memiliki peran strategis dalam menciptakan nilai tambah bagi perekonomian nasional. Selain pencipta nilai tambah, sektor pariwisata menyerap banyak tenaga kerja. Tahun 2016, dampak kepariwisataan terhadap penyerapan tenaga kerja sebesar 12 juta orang. Sehingga dengan demikian sektor Pariwisata merupakan sektor yang efektif dalam menjawab kebutuhan peningkatan nilai tambah ekonomi dalam menanggulangi kemiskinan (pro poor) dan penciptaan lapangan kerja (pro-job). Tahun 2016 sektor pariwisata menciptakan devisa sebesar Rp 176-184 triliun (prognosa), meningkat dari Rp 144 triliun di tahun 2015. Peningkatan penerimaan devisa di tahun 2016 tidak saja bersumber dari peningkatan jumlah wisatawan mancanegara dari 10,4 juta di tahun 2015 menjadi 12,02 juta di tahun 2016, tetapi bersumber dari peningkatan rata-rata pengeluaran per kunjungan tidak mengalami perubahan dari tahun 2015 dan 2016 yaitu sebesar US\$ 1.183. Dengan kata lain, peningkatan kuantitas devisa kepariwisataan diikuti dengan peningkatan kualitas pengeluaran wisatawan.⁸

Akhir-akhir ini masyarakat sudah mulai tertarik dengan wisata halal, wisata yang berbasis syariah. Tentu saja hal ini sejalan dengan tingkat kesadaran *religiusitas* masyarakat yang sudah mulai tumbuh, tidak saja di negara-negara Islam atau mayoritas penduduknya sebagai Muslim, bahkan juga di negara-negara sekuler sekali pun. Atau dengan kata lain, akhir-akhir ini, wisata halal sudah semakin banyak diminati, sehingga diprediksi akan mempunyai prospek yang menjanjikan.⁹ Oleh sebab itu industri pariwisata jenis baru ini perlu digarap secara profesional agar mempunyai daya saing yang kuat di pentas global yang pada akhirnya akan semakin memperkuat pemasukan devisa bagi negara masing-masing yang bersangkutan.¹⁰

⁸ *Ibid.*, h. 223

⁹ Indonesia sebagai sebuah negara berpenduduk Muslim terbesar, saat ini mulai serius menyajikan destinasi wisata halal untuk mengincar wisatawan mancanegara (wisman) Muslim. Berdasarkan studi Mastercard-Crescent Rating Global Muslim Travel Index (GMTI) 2016, total jumlah wisatawan Muslim dunia mencapai 117 juta pada 2015. Jumlah itu diperkirakan bertambah hingga mencapai 168 juta wisatawan pada 2020 dengan pengeluaran di atas 200 miliar atau sekitar Rp.2.600 triliun. Lihat, Muhammad Nursyamsyi dan Spto Andika Candra, "Berlomba Kembangkan Wisata Halal," dalam *Republika*, edisi 16 Agustus 2017.

¹⁰ Janianton Damanik, *Pariwisata Indonesia Antara Peluang dan Tantangan*. (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013), 50-58. Lihat pula, Bambang Sunaryo, *Kebijakan Pembangunan Destinasi*

Pada abad milenial ini, terjadi pergeseran perilaku konsumen Muslim, terutama kalangan menengah. Yuswohadi dalam bukunya “Marketing to the Middle Class Moslem”¹¹. Menurut Yuswohadi, fenomena yang beliau contohkan seperti fenomena revolusi hijab saat ini tidak lepas dari perubahan nilai-nilai yang terjadi konsumen kelas menengah Muslim. Ada dua perubahan nilai-nilai yang paling mendasar pada konsumen kelas menengah muslim saat ini. Pertama, semakin pentingnya nilai-nilai religiusitas dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini dapat dilihat dari semakin pentingnya pilihan produk harus berlabel halal seperti makanan-minuman dan kosmetik. Kedua, terjadi karena didorong oleh cara berpikir yang semakin terbuka (open minded) pada konsumen kelas menengah Muslim terhadap berbagai perubahan yang ada, seperti teknologi dan fesyen. Cara berpikir ini didorong oleh tingginya wawasan dan pengetahuan dan koneksi sosial yang luas.¹²

Azhari Akmal Tarigan juga menulis tentang perubahan perilaku konsumen Muslim, beliau menjelaskan mengapa konsumen Muslim pada akhir-akhir ini sangat memperhatikan produk halal, ini disebabkan karena kita saat ini hidup di zaman post modernism. Para era ini, tidak ada yang disebut kemapanan. Semua mengalami pembongkaran (dekonstruksi). Kebenaran-kebenaran umum kembali dipertanyakan. Pada era ini, kebutuhan dan keinginan menjadi berbaur, dan semakin sulit untuk membedakan satu sama lain. Pada era posmo ini, masyarakat sangat peduli dengan persoalan halal dan haram. Namun kepedulian itu tidak lagi didasarkan pada nilai-nilai *intrinsic-substantif*. Bukan karena mematuhi ayat-ayat Allah SWT, tetapi lebih kepada gaya hidup (*lifestyle*). Hal ini biasa disebut dengan gaya hidup halal (*halal lifestyle*).¹³

Dari beberapa industri halal yang sekarang sedang berkembang adalah industri pariwisata. Untuk memenuhi pariwisata yang ramah akan wisatawan

Pariwisata Konsep dan Aplikasinya di Indonesia. (Yogyakarta: Penerbit Gava Media, 2013), h. 193-197.

¹¹ Yuswohadi, *Marketing to The Middle Class Muslim*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2014). h. 18.

¹² *Ibid.*

¹³ Azhari Akmal Tarigan, *Etika dan Spritualitas Bisnis* (Medan: FEBI UIN-SU Press, 2014), h. 87-88.

muslim, akhir-akhir ini muncul pariwisata yang berhubungan dengan agama Islam, yaitu pariwisata halal. Perkembangan konsep wisata halal berawal dari adanya jenis wisata ziarah dan *religi (pilgrims tourism/spiritual tourism)*. Dimana pada tahun 2007 telah dilaksanakan konferensi di Cordoba, Spanyol oleh World Tourism Organization (UNWTO) dengan judul “*International Conference On Tourism, Religions And Dialogue Of Cultures*”. Dalam konferensi ini, para panel menekankan: a) kebutuhan untuk mengembangkan hubungan dinamis antara nilai-nilai warisan agama dan budaya untuk melayani kepentingan penduduk, wisatawan dan komunitas agama; b) pentingnya menjaga keaslian dan fitur inti dari situs-situs keagamaan dan rute-rute budaya; c) pentingnya penyebaran informasi tentang warisan budaya tak berwujud dan tradisi kuno yang bertujuan untuk membawa pengunjung lebih dekat ke nilai-nilai dan spiritualitas komunitas tuan rumah.¹⁴

Pariwisata halal adalah konsep baru dalam industri pariwisata. Pariwisata Halal mengintegrasikan antara motivasi agama dan konservatif, mencoba untuk mengangkat gaya hidup Islam dan menggarisbawahi ketidaksihinggaannya dengan praktik pariwisata barat saat ini, yang mendominasi industri pariwisata modern.¹⁵ Oleh karena itu, diperlukan pengembangan lebih banyak produk dan layanan pariwisata halal untuk melayani pasar yang dinamis dan berkembang ini.¹⁶

Trend Pariwisata Halal sebagai salah satu pemenuhan gaya hidup saat ini telah menjadi kekuatan pariwisata dunia yang mulai berkembang pesat. Di beberapa negara di dunia, terminologi wisata halal menggunakan beberapa nama yang cukup beragam diantaranya *Syariah Tourism, Islamic Tourism, Halal Friendly Tourism Destination, Halal Travel, Muslim-Friendly Travel Destinations, Halal lifestyle*, dan lain-lain.

Namun Menteri Pariwisata Republik Indonesia dalam sebuah seminar yang diadakan Masyarakat Ekonomi Islam (MES) mengungkapkan bahwa beliau lebih

¹⁴UNWTO, 2007. Konferensi International dalam Pariwisata, Agama dan Dialog Budaya. Konferensi ini diikuti oleh 250 peserta yang terdiri dari 80 negara dan beberapa organisasi internasional.

¹⁵Halalbase Pte Ltd. *Halal Tourism*, Available: <http://halbase.com/articles/Halal%20Tourism.pdf>. diunduh pada tanggal 20 April 2018.

¹⁶ J. C. Henderson, *Sharia-Compliant Hotel*, Tourism and Hospitality Research, Vol. 10, No. 3, hal. 246-254, 2010.

setuju dengan sebutan “Pariwisata Halal”, karena menurut beliau Pariwisata Halal lebih mengandung arti global yang tidak hanya eksklusif bagi satu agama saja, tetapi wisata bagi semua. Selama ini, sebutan wisata syariah (sebelum digunakan terminologi wisata halal) dipersepsikan sebagai suatu wisata ke kuburan (ziarah) ataupun ke masjid saja. Namun Pariwisata Halal tidak diartikan seperti itu, melainkan wisata yang di dalamnya berasal dari alam, budaya, ataupun buatan yang dibingkai dengan nilai-nilai Islam.¹⁷

Trend wisata halal mulai berkembang seiring dengan meningkatnya populasi muslim di dunia. Sebagai suatu fenomena perjalanan manusia, Pariwisata diperkirakan menjadi industri yang sangat penting dewasa ini dan dimasa yang akan datang, dalam konteks pariwisata domestik maupun internasional.¹⁸

Dilihat dari faktor demografi, potensi wisatawan muslim dinilai cukup besar karena secara global jumlah penduduk muslim dunia sangat besar seperti Indonesia, Malaysia, Brunei Darussalam, Turki, dan Negara-negara Timur Tengah dengan tipikal konsumen berusia muda/usia produktif, berpendidikan, dan memiliki *disposable income* yang besar. Menurut *PewResearch Center* (kelompok jajak pendapat di Amerika Serikat), bahwa jumlah penduduk Muslim pada tahun 2010 sebesar 1,6 miliar atau 23 persen jumlah penduduk dunia. Jumlah penduduk Muslim tersebut merupakan urutan kedua setelah umat Kristiani sebesar 2,2 miliar atau 31 persen penduduk dunia. Diperkirakan hingga tahun 2050, penduduk muslim mencapai 2,8 miliar atau 30 persen penduduk dunia.¹⁹

Menurut survey yang dilakukan oleh Crascentrating bekerjasama dengan Mastercars, bahwa Malaysia masih menjadi tujuan Pariwisata Halal yang paling diminati. Indonesia dan Uni Emirate Arab sama-sama menduduki urutan nomor dua. Sedangkan negara yang penduduk Muslimnya minoritas atau negara-negara non OKI, negara Singapura menduduki destinasi pariwisata halal yang pertama. Berikut nama-nama beberapa negara yang menjadi desitinasi pariwisata halal, baik

¹⁷<http://wap.mi.baca.co.id/20344249?origin=relative&pageId=8267df89-7841-46e8-a25e-8cd61fa07b05&PageIndex=0>. Diunduh pada tanggal 29 November 2018

¹⁸ Yvette Resinger, *International Tourism, Cultures and Behavior* (Burlington: Elsevier, 2009), hal. 8.

¹⁹ <http://www.pewresearch.org/>. Diunduh pada tanggal 12 Juni 2018.

negara-negara yang tergabung dalam organisasi Konferensi Islam (OKI) maupun negara-negara yang tidak tergabung dalam OKI.²⁰

Tabel 1.1
Negara-negara OKI dan non OKI sebagai destinasi Pariwisata Halal.

Rank	OIC Destination	Score	Rank	Non-OIC Destination	Score
1	Malaysia	80.6	6	Singapore	66.2
2	Indonesia	72.8	16	Thailand	56.1
2	United Arab Emirates	72.8	22	United Kingdom	53.8
4	Turkey	69.1	25	Japan	51.4
5	Saudi Arabia	68.7	27	Taiwan	49.6
6	Qatar	66.2	27	Hong Kong	49.6
8	Bahrain	65.9	32	South Africa	47.7
9	Oman	65.1	35	Germany	45.7
10	Morocco	61.7	36	France	45.2
11	Kuwait	60.5	37	Australia	44.7
11	Brunei	60.5	38	Switzerland	44.0
13	Tunisia	60.2	39	Spain	43.5
13	Jordan	60.2	41	South Korea	43.1
15	Egypt	60.0	42	Philippines	42.8
17	Iran	55.9	45	Canada	42.1
18	Maldives	55.4	45	Russian Federation	42.1
19	Pakistan	55.1	47	China	41.8
20	Kazakhstan	54.8	47	Ireland	41.8
21	Algeria	54.1	49	India	41.6
23	Lebanon	53.4	51	New Zealand	41.2

Sumber: Crescent Rating: Global Muslim Travel Index (GMTI) 2018

Studi yang dilakukan oleh *Master Card* dan *Crescent Rating* 2018 dalam *Global Muslim Travel Index (GMTI) 2018*, bahwa pada tahun 2014 terdapat 108 juta wisatawan muslim yang merepresentasikan 10 persen dari keseluruhan industri wisata dan segmen ini memiliki nilai pengeluaran sebesar US\$145 miliar. Diperkirakan pada tahun 2020 angka wisatawan Muslim akan meningkat menjadi 150 juta wisatawan dan mewakili 11 persen segmen industri yang diramalkan dengan pengeluaran menjadi sebesar US\$200 miliar.²¹

Dengan nilai ekspenditur wisata pasar muslim global senilai US \$142 miliar (diluar haji dan umrah) atau 11% dari total pasar wisatawan gobal (lebih besar dari

²⁰ *Mastercard-Crescentrating Global MuslimTravel Index 2018 (GMTI 2018)*.

Diterbitkan oleh kerjasama Mastercard dan Crescent Rating, yang berpusat di Singapura. Diunduh tanggal 22 April 2018.

²¹ *Ibid.*

potensi pasar Amerika jika dianalogikan sebagai suatu negara), dengan CAGR sekitar 8.6% ekpenditur wisata pasar wisatawan muslim ini diprediksi mencapai nilai US \$ 233 miliar tahun 2020.²² Negara-negara non muslim telah banyak mengambil peluang dari ceruk pasar yang potensial ini seperti Australia dengan mendesain pariwisata yang dinamakan Muslim Friendly Australian Holiday dengan menggandeng pre-visitors muslim, meyakinkan *safety feeling* melalui informasi ketersediaan industri halal (restoran, mesjid dan lainnya) untuk berwisata. Contoh negara non muslim lain adalah Jepang yaitu dengan *halalmedia.jpg* memberikan perlakuan khusus wisatawan muslim melalui restoran-restoran halal pada bandara Narita.²³

Melihat semakin tumbuh dan berkembangnya tingkat persaingan negara-negara OKI (Organisasi Konferensi Islam) untuk menggarap pasar wisatawan muslim ini, Indonesia pada tahun 2016 berhasil meraih rangking 4 naik 2 tingkat untuk kategori GMTI (Global Muslim Travel Index), namun saat itu belum mampu menyaingi Malaysia yang bertahan di posisi pertama. Sementara untuk negara-negara non OKI, masih dikuasai negara Singapore dan Thailand. Kemungkinan keberhasilan negara-negara jiran ini tidak terlepas dari peranan wisatawan Indonesia yang bepergian ke negara-negara ini. Sebab yang menjadi salah satu indikatornya adalah jumlah wisatawan muslim yang masuk ke negara tersebut.²⁴

Indonesia berupaya terus mengembangkan wisata halal di Tanah Air, meskipun kondisi pariwisata halal di Indonesia masih belum maksimal. Terdapat 13 (tiga belas) provinsi yang dipersiapkan Indonesia untuk menjadi destinasi wisata halal, yakni Nusa Tenggara Barat (NTB), Nangroe Aceh Darussalam, Sumatera Barat, Riau, Lampung, Banten, DKI Jakarta, Jawa Barat, Jawa Tengah, Yogyakarta, Jawa Timur, Sulawesi Selatan, dan Bali. Wilayah tujuan wisata halal tersebut ditentukan berdasarkan kesiapan sumber daya manusia, budaya masyarakat, produk wisata daerah, serta akomodasi wisata. Pada dasarnya

²² Thomson Reuters in Collaboration with DinarStandar (2015) State of The Global Islamic Economy Report Dubai

²³

²⁴ Sari Lenggogeni, *Pariwisata Halal: Konsep, Destinasi dan Industri*, dalam Buku CreaTourism: Mendukung Pembangunan Kepariwisata Berkelanjutan (Tourism Development Center Andalas Univerisity Padang: PT Mujur Jaya, 2017), h. 230.

pengembangan wisata halal bukanlah wisata eksklusif karena wisatawan non-Muslim juga dapat menikmati pelayanan yang beretika syariah. Wisata halal bukan hanya meliputi keberadaan tempat wisata ziarah dan religi, melainkan pula mencakup ketersediaan fasilitas pendukung, seperti restoran dan hotel yang menyediakan makanan halal dan tempat shalat.²⁵

Gambar 1.2.
13 Destinasi Wisata Halal Indonesia



Sumber: Kemenkraf, Indonesia 2013, Indonesia as Moslem Friendly Destination, (Buku Panduan Wisata).

Penilaian kesiapan destinasi wisata dilihat dari beberapa aspek utama pariwisata, yaitu: *Pertama*, Produk; Pengembangan Produk harus berdasarkan Kriteria Umum dan Standarisasi yang diterapkan untuk Usaha Pariwisata Syariah dan Daya Tarik. *Kedua*, SDM dan kelembagaan; Kompetensi Profesi Insan Pariwisata Syariah juga harus ditunjang dengan Training dan Pendidikan yang sesuai dengan sasaran Standar Kompetensi yang dibutuhkan Wisatawan Muslim. *Ketiga*, Promosi; Bentuk promosi dan jalur pemasaran disesuaikan dengan perilaku Wisatawan Muslim.

²⁵ Kemenpar.go.id. diunduh pada tanggal 12 Desember 2018.

Meskipun konsep halal sudah menjadi gaya hidup bagi sebagian besar penduduk Indonesia, namun wisata halal kurang berkembang di Indonesia dikarenakan fasilitas yang masih belum lengkap, tidak mudah memastikan makanan halal, sertifikasi halal, dan promosi yang kurang. Hal tersebut tampak dari hasil laporan lembaga riset dan pemeringkat industri pariwisata halal Crescent rating bersama MasterCard yang diluncurkan pada bulan April 2018, Global Muslim Travel Index (GMTI) 2018 menempatkan Indonesia berada di urutan kedua tujuan wisata halal dunia bersama Uni Emirat Arab. Kedua Negara ini mendapat nilai yang sama sebagai destinasi halal dunia di bawah Malaysia.²⁶

Dalam Pariwisata Halal ini terdapat dua pendekatan, yang pertama adalah pendekatan secara umum yang masih beranggapan bahwa Pariwisata Halal merupakan Wisata Religi. Namun, sebenarnya besaran pasar Wisata Religi menurut data dari Thomson Reuters hanya sebesar US\$ 22,7 miliar yaitu hanya sekitar 1/8 dari total pasar Pariwisata Halal yang sebesar US\$ 169 miliar di tahun 2016. Pendekatan kedua yang beranggapan bahwa Pariwisata Halal adalah sama seperti pariwisata pada umumnya hanya menyiapkan *extended services and facilities* (layanan tambahan) bagi wisatawan Muslim. Secara generik, Pariwisata Halal di antaranya adalah dapat berupa wisata alam, wisata budaya, maupun wisata buatan dalam bingkai wisata keluarga (*halal lifestyle*).²⁷ Untuk menjawab tantangan tersebut, pemerintah dalam hal ini Kementerian Pariwisata telah berkomitmen mengembangkan Pariwisata Halal di Indonesia berkolaborasi dengan Pentahelix (ABCGM) Stakeholder meliputi, *Academic* (Kampus), *Business* (Pelaku Usaha), *Community* (Komunitas), *Government* (Pemerintah), dan *Media*.²⁸

²⁶ Mastercard-Crescentrating GMTI 2018, *Global Muslim Travel Index 2018*. Diunduh pada 1 September 2018.

²⁷ Muhammad Djakfar, *Pariwisata Halal: Prespektif Multidimensi* (Malang: UIN Maliki Press, 2017), h. 10.

²⁸ Dikutip dari Majalah *Sriwijaya Magazine.Com*. Juni 2017. Diunduh pada 15 September 2018. Pada hakekatnya, keberhasilan majunya pariwisata Indonesia tidak lepas dari berbagai kepentingan yang berada di sekitar destinasi wisata tersebut, seperti pemerintah daerah, masyarakat setempat dan para *stakeholder*. Mengenai hal tersebut, Menteri Pariwisata Arief Yahya mengungkapkan kunci keberhasilan dalam mengembangkan kepariwisataan nasional pada sinergitas unsur Pentahelix. Unsur Pentahelix itu adalah Pemerintah; Akademisi; Asosiasi; Komunitas dan Media, yang saling terkait satu sama lain. Menteri ini menjelaskan sinergi yang disebut dengan *Penta Helix* tersebut menjadi kunci mengembangkan pariwisata Indonesia, khususnya dalam mewujudkan target tahun 2016 hingga 2019. Semua itu dilaksanakan tahun ini

Dalam perjalanan perkembangan pariwisata halal di Indonesia. Kementerian Pariwisata Republik Indonesia memilih tiga provinsi yang menjadi prioritas sekaligus *pilot project* pemerintah Indonesia untuk menjadi destinasi halal adalah provinsi Aceh, Sumatera Barat dan Nusa Tenggara Barat (NTB). Ketiga provinsi ini diyakini memiliki pesona yang menarik, baik dari destinasi alam maupun destinasi buatan. Selain itu, Ketiga provinsi ini juga mempunyai kebudayaan dan keIslaman yang sangat kental sekali serta memiliki penduduk yang mayoritas beragama Islam. Pemerintah Indonesia pada tahun 2016 mendaftarkan tiga provinsi ini untuk menjadi perwakilan dalam even Internasional tentang pariwisata halal yang diadakan di Abu Dhabi, Uni Emirat Arab.

Ketiga provinsi telah mendapat beberapa penghargaan tingkat dunia pada tahun 2016, ketiganya mendapat penghargaan diajang The Word's Halal Tourism Award di Abu Dhabi. Provinsi Aceh mendapat penghargaan sebagai World's Best Halal Cultural Destination dan Bandara Sultan Iskandar Muda (SIM) Blang Bintang, Aceh Besar mendapat penghargaan World's Best Airport for Halal Travellers. Provinsi Sumatera Barat meraih tiga penghargaan sekaligus dalam ajang The World Halal Tourism Award (WHTA) 2016. yakni kategori World's Best Halal Destination 2016 dan World's Best Halal Culinary Destination 2016. Sementara agen perjalanan asal Sumbar, Ero Tour memenangkan satu kategori khusus, yaitu World's Best Halal Tour Operator 2016. Sedangkan Provinsi Nusa Tenggara Barat (NTB) yang mana pada tahun 2014 dan 2015 berturut-turut mendapat penghargaan Word's Best Halal Destination, pada tahun 2016 mendapat penghargaan Word's Best Honeymoon.²⁹

Sumatera Barat adalah salah satu provinsi yang ada di Indonesia yang memiliki banyak potensi dari berbagai aspek mulai dari kuliner, alam, budaya dan wisata lainnya. Sumatera Barat juga dikenal dengan filosofi *adat basandi sarak sarak basandi kitabullah*. Adapun makna dari filosofi tersebut berkaitan erat

dalam upaya mencapai target kunjungan 15 juta wisatawan mancanegara tahun ini dan 20 juta wisman pada 2019 mendatang.

²⁹ <http://itwabudhabi.com/halal-awards/2016-winners.html>, diunduh pada tanggal 21 November 2018.

dengan agama, keramahan masyarakat, keelokan alam dan berbagai macam kuliner yang terkenal menjadikan Sumatera Barat menjadi destinasi wisata yang patut untuk di kunjungi oleh wisatawan.

Gambar 1.3

Tropi yang dimenangkan oleh Sumatera Barat dari
The World Halal Tourism Award (WHTA) 2016



Sumatera Barat adalah provinsi yang sangat potensial sekali dalam pengembangan pariwisata halal. Sumatera Barat merupakan salah satu tujuan utama pariwisata di Indonesia, yang memiliki fasilitas wisata cukup baik, serta sering diadakan berbagai festival dan event internasional, menjadi pendorong datangnya wisatawan ke Sumatera Barat. Penghargaan destinasi wisata halal yang diterima Sumatera Barat mampu menggerakkan pemerintah provinsi untuk menyusun konsep dan perumusan lebih lanjut serta mempertimbangkan kondisi daerah agar mudah untuk diterapkan. Sehingga hasil rumusan tersebut dapat dituangkan dalam bentuk Peraturan Daerah (perda) sebagai payung hukum pengembangan wisata halal di Sumatera Barat.³⁰

Sumatera Barat berhasil memenangkan 4 kategori pada Kompetisi Pariwisata Halal Nasional (KPHN) yang dilaksanakan oleh Kementerian Pariwisata Republik Indonesia (Kemenpar RI). Kategori tersebut ialah : Destinasi Wisata Halal Terbaik, Destinasi Kuliner Terbaik, Biro Perjalanan Wisata Halal Terbaik dan

³⁰ *Sumbar Matangkan Konsep Destinasi Wisata Halal*, <https://halallifestyle.id>, Rabu 18 Oktober 2018 05:50 PM, diakses pada hari Rabu 18 Oktober 2017 pukul 11.30 Wib.

Restoran Halal Terbaik.¹⁸ Sejumlah destinasi di sumbar yang telah ditetapkan sebagai daerah tujuan wisata halal, yaitu : Danau Singkarak, Danau Maninjau, Danau Kembar, Ngarai Sianok, Goa Jepang, Pulau Cubadak di Kawasan Mandeh, Lembah Anai, Istano Basa Pagaruyung dan Kepulauan Mentawai.³¹

Terpilihnya Sumatera Barat tersebut membuktikan bahwa Sumatera Barat memiliki peluang besar dan berpotensi dalam pengembangan sektor wisata halal. Menangnya Sumatera Barat dalam kompetisi tersebut, secara tidak langsung telah menaikkan Sumatera Barat menjadi salah satu pilihan sebagai destinasi wisata halal yang layak untuk dilirik oleh wisatawan domestik maupun mancanegara. Hal ini menjadi peluang besar bagi pemerintahan Sumatera Barat dalam mengembangkan sektor wisata halal untuk mencapai kesejahteraan masyarakat, dengan berkembangnya sektor pariwisata otomatis akan menumbuhkan ekonomi Sumatera Barat. Adanya destinasi wisata halal di Sumatera Barat dapat memberikan dampak positif dalam peningkatan perekonomian masyarakat dan Pendapatan Asli Daerah (PAD).³²

Namun perkembangan industri pariwisata halal di Sumatera Barat saat ini masih belum maksimal. Padahal jika digarap lebih serius, potensi pengembangan wisata halal di Sumatera Barat sangat besar. Belum banyak biro perjalanan yang mengemas perjalanan inbound dengan paket halal travel, tetapi lebih banyak pengemasan perjalanan outbound seperti umrah dan haji. Belum lagi beberapa destinasi dan penginapan di Sumatera Barat masih belum berstandar international. Selain itu juga, masih banyaknya hotel maupun restoran yang belum bersertifikasi halal juga menjadi masalah bagi pengembang pariwisata halal di provinsi ini. Hal ini juga disebabkan belum adanya regulasi yang “memaksa” para pelaku wisata untuk mengurus sertifikasi halal melalui LPPOM MUI Provinsi Sumatera Barat.³³

Jika dilihat dari angka jumlah kunjungan wisman Muslim memang dinilai masih sangat kecil. Namun, target wisata halal sebenarnya bukan hanya

³¹ Raja Salman Tertarik Wisata Halal di Sumatera Barat, Publikasi : Liputan 6, 05 maret 2017, 09:35 WIB. Diakses melalui www.liputan6.com, tanggal 10 Oktober 2018, pukul 22:51

³² <https://sumbar.travel/>. Diunduh 27 Desember 2018.

³³ [https://padek.co/koran/padangekspres.co.id/read/detail/106799/Dr_Syaifullah,_Direktur_Lembaga_Pengkajian_Pangan,_Obat_dan_Kosmetika_\(LPPOM\)_MUI_Sumbar](https://padek.co/koran/padangekspres.co.id/read/detail/106799/Dr_Syaifullah,_Direktur_Lembaga_Pengkajian_Pangan,_Obat_dan_Kosmetika_(LPPOM)_MUI_Sumbar).

wisatawan Muslim, tetapi juga wisatawan non Muslim. Karena pada hakekatnya wisata halal hanyalah sebagai pelengkap jenis wisata konvensional.

Tabel 1.4
Wisatawan Mancanegara yang Berkunjung ke Sumatera Barat menurut Kebangsaan

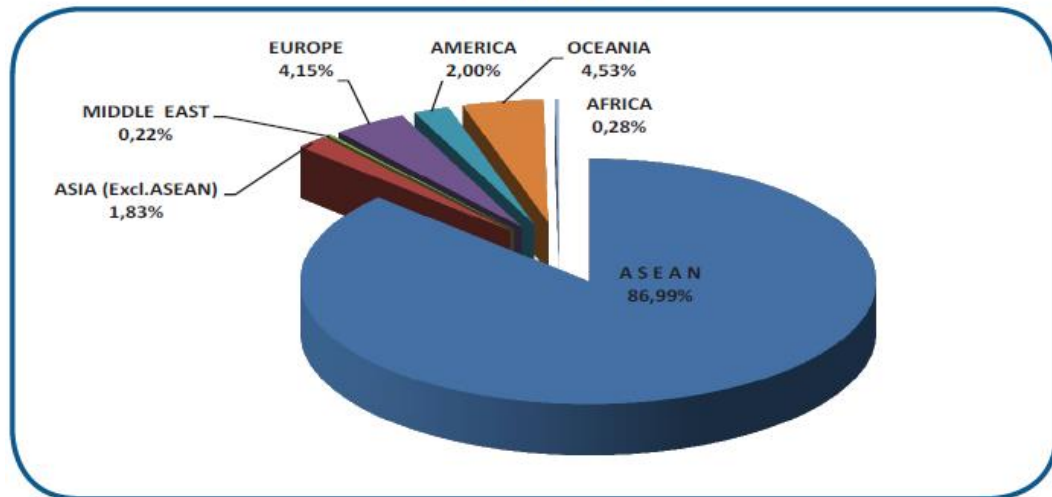
Tabel 1
Wisman yang Berkunjung ke Sumatera Barat menurut Kebangsaan

No.	Kebangsaan	Mei 2018 (orang)	April 2019 (orang)	Mei 2019 (orang)	Jan-Apr 2018 (orang)	Jan-Apr 2019 (orang)	Perubahan Mei 2019 thd April 2019 (%)	Perubahan Mei 2019 thd 2018 (%)	Perubahan Jan-Mei 2019 thd 2018 (%)	Peran thd Total Wisman Jan-Mei 2019 (%)
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)	(10)	(11)
1	Malaysia	1 954	3 999	2 253	15 242	19 026	-43,66	15,30	24,83	76,22
2	Australia	306	309	373	958	1 041	20,71	21,90	8,66	4,17
3	Amerika Serikat	80	61	113	226	280	85,25	41,25	23,89	1,12
4	Tiongkok	2	27	50	71	145	85,19	2.400,00	104,23	0,58
5	Perancis	45	65	48	232	248	-26,15	6,67	6,90	0,99
6	Inggris	31	78	30	192	196	-61,54	-3,23	2,08	0,79
7	Jerman	26	15	22	136	130	46,67	-15,38	-4,41	0,52
8	Singapura	185	70	21	1 463	254	-70,00	-88,65	-82,64	1,02
9	Belanda	15	12	21	82	68	75,00	40,00	-17,07	0,27
10	Thailand	-	59	20	60	174	-66,10	-	190,00	0,70
Total 10 negara		2 644	4 695	2 951	18 662	21 562	-37,15	11,61	15,54	86,38
Lainnya		358	776	631	1 388	3 400	-18,69	76,26	144,96	13,62
Total		3 002	5 471	3 582	20 050	24 962	-34,53	19,32	24,50	100,00

Sumber: BPS Sumatera Barat, diunduh tanggal 29 November 2019.

Dari tabel 1.4 di atas, jumlah wisatawan mancanegara adalah sebanyak didapati bahwa wisatawan mancanegara yang paling banyak datang ke Sumatera Barat sampai bulan April 2019 berasal dari negara Malaysia, yang berjumlah 19.026 orang, yaitu sebanyak 76,22% dari total wisatawan mancanegara yang datang ke Sumatera Barat. Disusul dari Australia sebanyak 1.041 orang mempunyai peran terhadap wisatawan mancanegara di Sumatera Barat sebesar 4,17%. Amerika Serikat sebesar 1,12% dan terakhir yang paling kecil jumlah wisatawannya adalah dari negara Belanda yang hanya 68 orang.

Grafik 2
Perkembangan Jumlah Wisman yang Berkunjung Melalui BIM menurut Asal Benua
Januari s.d Mei 2019



Sumber: BPS Sumatera Barat, diunduh tanggal 28 November 2019

Dari table diatas, diketahui bahwa pariwisata halal di Sumatera Barat belum banyak diketahui oleh wisatawan mancanegara. berdasarkan data tersebut juga, tidak terlihat wisatawan mancanegara yang berasal dari negara-negara mayoritas penduduk Muslim selain negara Malaysia. Wisatawan dari negara Malaysia memang sudah lama mengenal Sumatera Barat sebagai destinasi wisata yang terkenal dengan pemandangan laut, pantai, gunung dan danau. Mereka mengetahui Sumatera Barat sebagai destinasi wisata umum bukan sebagai destinasi wisata halal dunia. Ini dibuktikan dengan wawancara penulis dengan salah seorang warga Malaysia yang pernah berkunjung ke Sumatera Barat, mereka mengatakan tidak tahu kalau Sumatera Barat termasuk destinasi halal terbaik dunia, selama ini mereka tahu Sumatera Barat terkenal dengan alamnya. Faktor lain yang membuat ramainya warga negara yang mempunyai passport Malaysia berkunjung ke Sumatera Barat adalah factor budaya. Banyak penduduk Malaysia terutama di Negeri Sembilan memiliki adat dan bahasa yang sama dengan adat Minang yang merupakan adat asli dari Sumatera Barat.

Kurangnya pengembangan pariwisata halal di Sumatera Barat juga diakui oleh Ketua Asosiasi Pengusaha Travel Indonesia (ASITA) Provinsi Sumatera

Barat, Ian Hanafiah, menurut beliau, di luar negeri seperti di Timur Tengah, tidak banyak yang tahu bahwa Sumatera Barat merupakan daerah destinasi halal terbaik dunia. Menurut Ian, hal ini terjadi karena kurangnya promosi keluar tentang destinasi halal Sumatera Barat.³⁴

Jika dibandingkan dengan provinsi lain yang juga pernah meraih The Best Destination Halal Tourism pada tahun 2014 dan 2015, Provinsi Nusa Tenggara Barat (NTB) misalnya, provinsi ini memiliki perkembangan pariwisata halal yang sangat berkembang. Hal ini dibuktikan dengan meningkatnya kunjungan wisatawan mancanegara ke provinsi ini. Berdasarkan statistik, NTB menunjukkan perkembangan pariwisata halal yang sangat signifikan. Data 2015-2016 menunjukkan adanya kenaikan cukup signifikan dari kunjungan wisatawan dari Timur Tengah yang meningkat hingga 190 persen.³⁵ Disamping itu, label pariwisata halal sudah identik dengan provinsi ini. Dengan adanya keinginan yang kuat dari pemimpinnya, dengan mengeluarkan perda Pariwisata Halal Nomor 2 Tahun 2016, maka NTB telah menjadi destinasi halal dunia.³⁶

Meski sudah mendapat penghargaan sebagai destinasi halal terbaik dunia, masih banyaknya hotel maupun restoran di Provinsi Sumatera Barat yang belum bersertifikasi halal, sebagai syarat utama pariwisata halal. Padahal syarat penting untuk bisa meyakinkan wisatawan Muslim terutama wisatawan mancanegara adalah sertifikat halal yang dikeluarkan oleh lembaga yang berwenang. Munculnya stigma, bahwa karena mayoritas pemilik hotel dan restoran di Sumbar adalah Muslim, ini menjadi alasan mereka tidak mau mengurus sertifikat halal. Kehalalan bukan hanya berasal dari turunan babi saja. Akan tetapi termasuk sumber bahan dan proses pengolahan juga harus halal. Misal, bahan daging sapi. Harus menjadi perhatian di sini, proses penyembelihan sapi di rumah potong hewan (RPH) harus dilakukan secara Islam. Menurut Direktur LPPOM MUI Sumatera Barat dan Dinas

³⁴ Dikutip dari laman <https://sumbar.antaranews.com>, pada tanggal 27 Desember 2018.

³⁵ Badan Pusat Statistik (BPS) Nusa Tenggara Barat. Diunduh pada Tanggal 20 Januari 2019

³⁶ Peraturan Daerah (Perda) Provinsi Nusa Tenggara Barat (NTB) Nomor 2 Tahun 2016 tentang Pariwisata Halal. Dikutip pada laman https://jdih.ntbprov.go.id/sites/default/files/produk_hukum/LD%20Perda%20No%202%20h%22016.pdf, diunduh pada tanggal 20 Januari 2019.

Pariwisata Sumatera Barat, hingga akhir 2019, hanya ada 28 restoran dan rumah makan yang sudah memiliki sertikat halal dari LPPOM MUI Sumbar.³⁷

Masih minimnya promosi dari pemerintah Sumbar sebagai destinasi wisata halal. Apalagi *digital brandingnya*. Ini terlihat masih kurangnya branding maupun slogan yang menyatakan Sumatera Barat sebagai destinasi halal dunia. Hal ini juga dapat dilihat dari kinerja *stake holder* pariwisata di provinsi Sumbar yang masih parsial dan cenderung berjalan sendiri-sendiri, membuat tidak ada kekompakan dalam mengambil kebijakan. Masih banyak restoran-restoran yang tidak transparan dalam harga. Umumnya restoran enggan meletakkan daftar harga makanan di tempat mereka, padahal syariat Islam sangat mengedepankan transparansi dalam harga, dan mengedepankan saling ridho “*’an tarodhin*” dalam setiap transaksi, dan tidak ada yang dirugikan.³⁸

Suatu hal yang penting dicermati dan menjadi perhatian adalah bahwa pengembangan konsep pariwisata sebuah daerah hendaknya didasarkan pada situasi dan kondisi aktual daerah dimana pariwisata tersebut berada, yang biasa disebut dengan (*contextual related*) yang terbentuk dari letak daerah pariwisata di sebuah daerah (*geographical related*), kondisi sosial budaya masyarakat setempat (*socially culturally related*), kepentingan masa depan sebuah daerah dan bisnis (*future interests related*) serta sinergi pengembangan dengan bidang pembangunan lain (*synergy related*). Jika pengembangan suatu pariwisata tidak mempertimbangkan hal-tersebut, dikhawatirkan pariwisata sebagai sebuah sektor ekonomi dan pembangunan akan berjalan sendirian tanpa dukungan sektor lainnya, yang lebih lanjut akan membawa dampak buruk dan negatif dalam hal keberlanjutan (*sustainability*) sektor pariwisata tersebut.³⁹ Ada beberapa konsep pengembangan

³⁷ Dikutip dari pernyataan Direktur LPPOM MUI Sumatera Barat Bapak Dr. Syaifullah dan Kepala Dinas Pariwisata Sumbar, pada tanggal 1 Juli 2018, pada <https://padek.co/koran/padangekspres.co.id>, diunduh pada tanggal 11 Januari 2019.

³⁸ Pernyataan Kepala Dinas Pariwisata Sumatera Barat Oni Yulfian, dikutip dari <https://www.republika.co.id/berita/ekonomi/syariah-ekonomi/17/08/08/oudd9q415-sumbar-tak-mau-kalah-soal-wisata-halal>, diunduh pada tanggal 21 Januari 2019.

³⁹ Hafiz Rahman, *Memperkenalkan Quadruple-Helix Plus (QH) dalam Arah dan Kebijakan Pariwisata*, dalam *Creaturism: Mendukung Pembangunan Kepariwisata Berkalanjutan*. (Tourism Development Center, Andalas University, Padang: PT. Mujur Jaya, 2017), h. 42.

pariwisata yang telah berupaya ditetapkan oleh beberapa daerah di Indonesia dengan berbagai hasil positif maupun negatif terhadap pembentukan image atau citra pendapatan dan pengembangan daerah.

Pencapaian Provinsi Sumatera Barat sebagai the World's Best Halal Tourism Destination 2016 tentu menjadi momen yang sangat penting serta memperjelas posisi, strategi dan konsep sektor pariwisata yang dipilih Provinsi Sumatera Barat. Pastinya setiap strategi dan konsep akan memiliki konsekuensi pro dan kontra, yang pastinya memiliki tujuan positif untuk kemajuan pariwisata di Provinsi Sumatera Barat. Setiap konsep juga memiliki tantangan tersendiri. Khusus dalam hal pariwisata Sumatera Barat, tantangan mengenai wisata halal yang ditetapkan sebagai konsep pengembangan pariwisata provinsi ini terletak pada upaya menerapkan strategi dan konsep tersebut secara berkelanjutan (*sustainably implemented*) dan selanjutnya mengidentifikasi konsep turunan apa yang mungkin dapat digunakan oleh pemerintah Provinsi Sumatera Barat berikut dengan stakeholders pariwisata di provinsi tersebut untuk mencapai tujuan penerapan konsep pariwisata halal ini.

Penelitian ini berupaya memperkenalkan konsep pendukung yang dapat dipilih oleh stakeholders pariwisata Sumatera Barat untuk mensukseskan strategi dan konsep wisata halal yang sudah terlebih dahulu ditetapkan sebagai grand design dalam pengembangan pariwisata Sumatera Barat. Model Penta Helix yang dianjurkan oleh Kementerian Pariwisata Republik Indonesia yang dituangkan dalam Peraturan Menteri Pariwisata Nomor 14 Tahun 2016 Tentang Pedoman Pariwisata Berkelanjutan menjadi pegangan setiap daerah dalam pengembangan pariwisata dimasing-masing daerah tersebut. Model ini sudah menjadi populer dikalangan daerah-daerah di dunia untuk melahirkan inovasi-inovasi dalam mengembangkan pariwisata di setiap daerah.

Stakeholder yang diharapkan bekerjasama dalam model Penta Helix adalah yang pertama adalah Akademisi. Akademisi pada model Penta Helix berperan sebagai konseptor. Seperti melakukan identifikasi potensi serta sertifikasi produk dan ketrampilan sumber daya manusia yang mendukung peningkatan potensi pariwisata halal di daerah tersebut. Akademisi dalam hal ini merupakan sumber

pengetahuan dengan konsep, teori-teori terbaru dan relevan dengan kondisi pengembangan potensi daerah. Kedua, Sektor swasta pada model Penta Helix berperan sebagai enabler. Sektor swasta merupakan entitas yang melakukan proses bisnis dalam menciptakan nilai tambah dan mempertahankan pertumbuhan yang berkelanjutan. Sektor Swasta dapat berperan sebagai enabler menghadirkan infrastruktur teknologi dan modal. Dengan adanya perubahan ke era digital maka dapat membantu pengembangan potensi desa menjadi lebih efektif, efisien, dan produktif. Ketiga, Pemerintah, dalam hal ini pemerintah berperan sebagai regulator sekaligus berperan sebagai kontroler yang memiliki peraturan dan tanggung jawab dalam mengembangkan usaha. Dalam hal ini melibatkan semua jenis kegiatan seperti perencanaan, pelaksanaan, pemantauan, pengendalian, promosi, alokasi keuangan, perizinan, program, Undang-Undang, pengembangan dan pengetahuan, kebijakan inovasi publik, dukungan untuk jaringan inovasi dan kemitraan publik-swasta. Pemerintah juga memiliki peran dalam mengkoordinasi para pemangku kepentingan yang berkontribusi pada pengembangan potensi daerah. Keempat adalah Komunitas, komunitas pada model Penta Helix berperan sebagai akselerator. Dalam hal ini komunitas merupakan orang-orang yang memiliki minat yang sama dan relevan dengan pengembangan potensi yang akan dikembangkan. Bertindak sebagai perantara atau menjadi penghubung antar pemangku kepentingan untuk membantu masyarakat dalam keseluruhan proses dan memperlancar adopsi proses ekonomi. Selain itu, komunitas juga memiliki peran untuk mempromosikan produk atau layanan yang dimiliki oleh lumbung ekonomi desa. Keempat,. Terakhir, Media, media harus bisa bertindak sebagai expender. Media berperan dalam mendukung publikasi dalam promosi dan membuat brand image pariwisata halal di Sumatera Barat. Pada masa sekarang, media sangat berperan penting dalam mengenalkan dan mensosialisasikan pariwisata dengan cara efektif dan efisien.

Model Penta-Helix didasarkan pada lima jenis pemangku kepentingan: yang disingkat menjadi ABCGM (*Academician, Business, Community, Government, Media*). Model ini sangat berguna untuk bidang masalah multi pemangku kepentingan di mana pemangku kepentingan mewakili berbagai minat di suatu lokasi atau masalah. Penta helix adalah perpanjangan dari strategi triple helix

dengan melibatkan berbagai elemen komunitas atau lembaga nirlaba untuk mewujudkan inovasi. Melalui kolaborasi sinergis diharapkan dapat mewujudkan inovasi yang didukung oleh berbagai sumber daya yang berinteraksi secara sinergis.⁴⁰

Salah satu dasar modifikasi dan penyesuaian yang dapat dilakukan adalah dengan memanfaatkan keunikan dan hal-hal spesial yang ada pada suatu daerah, terutama yang bersumber dari sistem sosial-kemasayarakatan serta budaya yang dianut masyarakat di daerah tersebut. Dalam arti kata, *local content* yang merupakan pemicu timbulnya *local wisdom* (kearifan lokal) dapat digunakan sebagai dasar bagi modifikasi dan penyesuaian konsep Penta Helix tersebut agar secara signifikan dapat diterapkan pada konteks wilayah atau daerah maupun konteks sektoral yang berbeda.

Menjawab pertanyaan dan tantangan tersebut, model Penta Helix layak dikedepankan untuk mengidentifikasi dan menjelaskan peran *stakeholders* pariwisata Sumatera Barat yang dapat menopang pelaksanaan dan keberlanjutan *Halal Tourism* sebagai konsep utama pariwisata Sumatera Barat. Seperti dijelaskan sebelumnya, Model Penta Helix dapat dimplementasikan pada wilayah publik dan sektor pembangunan yang menjadi unggulan sebuah daerah. Dengan modifikasi penyesuaian tertentu yang didasarkan pada *local content* yang bermuara pada local wisdom yang ada pada masing-masing daerah, maka akan erdapat sebuah konsep helix yang lebih kontekstual jika ditinjau dari sudut konteks sektoral dan kewilayahan. Pendekatan helix yang kontekstual ini dengan sendirinya akan jauh lebih efektif untuk mencapai arah dan tujuan pembangunan pada sektor pembangunan tertentu di suatu daerah.

Menurut Soemaryani⁴¹, Model Pentahelix merupakan referensi dalam mengembangkan sinergi antara instansi terkait di dalam mendukung seoptimal mungkin dalam rangka mencapai tujuan. Menurut Rampersad, Quester, &

⁴⁰ Sturesson. Elof; Lindmark dkk, Markus, *Collaboration for Innovation - A Study in the Öresund Region* (Sweden: Lund University Libraries, 2009). h. 24.

⁴¹ Imas, Soemaryani Imas. *Pentahelix Model To Increase Tourist Visit To Bandung And Its Surrounding Areas Through Huan Resource Development*. Academy of Strategic Management Journal Volume 15, Special Issues 3, 2016.

Troshani, dalam Halibas, Sibyan, dan Maat⁴², bahwa kolaborasi Pentahelix mempunyai peran penting untuk bermain di dalam mendukung tujuan inovasi bersama dan Pentahelix berkontribusi terhadap kemajuan sosial ekonomi daerah. Penelitian yang dilakukan Novy Setia Yunas yang berjudul *Implementasi Konsep Penta Helix dalam Pengembangan Potensi Desa melalui Model Lumbung Ekonomi Desa di Provinsi Jawa Timur*. Tulisan ini akan menjelaskan model inovasi bagi pengembangan potensi desa sebagai upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa di Provinsi Jawa Timur berupa Lumbung Ekonomi Desa dengan konsep penta helix, mulai dari pemetaan dan pelatihan pengelolaan potensi desa hingga digitalisasi ekonomi perdesaan bagi generasi muda dalam pemasaran potensi yang telah dikelola. Diakhir penelitian, model penta helix Dapat mengembangkan potensi desa akan berdampak pada kesejahteraan dan kemandirian masyarakat desa.

Herlan Suherlan dkk, juga menggunakan model Penta Helix dalam penelitian mereka yang berjudul “*The Synergy Of Penta-Helix Stakeholders In The Development Of Smart Destination In Dieng Tourism Area, Central Java – Indonesia*”. Dalam penelitian ini peneliti ingin mengetahui gambaran secara komprehensif bagaimana sinergi atau kerjasama antar stakeholder pariwisata di kawasan Dieng, Jawa Tengah. Penelitian ini menemukan bahwa sinergi dan kerjasama antar stakeholder menjadi masalah pengembangan pariwisata di daerah tersebut, maka solusinya adalah pemerintah membuat aplikasi digital “smart tourism” dan mengoptimalkan internet di daerah wisata tersebut. Dengan adanya aplikasi ini, bisa mempermudah dan menyatukan persepsi antar stakeholders, sehingga model penta helix bisa berjalan dengan lancar. Dari dua penelitian yang penulis paparkan pada latar belakang masalah ini, menunjukkan bahwa model penta helix sangat cocok digunakan dalam penelitian sosial dan inovasi, hal yang paling penting adalah bagaimana menyatukan visi, komitmen bersama dan koordinasi antar stakeholder pariwisata. Penelitian yang penulis lakukan ini dalam rangka

⁴² Halibas, Alrence Santiago. Sibyan, Rowena Ocier. Maata, Rolou Lyu Rodriguez. *The Pentahelix Model of Innovation In Oman : An Hei Perspective*. Interdisciplinary Journal of Information, Knowledge, and Management. Volume 12 2017. Informing Science Institute.

untuk melihat bagaimana implementasi kolaborasi model Penta Helix dalam rangka meningkatkan potensi pariwisata di Sumatera Barat. Sehingga hasil yang didapat dalam penelitian ini dapat memunculkan strategi yang tepat di dalam kolaborasi model Pentahelix dalam rangka memaksimalkan dan mengembangkan potensi pariwisata di Sumatera Barat dalam rangka mendukung perekonomian wilayah.

Dari latar belakang yang penulis sudah kemukakan, maka penulis tertarik untuk meneliti bagaimana perkembangan pariwisata halal di Sumatera Barat pasca mendapat penghargaan “*The Best Halal Tourism Destination dan Best Halal Cullinary*” pada tahun 2016 yang lalu. Namun branding destinasi Pariwisata Halal Dunia masih minim didengar baik di Sumatera Barat, apalagi di Indonesia, dan belum adanya dampak positif misalnya dengan kedatangan wisatawan dari negara-negara berpenduduk mayoritas Muslim seperti dari Timur Tengah dan negara-negara mayoritas muslim lainnya untuk berkunjung ke Sumatera Barat. Ini dilihat dari data statistik yang dikeluarkan oleh BPS Sumatera Barat hingga Mei 2019, wisatawan mancanegara hanya berjumlah kurang lebih 25 ribu wisatawan. Sangat tidak berbanding dengan potensi wisata yang ada di Sumatera Barat dengan keindahan alam dan kaya akan adat dan budaya.

Satu sisi memang, kunjungan ke tempat pariwisata Sumatera Barat masih didominasi wisatawan dalam negeri, dan dari luar negeri, seperti biasanya, wisatawan Malaysia masih mendominasi untuk berkunjung ke Sumatera Barat dengan alasan pesona alam dan kedekatan, bukan karena pariwisata halal.⁴³ Kondisi ini yang membuat penulis tertarik untuk meneliti, mengapa hal ini bisa terjadi. Bagaimanakah peran *stakeholders* selaku penanggung jawab pengembangan pariwisata di Sumatera Barat dan bagaimana kerjasama mereka. Hal inilah yang menjadi dasar penulis untuk melakukan penelitian ini.

B. Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas dan identifikasi masalah yang dikemukakan, dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

⁴³ Penelitian dilakukan oleh Arrahma dan Lenggogeni tahun 2016.

1. Bagaimana persepsi lima *stakeholder* Penta Helix pariwisata tentang pariwisata halal?
2. Apa peran dan usaha yang sudah dilakukan oleh *stakeholder* Penta Helix dalam mengembangkan pariwisata halal di Sumatera Barat?
3. Apa faktor-faktor pendukung dan penghambat dalam pengembangan pariwisata halal di Provinsi Sumatera Barat?
4. Bagaimana sinergitas antar stakeholder dalam pengembangan pariwisata halal di Sumatera Barat?

C. Batasan Istilah

Istilah-istilah pokok yang digunakan dalam disertasi ini adalah:

1. Pariwisata halal adalah kegiatan yang didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah yang memenuhi ketentuan Syariah.⁴⁴ Pelayanan wisatawan dalam pariwisata halal merujuk pada aturan-aturan Islam. Pariwisata halal ini dimanfaatkan oleh banyak orang karena karakteristik produk dan jasanya yang bersifat universal. Produk dan jasa wisata, objek wisata, dan tujuan wisata dalam pariwisata halal adalah sama dengan produk, jasa, objek, dan tujuan pariwisata pada umumnya selama tidak bertentangan dengan nilai-nilai dan etika syariah.
2. Pengembangan: Menurut Seels & Richey dalam Alim Sumarno⁴⁵, pengembangan berarti proses menterjemahkan atau menjabarkan spesifikasi rancangan kedalam bentuk fitur fisik. Pengembangan secara khusus berarti proses menghasilkan bahan-bahan pembelajaran. Sedangkan menurut Tessmer dan Richey, pengembangan memusatkan perhatiannya tidak hanya pada analisis kebutuhan, tetapi juga isu-isu luas tentang analisis awal-akhir, seperti analisis kontekstual. Pengembangan bertujuan untuk menghasilkan produk berdasarkan temuan-temuan uji lapangan.

h. 12 ⁴⁴ Kementerian Pariwisata, “*Kajian Pengembangan Wisata Syariah 2015*”, (Jakarta, 2015),

⁴⁵ Alim Sumarno, *Penelitian Kausalitas Komparatif*, (Surabaya: e-learning, 2012), h. 34

3. Penta Helix; berasal dari dua suku kata yaitu Penta dan Helix. Penta secara harfiah artinya 5, dan Helix artinya spiral. Penta Helix merupakan pengembangan dari Triple Helix yaitu sinergisitas antara univertitas, pemerintah dan pebisnis. Sedangkan Penta Helix adalah gabungan kerjasama antara Akademik, Bisnis, Cummunity, Government (Pemerintah), dan Media. Model Penta Helix dikembangkan dalam dunia pariwisata yang dipopulerkan oleh Menteri Pariwisata RI Arif Yahya.
4. Sumatera Barat (disingkat Sumbar) adalah sebuah provinsi di Indonesia yang terletak di pulau Sumatera dengan Padang sebagai ibu kotanya. Sesuai dengan namanya, wilayah provinsi ini menempati sepanjang pesisir barat Sumatera bagian tengah, dataran tinggi Bukit Barisan di sebelah timur, dan sejumlah pulau di lepas pantainya seperti Kepulauan Mentawai. Dari utara ke selatan, provinsi dengan wilayah seluas 42.297,30 km² ini berbatasan dengan empat provinsi, yakni Sumatera Utara, Riau, Jambi, dan Bengkulu. Sumatera Barat adalah rumah bagi etnis Minangkabau, walaupun wilayah adat Minangkabau sendiri lebih luas dari wilayah administratif Provinsi Sumatera Barat saat ini. Provinsi ini berpenduduk sebanyak 4.846.909 jiwa dengan mayoritas beragama Islam. Provinsi ini terdiri dari 12 kabupaten dan 7 kota dengan pembagian wilayah administratif sesudah kecamatan di seluruh kabupaten (kecuali Kabupaten Kepulauan Mentawai) dinamakan sebagai nagari. Sumatera Barat mempunyai kekayaan alam yang sangat indah yang terdiri dari pegunungan, pantai, air terjun, hutan lindung, perkebunan, kepulauan dan lain-ain. Selain alam yang indah, Sumatera Barat juga kental dengan adat-istiadat dan budaya yang sangat kental sekali. Masyarakat Sumatera Barat sangat memegang teguh adat-istiadat, selama adat tersebut berjalan bersama dengan agama, terutama agama Islam. Maka diSumatera Barat dikenal dengan filosofis Adaik Basandi Syara', Syara' basandi Kitabullah atau ABS-SBK”.

D. Tujuan penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana persepsi lima *stakeholders* Penta Helix pariwisata tentang pariwisata halal
2. Untuk mengetahui peran dan usaha yang sudah dilakukan oleh *stakeholder* Penta Helix terhadap pengembangan pariwisata halal di Sumatera Barat
3. Untuk mengetahui apa faktor-faktor pendukung dan penghambat dalam pengembangan pariwisata halal di Provinsi Sumatera Barat?
4. Untuk mengetahui bagaimana sinergitas antar *stakeholders* dalam pengembangan pariwisata halal di Sumatera Barat?

E. Kegunaan Penelitian

Kontribusi dari penelitian ini dapat dikategorikan ke dalam dua kontribusi:

1. Kontribusi Praktis

Kontribusi praktis penelitian ini adalah mampu mengeksplanasi bagaimana peran otoritas MUI, Kementerian Pariwisata dan Pemerintah Provinsi Sumatera Barat dalam konstruksi wisata halal. Tujuan agama adalah memperluas pengembangan konsep syariah, tujuan Negara adalah untuk memperluas pengembangan dibidang pariwisata, dimana negara-negara tetangga terlebih dahulu mengembangkan konsep pariwisata yang berbasis syariah. Indonesia adalah Negara dengan populasi umat Islam terbesar di dunia, maka pemerintah Indonesia merasa terdorong untuk menyaingi negara-negara tersebut. Oleh karena itu, devisa negara dan pasar Internasional merupakan tujuan negara dalam mengembangkan pariwisata yang berbasis syariah. Pada konteks ini, negara menggandeng pemerintah Provinsi Sumatera Barat untuk melancarkan misinya untuk mendapatkan devisa.

2. Kontribusi Akademis

Kontribusi akademis penelitian ini adalah memberikan cara pandang baru terhadap praktik-praktik agama dan negara dalam konstruksi wisata syariah. Melalui penelitian ini, peneliti ini memperlihatkan bagaimana kolaborasi (agama dan negara) dalam konstruksi wisata halal. Sejauh mana agama memiliki otoritas

atas terbentuknya konstruksi wisata syariah. Secara praktik, eksplanasi mengenai peran otoritas agama dan negara dalam konstruksi wisata syariah sebagai bahan pertimbangan bagi pemangku kepentingan maupun bagi *stakeholders* lainnya terkait dengan pemilihan langkah-langkah terbaik dalam pengembangan pariwisata Indonesia ke depan.

F. Sitematika Pembahasan

Untuk memperoleh bahasan yang sistematis, penelitian ini disajikan dalam lima bab, diantaranya adalah Bab Satu, yang berisi tentang pendahuluan yang menjelaskan latar belakang masalah, perumusan masalah, batasan istilah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, dan sistematika pembahasan.

Selanjutnya Bab Dua, membahas tentang telaah pustaka dan landasan teori yang nantinya digunakan untuk *tool of analysis*. Telaah pustaka dimaksudkan untuk menelaah riset dan temuan yang sudah ada. Pada dasarnya kegiatan penelitian selalu bertitik tolak dari pengetahuan dan temuan yang sudah ada. Pada umumnya semua ilmuwan akan memulai penelitiannya dengan cara menggali segala sesuatu yang sudah dikemukakan atau di temukan oleh ahli-ahli lain sebelumnya. Pemanfaatan terhadap segala sesuatu yang di kemukakan atau di temukan oleh ahli tersebut dapat di lakukan dengan mempelajari, mendalami, mencermati, menelaah dan mengidentifikasi hal-hal yang sudah ada, untuk mengetahui apa yang sudah ada dan apa yang belum ada melalui laporan hasil penelitian dalam bentuk jurnal-jurnal atau karya-karya ilmiah. Adapun telaah pustaka yang dilakukan oleh peneliti saat ini ialah dengan menggali apa-apa yang sudah dikemukakan oleh peneliti-peneliti terlebih dahulu yang meneliti tentang Analisis Pariwisata Halal dan Pengembangannya dalam Prespektif Model Penta Helix. Sedangkan kerangka teori dimaksudkan untuk memberikan gambaran yang lebih jelas mengenai teori dasar yang menjadi kerangka teori dalam penelitian ini.

Bab Tiga, menjelaskan Metodologi Penelitian, termasuk di dalamnya penjelasan tentang Jenis Penelitian, Sumber Data, Alat dan Teknik Pengumpulan Data, dan Metode Analisis Data.

Bab Empat, merupakan inti dari penelitian dengan menganalisis peta konsep pemahaman Penta Helix, peta potensi pengembangan pariwisata halal di seluruh wilayah Sumatera Barat, mendeskripsikan faktor-faktor penghambat dan pendukung pengembangan pariwisata halal di Sumatera Barat, menganalisis minat investor dalam rangka menciptakan pariwisata halal di Sumatera Barat, mendeskripsikan persepsi wisatawan tentang pariwisata halal, dan menganalisis pengaruh persepsi wisatawan tentang wisata halal terhadap minat berkunjung..

Terakhir merupakan Bab Lima, berisi tentang kesimpulan dari seluruh masalah yang telah dibahas sebagai jawaban atas pokok masalah, kemudian akan disertakan saran-saran dan rekomendasikan yang di harapkan akan menjadi masukan sebagai tindak lanjut dari penelitian ini.

BAB II

LANDASAN TEORI DAN PENELITIAN TERDAHULU

A. Landasan Teori

1. Pariwisata

Secara etimologi kata “pariwisata” diidentikkan dengan kata “*travel*” dalam bahasa Inggris yang diartikan sebagai perjalanan yang dilakukan berkali-kali dari satu tempat ke tempat lain. Atas dasar itu pula dengan melihat situasi dan kondisi saat ini menurut Sinaga pariwisata dapat diartikan suatu perjalanan terencana yang dilakukan secara individu atau kelompok dari satu tempat ke tempat lain dengan tujuan untuk mendapatkan kepuasan dan kesenangan⁴⁶. Gunawan mengatakan, pariwisata juga menggabungkan berbagai macam produk, seperti transportasi, akomodasi, *catering*, sumber daya alam, hiburan dan berbagai sebagai jenis fasilitas dan jasa lainnya seperti bank, pertokoan serta biro perjalanan.⁴⁷

Menurut UU No. 9 Tahun 1990 pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata termasuk pengusahaan, daya tarik dan atraksi wisata serta usaha-usaha yang berhubungan dengan penyelenggaraan pariwisata. Beberapa ahli mengemukakan pengertian pariwisata, antara lain⁴⁸:

1. Yoeti dalam Irawan⁴, menjelaskan bahwa kata pariwisata berasal dari bahasa *Sansekerta*, yaitu “...*pari* yang berarti banyak, berkali-kali, berputar-putar, keliling, dan wisata yang berarti perjalanan atau bepergian”.⁴⁹
2. Freuler dalam Irawan, merumuskan pengertian pariwisata sebagai berikut : “Pariwisata dalam arti modern adalah merupakan *fenomena* dari jaman sekarang yang didasarkan atas kebutuhan akan kesehatan dan pergantian hawa, penilaian yang sadar

⁴⁶Sinaga, Supriono. *Potensi dan Pengembangan Objek Wisata Di Kabupaten Tapanuli Tengah*. Kertas Karya. Program DIII Pariwisata. Universitas Sumatera Utara, 2010).

⁴⁷Mira P. Gunawan, *Pariwisata Indonesia, Berbagai Aspek dan Gagasan Pembangunan*. Penerbit Lembaga Penelitian ITB. Bandung, 1999.

⁴⁸ UU No. 9 Tahun 1990.

⁴⁹ Irawan, Koko. *Potensi Obyek Wista Air Terjun Serdang Bedagai Daya Tarik Wisata di Kabupaten Labuhan Batu Utara*. Kertas Karya. Program Pendidikan Non Gelar Pariwisata. Universitas Sumatera Utara, 2010).

dan menumbuhkan cinta terhadap keindahan alam dan pada khususnya disebabkan oleh bertambahnya pergaulan berbagai bangsa dan kelas manusia sebagai hasil dari perkembangan perniagaan, industri, serta penyempurnaan dari alat-alat pengangkutan.⁵⁰

2. Teori Pengembangan Pariwisata

Pariwisata berkembang sejalan perubahan-perubahan sosial, budaya, ekonomi, teknologi, dan politik. Runtuhnya sistem kelas dan kasta, semakin meratanya distribusi sumberdaya ekonomi, ditemukannya teknologi transportasi, dan peningkatan waktu luang yang didorong oleh penciptaan jam kerja telah mempercepat mobilitas manusia antar daerah, negara, dan benua, khususnya dalam hal pariwisata.⁵¹

Menurut Swarbrooke⁵² pengembangan pariwisata merupakan suatu rangkaian upaya untuk mewujudkan keterpaduan dalam penggunaan berbagai sumber daya pariwisata mengintegrasikan segala bentuk aspek di luar pariwisata yang berkaitan secara langsung maupun tidak langsung akan kelangsungan pengembangan pariwisata. Menurut Kanom dalam penelitiannya di tahun 2015 mengatakan, strategi pengembangan wisata adalah suatu kesatuan rencana yang sifatnya komprehensif dan terpadu dari unsur pemerintah, swasta, masyarakat, dan akademisi untuk mengkaji kendala, kondisi lingkungan internal dan eksternal obyek wisata sehingga dapat menjadi destinasi pariwisata berkelanjutan serta berdaya saing tinggi.

Pengembangan pariwisata merupakan suatu rangkaian upaya untuk mewujudkan keterpaduan dalam penggunaan berbagai sumber daya pariwisata mengintegrasikan segala bentuk aspek di luar pariwisata yang berkaitan secara

⁵⁰Irawan, Koko. 2010. *Potensi Objek Wisata Air Terjun Serdang Sebagai Daya Tarik Wisata Di Kabupaten Labuhan Batu Utara*. Kertas Karya. Program Pendidikan Non Gelar Pariwisata. Universitas Sumatera Utara.

⁵¹Damanik, Januantin dan Weber, Helmut. *Perencanaan Ekowisata dari Teori ke Aplikasi*. (Yogyakarta: PUSPAR UGM dan Andi, 2006), hal. 33.

⁵² Swarbrooke. *Pengembangan Pariwisata*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 1996), hal.78.

langsung maupun tidak langsung akan kelangsungan pengembangan pariwisata. Terdapat beberapa jenis pengembangan, yaitu :

1. Keseluruhan dengan tujuan baru, membangun atraksi di situs yang tadinya tidak digunakan sebagai atraksi.
2. Tujuan baru, membangun atraksi pada situs yang sebelumnya telah digunakan sebagai atraksi.
3. Pengembangan baru secara keseluruhan pada keberadaan atraksi yang dibangun untuk menarik pengunjung lebih banyak dan untuk membuat atraksi tersebut dapat mencapai pasar yang lebih luas, dengan meraih pangsa pasar yang baru.
4. Pengembangan baru pada keberadaan atraksi yang bertujuan untuk meningkatkan fasilitas pengunjung atau mengantisipasi meningkatnya pengeluaran sekunder oleh pengunjung.
5. Penciptaan kegiatan-kegiatan baru atau tahapan dari kegiatan yang berpindah dari satu tempat ke tempat lain dimana kegiatan tersebut memerlukan modifikasi bangunan dan struktur.

Dalam pengembangan pariwisata diperlukan aspek-aspek untuk mendukung pengembangan tersebut. Adapun aspek-aspek yang dimaksudkan adalah sebagai berikut :

1. *Aspek Fisik*, menurut UU RI No. 23 Tahun 1997 dalam Marsongko (2001), lingkungan hidup adalah kesatuan ruang dengan semua benda, daya, keadaan dan makhluk hidup termasuk manusia dan perilakunya, yang mempengaruhi kelangsungan peri-kehidupan dan kesejahteraan manusia serta makhluk hidup lainnya. Yang termasuk dalam lingkungan fisik berdasarkan olahan dari berbagai sumber, yaitu :
 - a) *Geografi*. Aspek geografi meliputi luas kawasan DTW, Luas area terpakai, dan juga batas administrasi serta batas alam.
 - b) *Topografi*. Merupakan bentuk permukaan suatu daerah khususnya konfigurasi dan kemiringan lahan seperti dataran berbukit dan area

pegunungan yang menyangkut ketinggian rata-rata dari permukaan laut, dan konfigurasi umum lahan.

- c) *Geologi*. Aspek dari karakteristik geologi yang penting dipertimbangkan termasuk jenis material tanah, kestabilan, daya serap, serta erosi dan kesuburan tanah.
- d) *Klimatologi*. Termasuk temperatur udara, kelembaban, curah hujan, kekuatan tiupan angin, penyinaran matahari rata-rata dan variasi musim.
- e) *Hidrologi*. Termasuk di dalamnya karakteristik dari daerah aliran sungai, pantai dan laut seperti arus, sedimentasi, abrasi.
- f) *Visability*: yang dimaksud dengan *visability* adalah pemandangan terutama dari ujung jalan yang kanan-kirinya berpohon (barisan pepohonan yang panjang).
- g) *Vegetasi dan Wildlife*. Daerah habitat perlu dipertimbangkan untuk menjaga kelangsungan hidup vegetasi dan kehidupan liar untuk masa sekarang dan akan datang. Secara umum dapat dikategorikan sebagai tanaman tinggi, tanaman rendah (termasuk padang rumput) beserta spesies-spesies flora dan fauna yang terdapat di dalamnya baik langka, berbahaya, dominan, produksi, konservasi maupun komersial.

2. *Aspek Daya Tarik Pariwisata*: dapat berkembang di suatu tempat pada dasarnya karena tempat tersebut memiliki daya tarik, yang mampu mendorong wisatawan untuk datang mengunjunginya. Murray di dalam Gunn⁵³ menyebutkan “...a thing or feature which draws people by appealing to their desires, taste, etc. Especially an interesting or amusing exhibition which ‘draws’ crowds”. Gunn juga berpendapat bahwa “attraction are the on-location places in region that not only provide the things for tourist to see and do but also offer the lure to travel”⁵⁴. Menurut Inskeep⁵⁵ daya tarik dapat dibagi menjadi 3 kategori, yaitu :

⁵³ Gunn, Clare A. *Tourism Planning*. (New York : Crane Russak & Company, Inc, 1979). h. 50

⁵⁴ Ibid. h. 48

⁵⁵ Inskeep, E. *Tourism planning: an integrated and sustainable development approach* (New York : Van Nostrand Reinhold, 1991), h. 77.

- a) *Natural attraction* : berdasarkan pada bentukan lingkungan alami
Cultural attraction:berdasarkan pada aktivitas manusia
- b) *Special types of attraction* : atraksi ini tidak berhubungan dengan kedua kategori diatas, tetapi merupakan atraksi buatan seperti theme park, circus, shopping. Yang termasuk dalam natural attraction diantaranya iklim, pemandangan, flora dan fauna serta keunikan alam lainnya. Sedangkan cultural attraction mencakup sejarah, arkeologi, religi dan kehidupan tradisional.

3. *Aspek Aksesibilitas*: Salah satu komponen infrastruktur yang penting dalam destinasi adalah aksesibilitas. Aksesibilitas menurut Bovy dan Lawson⁵⁶: “*should be possible by public transport and bicycle trails, by pedestrian paths (from neighborhoods) and by cars (mainly families, with an average of three persons/car)*”. Akses yang bersifat fisik maupun non fisik untuk menuju suatu destinasi merupakan hal penting dalam pengembangan pariwisata. Aspek fisik yang menyangkut jalan, kelengkapan fasilitas dalam radius tertentu, frekuensi transportasi umum dari terminal terdekat. Menurut Bovy dan Lawson⁵⁷, jaringan jalan memiliki dua peran penting dalam kegiatan pariwisata, yaitu :

- a) Sebagai alat akses, transport , komunikasi antara pengunjung atau wisatawan dengan atraksi rekreasi atau fasilitas.
- b) Sebagai cara untuk melihat-lihat (*sightseeing*) dan menemukan suatu tempat yang membutuhkan perencanaan dalam penentuan pemandangan yang dapat dilihat selama perjalanan.

Pada peran kedua, menunjukkan aspek non fisik yang juga merupakan faktor penting dalam mendukung aksesibilitas secara keseluruhan, dapat berupa keamanan sepanjang jalan, dan waktu tempuh dari tempat asal menuju ke destinasi. Lebih

⁵⁶ Baud-Bovy, and Lawson. *Tourism and Recreation Handbook of Planning and Design.*(London: Architectural Pres, 1998), h. 107.

⁵⁷ Ibid, 202.

lanjut Bovy dan Lawson⁵⁸ membagi jalan untuk kepentingan wisatawan menjadi tiga kategori, yaitu :

- a) Jalan Utama yang menghubungkan wilayah destinasi utama dengan jaringan jalan nasional atau jalan utama di luar kawasan.
- b) Jalan Pengunjung, yaitu jalan sekunder yang biasanya beraspal (makadam) ataupun gravel yang menghubungkan dengan fasilitas wisata yang spesifik seperti resort , hotel yang terpisah, restoran atau atraksi rekreasi lainnya.
- c) Sirkuit Pengunjung, untuk kegiatan melihat-lihat dengan pemandangan yang menarik disepanjang jalannya.

4. *Aspek Aktivitas dan Fasilitas:* Dalam pengembangan sebuah objek wisata dibutuhkan adanya fasilitas yang berfungsi sebagai pelengkap dan untuk memenuhi berbagai kebutuhan wisatawan yang bermacam-macam. Menurut Bukart dan Medlik⁵⁹, fasilitas bukanlah merupakan faktor utama yang dapat menstimulasi kedatangan wisatawan ke suatu destinasi wisata, tetapi ketiadaan fasilitas dapat menghalangi wisatawan dalam menikmati atraksi wisata. Pada intinya, fungsi fasilitas haruslah bersifat melayani dan mempermudah kegiatan atau aktivitas pengunjung/wisatawan yang dilakukan dalam rangka mendapat pengalaman rekreasi. Di samping itu, fasilitas dapat pula menjadi daya tarik wisata apabila penyajiannya disertai dengan keramahamahan yang menyenangkan wisatawan, dimana keramahamahan dapat mengangkat pemberian jasa menjadi suatu atraksi wisata. Bovy dan Lawson⁶⁰ menyebutkan bahwa fasilitas adalah atraksi buatan manusia yang berbeda dari daya tarik wisata yang lebih cenderung berupa sumber daya.

5. *Aspek Sosial Ekonomi dan Budaya:* Dalam analisa sosial ekonomi membahas mengenai mata pencaharian penduduk, komposisi penduduk, angkatan kerja, latar belakang pendidikan masyarakat sekitar, dan penyebaran penduduk dalam suatu

⁵⁸ Ibid. 203.

⁵⁹ Bukart and Medlik. *Tourism Past Present, and Future*. (London. heinemann, 1974), h. 133

⁶⁰ Baud-Bovy, and Lawson. *Tourism*, h. 9

wilayah. Hal ini perlu dipertimbangkan karena dapat menjadi suatu tolak ukur mengenai apakah posisi pariwisata menjadi sektor unggulan dalam suatu wilayah tertentu ataukah suatu sektor yang kurang menguntungkan dan kurang selaras dengan kondisi perekonomian yang ada. Selanjutnya adalah mengenai aspek sosial budaya, dimana aspek kebudayaan dapat diangkat sebagai suatu topik pada suatu kawasan. Dennis L. Foster menjelaskan mengenai Pengaruh Kebudayaan (*cultural influences*) sebagai berikut : “Para pelaku perjalanan tidak membuat keputusan hanya berdasarkan pada informasi pemrosesan dan pengevaluasian. Mereka juga dipengaruhi oleh faktor kebudayaan, masyarakat, dan gaya hidupnya. Kebudayaan itu cenderung seperti pakaian tradisional dan kepercayaan pada suatu masyarakat, religi, atau kelompok etnik (*ethnic group*)”.

3. Destinasi Wisata (Sasaran Kunjungan)

Istilah pariwisata berasal dari Bahasa Sanskerta yang terdiri dari dua suku kata yaitu pari dan wisata. Pari berarti berulang-ulang atau berkali-kali, sedangkan wisata berarti perjalanan atau bepergian. Jadi pariwisata berarti perjalanan yang dilakukan secara berulang-ulang. Menurut Undang – Undang No. 10 Tahun 2009 Pasal 1 butir 3 dimana yang dimaksud dengan pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah. Sementara itu pengertian kepariwisataan menurut Undang – Undang No. 10 tahun 2009 pasal 1 angka 4 adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multi dimensi serta multi disiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara, serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, pemerintah, pemerintah daerah dan pengusaha.⁶¹

Salah satu yang sangat berhubungan dengan pariwisata yaitu obyek wisata yang mempunyai pengertian yaitu tempat atau keadaan alam yang memiliki sumber daya wisata yang dibangun dan dikembangkan sehingga mempunyai daya tarik dan

⁶¹ I Nyoman, S Pendit, 1994. *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana* (Jakarta: Pradnya Paramita, 1994), h. 34-35.

dusahakan sebagai tempat yang di kunjungi wisatawan. Obyek wisata dapat berupa obyek wisata alam seperti gunung, danau, sungai, pantai, laut atau berupa obyek wisata bangunan seperti museum, benteng, situs peninggalan sejarah dan lain-lain.

Pembangunan industri pariwisata di Indonesia berkembang sangat pesat. Terlihat dengan semakin beragamnya jenis-jenis pariwisata yang ada. Menurut Pendit⁶², ada beberapa jenis pariwisata, antara lain sebagai berikut:

- I. Jenis wisata yang ditentukan menurut motif tujuan perjalanan, ada beberapa jenis pariwisata khusus sebagai berikut:
 - 1) Pariwisata Untuk Menikmati Perjalanan (*Pleasure Tourism*) Pariwisata untuk menikmati perjalanan dilakukan untuk berlibur, mencari udara segar, memenuhi keingintahuan, mengendorkan ketegangan saraf, melihat sesuatu yang baru, menikmati keindahan alam, dan mendapatkan kedamaian.
 - 2) Pariwisata Untuk Rekreasi (*Recreation Tourism*) Pariwisata untuk rekreasi dilakukan sebagai pemanfaatan hari-hari libur untuk beristirahat, memulihkan kesegaran jasmani dan rohani dan menyegarkan keletihan.
 - 3) Pariwisata Untuk Kebudayaan (*Cultural Tourism*) Pariwisata untuk kebudayaan ditandai serangkaian motivasi seperti keinginan belajar di pusat riset, mempelajari adat-istiadat, mengunjungi monumen bersejarah dan peninggalan purbakala dan ikut festival seni musik.
 - 4) Pariwisata Untuk Olah Raga (*Sports Tourism*) Pariwisata untuk olahraga dibagi menjadi dua kategori, yakni pariwisata olahraga besar seperti Olimpiade, *Asian Games*, dan *SEA Games* serta buat mereka yang ingin berlatih atau mempraktikkan sendiri, seperti mendaki gunung, panjat tebing, berkuda, berburu, rafting, dan memancing.

⁶² Ibid.

- 5) Pariwisata Untuk Urusan Usaha Dagang (*Business Tourism*)
Pariwisata untuk urusan usaha dagang umumnya dilakukan para pengusaha atau industrialis antara lain mencakup kunjungan ke pameran dan instalasi teknis.
- 6) Pariwisata Untuk Berkonvensi (*Convention Tourism*)
Pariwisata untuk berkonvensi berhubungan dengan konferensi, simposium, sidang dan seminar internasional.

II. Pariwisata ditinjau dari obyek yang dikunjungi, diantaranya adalah:

- 1) Wisata Alam, yaitu kegiatan mengunjungi suatu obyek wisata yang berupa keindahan alam antara lain pegunungan, pantai, lembah, dan sebagainya.
- 2) Wisata Budaya, didefinisikan sebagai perjalanan yang dilakukan atas dasar keinginan untuk memperluas pandangan hidup seseorang dengan jalan mengadakan kunjungan atau peninjauan ke tempat lain atau ke luar negeri, mempelajari keadaan rakyat, kebiasaan adat istiadat mereka, cara hidup mereka, budaya dan seni mereka (karakteristik suatu komunitas).
- 3) Wisata Agama, adalah dimana seseorang atau sekelompok orang yang bepergian ke suatu daerah dengan memiliki tujuan untuk mengunjungi tempat-tempat *religious* yang sesuai dengan agama dan kepercayaannya masing-masing seperti tempat ibadah, ziarah ke makam ataupun ketempat-tempat keramat.
- 4) Wisata Ziarah, bisa dikatakan sebagai salah satu bagian dari wisata religi, bahkan pengertian wisata ziarah hampir sama dengan pengertian wisata religi, yaitu menitikberatkan pada keagamaan dan mengunjungi tempat-tempat keagamaan, perjalanan secara fisik ini mencerminkan perjalanan spiritual.
- 5) Wisata Belanja, kegiatan mengunjungi tempat atau pusat-pusat penjualan barang/produk.
- 6) Wisata Satwa, biasanya menunjukkan hewan dalam habitat alamiah mereka.

- 7) Wisata Sejarah, umumnya berupa kunjungan ke tempat-tempat yang dianggap bersejarah.

Pembangunan dalam bidang pariwisata merupakan suatu hal yang sangat perlu dilakukan oleh Pemerintah Daerah, mengingat banyak sekali keuntungan atau manfaat yang bisa diambil dari kegiatan pariwisata, antara lain dapat menciptakan lapangan pekerjaan, meningkatkan dan meratakan pendapatan masyarakat serta memperkenalkan seni budaya daerah dan hasil kerajinan daerah untuk dapat dipasarkan kepada wisatawan, baik wisatawan mancanegara maupun wisatawan nusantara, dan yang tak kalah penting adalah dapat memberikan kontribusi bagi Pendapatan Asli Daerah (PAD).

State of Triple Helix Global Islamic Economy 2013 Report, memperkirakan, pada 2018 wisatawan muslim mengeluarkan biaya untuk keperluan wisata menembus US\$ 181 miliar. Tingkat pertumbuhan wisatawan muslim di dunia jauh di atas tingkat pertumbuhan wisatawan mancanegara yang lain. Sebagai catatan, wisatawan mancanegara yang masuk ke Indonesia mencapai 8,8 juta turis, dengan total US\$ 1,66 miliar. Namun, para ahli mengamati industri perjalanan dan pariwisata halal di negara-negara non-muslim jauh lebih baik daripada di negara-negara muslim.

Pembangunan pariwisata Indonesia telah tercermin dalam rencana strategis yang dirumuskan oleh Kementerian Pariwisata Republik Indonesia, yaitu

1. Meningkatkan kesejahteraan masyarakat dengan membuka kesempatan berusaha dan lapangan kerja serta pemerataan pembangunan di bidang pariwisata.
2. Mewujudkan pembangunan pariwisata yang berkesinambungan sehingga manfaat sosial-budaya, sosial ekonomi bagi masyarakat dan daerah, serta terpeliharanya mutu lingkungan hidup.
3. Meningkatkan kepuasan wisatawan dan memperluas pangsa pasar.
4. Menciptakan iklim yang kondusif bagi pembangunan pariwisata Indonesia sebagai berdayaguna, produktif, transparan, dan bebas KKN untuk melaksanakan fungsi pelayanan kepada masyarakat, dalam

institusi yang merupakan amanah yang dipertanggung jawabkan (*accountable*).

Konsep pariwisata halal diperlukan beberapa hal antara lain adanya ketersediaan makanan halal di lokasi wisata, ada fasilitas ibadah yang memadai, dan adanya pembatasan aktivitas yang tidak sesuai syariah di lokasi wisata. Pariwisata halal bersifat universal dalam memasarkan produk dan jasanya, tidak hanya masyarakat muslim yang dapat menikmati wisata halal tetapi masyarakat non-muslim pun dapat menikmati produk dan jasa yang ditawarkan.

Menurut Chookaew⁶³, terdapat delapan faktor standar pengukuran pariwisata halal dari segi administrasi dan pengelolaannya untuk semua wisatawan yang hal tersebut dapat menjadi suatu karakteristik tersendiri, yaitu :

1. Pelayanan kepada wisatawan harus cocok dengan prinsip muslim secara keseluruhan.
2. Pemandu dan staf harus memiliki disiplin dan menghormati prinsip-prinsip Islam.
3. Mengatur semua kegiatan agar tidak bertentangan dengan prinsip Islam.
4. Bangunan harus sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.
5. Restoran harus mengikuti standar internasional pelayanan halal.
6. Layanan transportasi harus memiliki keamanan sistem proteksi.
7. Ada tempat-tempat yang disediakan untuk semua wisatawan muslim melakukan kegiatan keagamaan.
8. Berpergian ke tempat-tempat yang tidak bertentangan dengan prinsip Islam.

Dalam kaitan dengan objek wisata, sebagaimana telah sering disinggung sebelum ini, secara realitas sangat variatif sekali, baik yang

⁶³ Chookaew, S., Chanin, O., Charatarawat, J., Sriprasert, P., & Nimpaya, S. *Increasing Halal Tourism Potential at Andaman Gulf* in. *Journal of Economics, Business and Management*, III (7), 2015, 277-279

berupa alam dengan segala bentuk dan jenisnya. Alam yang indah dan penuh pesona yang mempunyai daya tarik untuk dikunjungi adalah merupakan anugerah Tuhan kepada manusia, sekaligus sebagai amanah yang wajib diperlihara ekosistemnya. Jika tidak, sama halnya manusia berbuat mungkar yang tidak jarang dampaknya akan terkena pada manusia sendiri.

Alam jagad raya yang membentang di planet bumi ini banyak sekali ragamnya yang apabila dieksplorasi akan mempunyai nilai tambah yang dapat memberi kesejahteraan kepada umat manusia. Kekayaan alam itu, antara lain dapat berupa alam pegunungan, lautan, fauna, flora, budaya dan lain sebagainya. Semua ini jika dikelola secara baik dan profesional akan menjadi destinasi wisata yang sangat menarik bagi wisatawan. Bahkan masing-masing kekayaan alam itu mempunyai keunikannya sendiri yang kadangkala tidak sama, antara kawasan yang satu dengan kawasan yang lain, antara negara yang satu dengan negara yang lain.

Selanjutnya, untuk lebih jelasnya, objek wisata itu secara garis besar dapat dipetakan menjadi beberapa basis (kategori), yakni yang berbasis alam (kreasi Tuhan sebagai Pencipta alam), budaya (hasil karsa, rasa, dan cipta manusia), teknologi (produk pikir, imajinasi, sains), religi yang erat hubungannya dengan kehidupan agama (ketuhanan), sejarah (produk peristiwa masa lampau, yang mengandung banyak pesan historis bagi generasi setelahnya). Demikian pula destinasi wisata perdesaan yang menampilkan keunikan atau ikon spesifik sebuah kawasan di daerah tertentu. Bahkan lebih jauh, sesuai perkembangan zaman, saat ini wisata itu dikaitkan dengan *event-event* tertentu. Seperti *Islamic Book Fair*, yakni sebuah acara yang dalam jangka waktu tertentu dilakukan pameran terbitan buku-buku Islam yang mengundang banyak pengunjung. Di samping itu wisata belanja yang terkonsentrasi di beberapa *mall* (supermarket dan hypermarket) di berbagai kota besar yang merupakan fenomena baru, terutama bagi masyarakat perkotaan (urban). Mereka

lebih suka berbelanja ke pasar-pasar swalayan besar daripada ke pasar-pasar tradisional dengan alasan belanja (*shopping*) sambil rekreasi.

Contoh lain adalah wisata kuliner yang saat ini banyak tumbuh dan berkembang yang telah memacu berkembangnya ekonomi kreatif di berbagai daerah.⁶⁴ Wisata basis ini saat ini banyak diminati oleh masyarakat luas lintas status sosial karena dianggap relatif masih baru sebagai produk kreatifitas yang belum pernah ada sebelumnya. Contoh dalam hal ini antara lain produk jenis makanan Bebek Sinjay di daerah Burneh Bangkalan Madura yang sedemikian banyak diminati oleh pembeli dari berbagai daerah bagi wisatawan yang berkunjung ke Pulau Madura. Dalam kapasitasnya sebagai jenis kuliner yang berbahan baku bebek ini sudah sedemikian dikenal, dan nampaknya usaha makanan ini saat ini mulai membuka cabang di berbagai kota, khususnya di kawasan Jawa Timur, seperti Surabaya, Pandaan dan Malang.

4. Hubungan Pariwisata dengan Pembangunan Ekonomi.

Pariwisata dan pembangunan ekonomi yang dihubungkan oleh berbagai cara di mana pariwisata dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ekonomi daerah tujuan wisata. Hubungan antara pariwisata dan pembangunan ekonomi merupakan dasar untuk ketergantungan dari beberapa turis berbasis ekonomi mengenai dampak pariwisata untuk pembangunan ekonomi mereka. Misalnya, pariwisata menyediakan lebih banyak lapangan kerja bagi warga lokal, membantu warga setempat memulai bisnis yang melayani wisatawan, mengarah ke generasi pendapatan dari pengeluaran wisatawan dan kebijakan fiskal, dan membantu dalam pembangunan infrastruktur.

Salah satu manfaat atau link antara pariwisata dan pembangunan ekonomi adalah kenyataan bahwa kawasan wisata bersemangat menyediakan lapangan kerja

⁶⁴Dalam kaitan dengan ekonomi kreatif ini silakan baca Mauled Moelyono, *Menggerakkan Ekonomi Kreatif Antara Tuntutan dan Kebutuhan* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2010). Baca pula, Yusak Anshori dan Dewa Gde Satrya, *Pariwisata Dengan Huruf L* (Malang: Bayumedia Publishing, 2008).

bagi warga daerah itu. Pariwisata membutuhkan banyak jasa dalam rangka untuk mempertahankan industri. Misalnya, industri perhotelan menciptakan lapangan pekerjaan bagi orang-orang di bisnis seperti hotel dan restoran. Pekerjaan adalah faktor makroekonomi yang memberikan kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi dengan menyediakan pekerja dengan pendapatan disposable dan akibatnya menyebabkan peningkatan Produk Domestik Bruto (PDB) daerah.

Cara lain di mana pariwisata dan pembangunan ekonomi yang terkait adalah melalui penyediaan usaha kecil atau mikro bagi warga tertentu. Para warga yang mungkin manfaat dari usaha kecil terkait dengan wisata termasuk pengusaha individu atau satu-satunya dengan dana terbatas dan jenis-jenis kolaborasi yang tidak memerlukan banyak keuangan. Misalnya, beberapa orang mungkin membuka toko yang terutama melayani kebutuhan wisatawan. Mereka bisa berkolaborasi dengan seniman lokal dan pengrajin untuk memasok mereka dengan benda-benda buatan, yang mereka akan menjual kepada wisatawan sebagai souvenir.

Para pemilik toko akan berbagi keuntungan dengan seniman lokal, atau mereka dapat membeli benda-benda dari mereka langsung. Ini membantu perekonomian dengan menyediakan anggota masyarakat miskin dengan pendapatan disposable. Wisatawan juga ingin mengunjungi tempat-tempat dengan warisan budaya yang kaya. Sering kali, tempat-tempat ini berada di desa-desa yang akan tidak mendapat perhatian pemerintah banyak. Karena pentingnya desa, mereka akan menerima lebih banyak perhatian dan pengembangan lebih sebagai hasilnya.

Infrastruktur untuk mendukung pasar wisata atau perdagangan termasuk faktor-faktor seperti bandara yang baik, keamanan, hotel dan jalan. Faktor-faktor tersebut membantu memfasilitasi pembangunan ekonomi dan mungkin tidak seperti yang dikembangkan kalau bukan karena pentingnya mereka bagi perekonomian. Misalnya, sebuah tujuan wisata yang terletak di sebuah desa terpencil akan membutuhkan akses jalan yang baik, yang tidak mungkin dibangun jika tidak untuk kepentingan wisata di daerah.

Dari penjelasan tersebut, dapat dijelaskan bahwa hubungan antara pariwisata dengan pembangunan ekonomi sangat baik, karena bisa menciptakan

lapangan pekerjaan bagi masyarakat di daerah tersebut dan mengurangi jumlah pengangguran.

5. Pariwisata Halal

a. Pengertian Pariwisata Halal

Aan Jaelani dalam artikelnya menulis bahwa konsep tentang Wisata Religi, Wisata Syari'ah, dan Wisata Halal dalam literatur pada umumnya disamakan dengan beberapa istilah seperti *Islamic tourism*, *syari'ah tourism*, *halal travel*, *halal friendly tourism destination*, *Muslim-friendly travel destinations*, *halal lifestyle*, dan lain-lain. Dari sisi industri, wisata syariah merupakan suatu produk pelengkap dan tidak menghilangkan jenis pariwisata konvensional. Sebagai cara baru untuk mengembangkan pariwisata Indonesia yang menjunjung tinggi budaya dan nilai-nilai Islami tanpa menghilangkan keunikan dan orisinalitas daerah.⁶⁵

Terminologi wisata halal di beberapa negara ada yang menggunakan istilah seperti *Islamic Tourism*, *Halal Tourism*, *Halal Travel*, ataupun *Moslem Friendly Destination*.⁶⁶ Menurut pasal 1 Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia No. 2 Tahun 2014 tentang pedoman penyelenggaraan usaha hotel syariah, yang dimaksud syariah adalah prinsip-prinsip hukum Islam sebagaimana yang diatur fatwa dan/atau telah disetujui oleh Majelis Ulama Indonesia. Istilah syariah mulai digunakan di Indonesia pada industri perbankan sejak tahun 1992. Dari industri perbankan berkembang ke sektor lain yaitu asuransi syariah, pengadaian syariah, hotel syariah, dan pariwisata syariah.

Definisi pariwisata syariah adalah kegiatan yang didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah yang memenuhi ketentuan syariah. Pariwisata syariah dimanfaatkan oleh banyak orang karena karakteristik produk dan jasanya yang

⁶⁵ Aan Jaelani, Halal Tourism Industry in Indonesia: Potential and Prospects, *International Review of Management and Marketing*, 2017, 7(3), h. 25-34.

⁶⁶ Deputi Bidang Pengembangan Kepariwisata, Laporan Akhir Kajian Pengembangan Wisata Syariah, (Jakarta: Asisten Deputi Penelitian Dan Pengembangan Kebijakan Kepariwisata, Deputi Bidang Pengembangan Kepariwisata Kementerian Pariwisata Republik Indonesia, 2015). h. 2

bersifat universal. Produk dan jasa wisata, objek wisata, dan tujuan wisata dalam pariwisata syariah adalah sama dengan produk, jasa, objek dan tujuan pariwisata pada umumnya selama tidak bertentangan dengan nilai-nilai dan etika syariah. Jadi pariwisata syariah tidak terbatas hanya pada wisata religi.⁶⁷

Zamani Farahani and Anderson⁶⁸ menegaskan bahwa:

“Islamic tourism can be defined as traveling activities of Muslims when moving from one place to another or when residing at one place outside their place of normal residence for a period less than one year and to engage in activities with Islamic motivations. It should be noted that Islamic activities must be in accordance with generally accepted principles of Islam; i.e. halal”.

Jadi, pariwisata halal dapat didefinisikan sebagai kegiatan perjalanan Muslim ketika bergerak dari satu tempat ke tempat lain atau ketika berada di satu tempat di luar tempat tinggal mereka yang normal untuk jangka waktu kurang dari satu tahun dan untuk terlibat dalam kegiatan dengan motivasi Islam. Perlu dicatat bahwa kegiatan wisata dalam Islam harus sesuai dengan prinsip-prinsip Islam yang berlaku umum, yaitu halal.⁶⁹

Berdasarkan pengertian di atas, konsep syariah yang tidak bertentangan dengan nilai-nilai dan etika syariah berhubungan dengan konsep halal dan haram di dalam Islam. Halal diartikan dibenarkan, sedangkan haram diartikan dilarang. Konsep halal dapat dipandang dari dua perspektif yaitu perspektif agama dan perspektif industri. Yang dimaksud dengan perspektif agama, yaitu sebagai hukum makanan apa saja yang boleh dikonsumsi oleh konsumen muslim sesuai keyakinannya. Ini membawa konsekuensi adanya perlindungan konsumen. Sedangkan dari perspektif industri. Bagi produsen pangan, konsep halal ini dapat diartikan sebagai suatu peluang bisnis. Bagi industri pangan yang target

⁶⁷ Kemenpar Promosikan Indonesia Sebagai Destinasi Pariwisata Syariah Dunia. Dipetik Agustus 2015, 4, <http://www.kemenpar.go.id/asp/detil.asp?c=16&id=2042>. Desember 2012 Diunduh pada 20 April 2018.

⁶⁸ Zamani-Farahani, H., Henderson, J.C., *Islamic Tourism and Managing Tourism Development in Islamic Societies: Triple Helix cases of Iran and Saudi Arabia*. (International Journal of Tourism Research, 2009), h. 1-8.

⁶⁹ Aan Jaelani, *Halal Tourism Industry in Indonesia: Potential and Prospects*, Faculty of Shari'ah and Islamic Economic, IAIN Syekh Nurjati, Cirebon. dalam Munich Personal RePEc Archive. h. 30.

konsumennya sebagian besar muslim, diperlukan adanya jaminan kehalalan produk akan meningkatkan nilainya yang berupa *intangible value*. Contoh produk pangan yang kemasannya tercantum label halal lebih menarik bagi konsumen Muslim.⁷⁰

Menurut Sofyan,⁷¹ definisi wisata halal lebih luas dari wisata religi yaitu wisata yang didasarkan pada nilai-nilai syariah Islam. Seperti yang dianjurkan oleh World Tourism Organization (WTO), konsumen wisata syariah bukan hanya umat Muslim tetapi juga non Muslim yang ingin menikmati kearifan lokal. Pemilik jaringan Hotel Sofyan itu menjelaskan, kriteria umum pariwisata syariah ialah; pertama, memiliki orientasi kepada kemaslahatan umum. Kedua, memiliki orientasi pencerahan, penyegaran, dan ketenangan. Ketiga, menghindari kemusyrikan dan khurafat. Keempat, bebas dari maksiat. Kelima, menjaga keamanan dan kenyamanan. Keenam, menjaga kelestarian lingkungan. Ketujuh, menghormati nilai-nilai sosial budaya dan kearifan lokal.

Selain istilah wisata syariah, dikenal juga istilah *Halal Tourism* atau Wisata Halal. Pada peluncuran wisata syariah yang bertepatan dengan kegiatan Indonesia Halal Expo (Index) 2013 dan *Global Halal Forum* yang digelar pada 30 Oktober - 2 November 2013, President Islamic Nutrition Council of America, Muhammad Munir Caudry, menyampaikan bahwa, “Wisata halal merupakan konsep baru pariwisata. Ini bukanlah wisata religi seperti umroh dan menunaikan ibadah haji. Wisata halal adalah pariwisata yang melayani liburan, dengan menyesuaikan gaya liburan sesuai dengan kebutuhan dan permintaan traveler muslim”. Dalam hal ini hotel yang mengusung prinsip halal tidak melayani minuman beralkohol dan memiliki kolam renang dan fasilitas spa terpisah untuk pria dan wanita.⁷²

⁷⁰Hamzah, Maulana. M., & Yudiana, Yudi. (9 Februari 2015). Analisis Komparatif Potensi Industri Halal dalam Wisata Syariah dengan Konvensional. Diunduh pada 2 April 2018.

⁷¹ Riyanto Sofyan, Prospek Bisnis Pariwisata Syariah. (Jakarta: Republika, 2012). h. 3

⁷²<http://travel.detik.com:read/2013/10/30/152010/239509/1382/wisata-halal-konsep-baru-kegiatan-wisata-di-indonesia>.

b. Perbedaan Pariwisata Konvensional dan Pariwisata Halal

Tabel 2.1

Perbedaan Pariwisata konvensional dan Pariwisata Halal

Perbandingan Wisata Halal dan Konvensional

No	Item Perbandingan	Konvensional	Halal/Syariah
1	Obyek	Alam, budaya, Heritage, Kuliner	Semuanya
2	Tujuan	Menghibur	Meningkatkan sprituaitas dengan cara menghibur
3	Target	Menyentuh kepuasan dan kesenangan yang berdimensi nafsu, semata-mata hanya untuk hiburan	Memenuhi keinginan dan kesenangan serta meumbuhkan kesadaran beragama
4	Guide	Memahami dan menguasai informasi sehingga bisa menarik wisatawan terhadap obyek wisata	Membuat turis tertarik pada obyek sekaligus membangkitkan spirit religiusitas wisatawan. Mampu menjelaskan fungsi dan peran syariah dalam bentuk kebahagiaan dan kepuasan batin dalam kehidupan manusia.
5	Fasilitas Ibadah	Sekedar pelengkap	Menjadi bagian yang menyatu dengan obyek pariwisata, ritual ibadah menjadi bagian paket hiburan
6	Kuliner	Umum	Spesifik yang halal
7	Relasi dengan Masyarakat dilingkungan Obyek Wisata	Komplementar dan Hanya untuk keuntungan materi	Integrated, interaksi berdasar pada prnsp syariah
8	Agenda Perjalanan	Setiap Waktu	Memperhatikan waktu

Sumber: Dini Andriani, et al. (2015). *Laporan Awal Kajian Pengembangan Wisata Syari'ah*. Jakarta: Kementerian Pariwisata RI.

Menurut Duran dalam Akyol & Kiliñç, pariwisata memiliki bermacam dampak sosial dan budaya. Wisata halal adalah suatu produk baru dari pasar muslim dan non-muslim.⁷³ Menurutnya, pasar halal diklasifikasikan kedalam 3 (tiga) kategori yaitu: makanan, gaya hidup (kosmetik, tekstil, dan lain-lain), dan pelayanan (paket wisata, keuangan, transportasi).⁷⁴ Menurut Duman dalam Akyol & Kiliñç, Islamic tourism didefinisikan sebagai:

“The activities of Muslims travelling to and staying in places outside their usual environment for not more than one consecutive year for participation of the activities that originate from Islamic motivations which are not related to *the* exercise of an activity remunerated from within the/ place visited.”

⁷³Akyol dan Kiliñç, Akyol. *Internet and Halal Tourism Marketing* (International Periodical For the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic Volume 9/8 Ankara-Turkey, 2014), hal. 171-186.

⁷⁴Ibid.

Menurut Pavlove dalam Razzaq, Hall & Prayag,⁷⁵ Halal atau Islamic *Tourism* didefinisikan sebagai pariwisata dan perhotelan yang turut diciptakan oleh konsumen dan produsen sesuai dengan ajaran Islam. Banyak negara di dunia Islam yang memanfaatkan kenaikan permintaan untuk layanan wisata ramah Muslim, kalau tidak ada dicari, kalau ada, bisa membuat rasa aman. Wisata halal bisa bergandengan dengan yang lain. Sifatnya bisa berupa komplementer, bisa berupa produk sendiri. Misalnya ada hotel halal, berarti membuat orang yang mencari hotel yang menjamin kehalalan produknya akan mendapatkan opsi yang lebih luas. Ini justru memperluas pasar, bukan mengurangi. Dari yang tadinya tidak ada, jadi ada”.

Azhari Akmal Tarigan⁷⁶ berpendapat bahwa kata kunci wisata halal sesungguhnya pada kata pelayanan. Bagaimana kita bisa memberikan layanan yang maksimal dan prima bagi wisatawan yang memang memilih halal sebagai gaya hidupnya. Mulai dari hotel syariah, makanan yang halal, sampai pada kemudahan-kemudahannya dalam melakukan ibadah, bahkan sampai layanan pencerahan keagamaan. Dalam konteks inilah ada beberapa hal yang perlu dikemukakan. Pertama, wisata halal kendatipun di dalam terminologinya menggunakan kata halal, bukanlah semata-mata berkaitan dengan agama. Pariwisata halal berkaitan dengan gaya hidup. Akan sulit mengembangkan pariwisata halal jika yang diusung adalah hanya pada ideologinya. Kita tidak akan fokus pada pelayanannya. Justru yang menjadi pemikiran kita sekarang adalah bagaimana umat Islam adalah umat yang mayoritas di negeri ini, akan tetapi belum sepenuhnya mendukung syariat Islam. Sebaliknya jika fokus pada gaya hidup, pariwisata halal akan berkembang dengan pesat.

Kedua, pariwisata halal sesungguhnya lebih merupakan strategi bisnis dalam meraup pasar yang cenderung meningkat. Ketiga, Pariwisata halal adalah media untuk mengimplementasikan ajaran Islam tanpa melalui jalur theologi.

⁷⁵ Razzaq, S., Hall, C. M., & Prayag, G. *The Capacity of New Zealand to Accommodate the Halal Tourism Market or Not* (Tourism Management Perspectives 18, 2016), h. 2-97.

⁷⁶ Azhari Akmal Tarigan, *Etika dan Spritualitas Bisnis* (Medan: FEBI UIN-SU Press, 2014), h. 115-116.

sholat, penggunaan air di kamar mandi dan seterusnya seperti dalam gambar diatas. Ini menunjukkan bahwa semakin kuat keimanan dan semakin ketat wisatawan Muslim dalam hal ibadah, maka akan memprioritaskan makanan halal dan tempat sholat dalam perjalanannya.

c. Destinasi Pariwisata Halal

Destinasi dapat melakukan pengembangan pariwisata halal mulai dari menyediakan amenities dan layanan yang dapat memenuhi kebutuhan dasar wisatawan muslim yaitu ketersediaan air untuk bersuci, makanan halal, fasilitas ibadah yang memadai, paket wisata, dan *visitor guide*; hingga mengembangkan pariwisata halal secara lebih luas dan *membranding* sebagai destinasi pariwisata halal. Destinasi yang berkomitmen mengembangkan pariwisata halal didorong menyampaikan laporan perkembangan dan informasi penting lainnya terkait pariwisata halal kepada Kementerian Pariwisata secara periodik, sekurang-kurangnya per semester. Dalam standarisasi laporan, Kementerian Pariwisata memberikan format pelaporan kepada destinasi pariwisata halal. Penyelenggaraan destinasi pariwisata halal dilaksanakan berdasarkan atas kriteria, meliputi: (i) perwilayahan, (ii) daya tarik wisata, (iii) fasilitas umum, (iv) fasilitas pariwisata, (v) aksesibilitas, (vi) investasi, serta (vi) dukungan pemerintah.

Kriteria-kriteria destinasi pariwisata halal tersebut akan dijabarkan sebagai berikut ini:⁷⁸

Variabel	Dimensi	Indikator	Aktor Penta Helix
Dukungan Pemerintah	Kebijakan	Komitmen Pemerintah provinsi dan/atau kabupaten/ kota berupa kebijakan yang mendukung daerahnya sebagai destinasi pariwisata halal.	A, G
Daya Tarik Wisata	Daya Tarik Wisata Umum	<ul style="list-style-type: none"> • Memiliki citra yang positif dan aman. • Tempat ibadah yang memiliki kelengkapan: ruang ibadah dalam kondisi bersih dan 	B, C, G B, C, G

⁷⁸ Kementerian Pariwisata, *Panduan Penyelenggaraan Pariwisata Halal 2019*. Deputi Bidang Pengembangan Industri dan Kelembagaan Kementerian Pariwisata, hal. 5-13.

		<p>terawat, pencahayaan cukup terang, memiliki sirkulasi udara yang baik dengan AC atau kipas angin, tersedia penunjuk arah kiblat, serta jadwal waktu shalat dan Al-Quran, tersedia perlengkapan shalat berupa sajadah dan mukena yang bersih dan terawat, tersedia pembatas ruang shalat pria dan wanita, tersedia tempat berwudhu dalam kondisi bersih dan terawat, tempat wudhu terpisah untuk pria dan wanita, tersedia air bersih dan memadai untuk wudhu, tersedia saluran pembuangan air bekas wudhu yang baik dan tersedia sarana kemudahan dari tempat wudhu ke tempat shalat (bisa beberapa penyediaan beberapa sandal untuk berwudhu atau sarana lainnya) bila tempat berwudhu terpisah/berjarak dengan tempat ibadah</p> <ul style="list-style-type: none"> • Terdapat penunjuk arah menuju tempat ibadah atau mushola; • Terdapat tempat ibadah di setiap radius 500 m atau di setiap wahana bila kawasan wisata yang luas; • Terdapat masjid untuk melaksanakan shalat Jumat di kawasan wisata bila kawasan wisata luas • Tersedia pilihan jasa makanan dan minuman yang bersertifikat halal minimal berjumlah 5 buah; • Tersedia toilet yang memiliki kelengkapan: sarana bersuci dengan air, urinoir ada 	<p>B</p> <p>B, C, G</p> <p>B, C, G</p> <p>B, C, G</p> <p>B, C, G</p>
--	--	--	--

		<p>pembatas antara yang satu dengan yang lain (bila ada urinoir), urinoir memiliki tombol bidet shower (bila ada urinoir), kloset memiliki <i>hand shower</i>; dan toilet dalam kondisi bersih dan terawat.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tersedia pilihan aktivitas yang tidak mengarah pada pornoaksi, dan kemusyrikan • Tersedia minimal satu even <i>life style</i> terkait dengan halal (bila memungkinkan) • Tersedia minimal satu festival <i>life style</i> terkait dengan halal (bila memungkinkan) • Berpakaian dan berpenampilan sopan bagi pramuwisata dan tenaga pelayanan 	<p>B, C, G</p> <p>B, C, G</p> <p>B, C, G</p> <p>B, C, G</p>
	Daya tarik wisata alam (misal: pantai, pemandian, pusat kebugaran)	Tersedia pilihan daya tarik wisata pantai dan pemandian yang terpisah untuk pria dan wanita dan atau mempunyai aturan pengunjung tidak berpakaian minim.	B, C, G
	Daya tarik wisata budaya (misal: pertunjukan seni)	Tersedia pilihan aktivitas seni dan budaya yang tidak mengarah pada pornoaksi dan kemusyrikan	B, C, G
Fasilitas umum	Masjid/mushola	Tempat ibadah yang memiliki kelengkapan: ruang ibadah dalam kondisi bersih dan terawat, pencahayaan cukup terang, memiliki sirkulasi udara yang baik dengan AC atau kipas angin, tersedia penunjuk arah kiblat, serta jadwal waktu shalat dan Al-Quran, tersedia perlengkapan shalat berupa sajadah dan mukena yang bersih dan terawat, tersedia pembatas ruang shalat pria dan	B, C, G

		wanita, tersedia tempat berwudhu dalam kondisi bersih dan terawat, tempat wudhu terpisah untuk pria dan wanita, tersedia air bersih dan memadai untuk wudhu, tersedia saluran pembuangan air bekas wudhu yang baik; dan tersedia sarana kemudahan dari tempat wudhu ke tempat shalat (bisa beberapa penyediaan beberapa sandal untuk berwudhu atau sarana lainnya) bila tempat berwudhu terpisah/berjarak dengan tempat ibadah, terdapat penunjuk arah menuju tempat ibadah atau mushola.	
	Toilet umum	Tersedia toilet yang memiliki kelengkapan: sarana bersuci dengan air, urinoir ada pembatas antara yang satu dengan yang lain (bila ada urinoir), urinoir memiliki tombol bidet shower (bila ada urinoir), kloset memiliki <i>hand shower</i> ; dan toilet dalam kondisi bersih dan terawat.	B, C, G
Fasilitas pariwisata	Jasa kawasan pariwisata	Memiliki citra yang positif dan aman. Dan tempat ibadah yang memiliki kelengkapan: ruang ibadah dalam kondisi bersih dan terawat, pencahayaan cukup terang, memiliki sirkulasi udara yang baik dengan AC atau kipas angin, tersedia penunjuk arah kiblat, serta jadwal waktu shalat dan Al-Quran, tersedia perlengkapan shalat berupa sajadah dan mukena yang bersih dan terawat, tersedia pembatas ruang shalat pria dan wanita, tersedia tempat berwudhu dalam kondisi bersih dan terawat, tempat wudhu terpisah untuk pria dan wanita,	B, C, G

		tersedia air bersih dan memadai untuk wudhu, tersedia saluran pembuangan air bekas wudhu yang baik; dan tersedia sarana kemudahan dari tempat wudhu ke tempat shalat (bisa beberapa penyediaan beberapa sandal untuk berwudhu atau sarana lainnya) bila tempat berwudhu terpisah/berjarak dengan tempat ibadah.	
	Jasa perjalanan wisata	Tersedia pilihan biro perjalanan wisata yang memiliki produk paket wisata halal.	B
	Jasa makanan dan minuman (misal: rumah makan, restoran, kafe, jasa boga)	Tersedia pilihan tempat makan, restoran dan kafe yang tersertifikasi halal.	B, G
	Jasa makanan dan minuman lainnya (misal: pusat oleh-oleh makanan atau kerajinan)	Tersedia pilihan oleh-oleh atau jajanan bersertifikat Halal	B, G
	Jasa hiburan dan rekreasi	Tersedia pilihan jasa hiburan dan rekreasi yang tidak mengarah ke pornoaksi dan pornografi.	B, C, G
	Jasa pramuwisata Tersedia pramuwisata	Tersedia pramuwisata yang telah mendapat pelatihan tentang pariwisata halal.	B
	Spa	Tersedia pilihan spa yang memiliki produk (<i>tangible</i> dan <i>intangible</i>) halal	B
	Mal (pusat pembelian)	Tersedia tempat ibadah yang memiliki kelengkapan: ruang ibadah dalam kondisi bersih dan terawatt, pencahayaan cukup terang, memiliki sirkulasi udara yang baik dengan AC atau kipas angin, tersedia penunjuk arah kiblat, serta jadwal waktu shalat dan Al-Quran, tersedia	B

		<p>perlengkapan shalat berupa sajadah dan mukena yang bersih dan terawat, tersedia pembatas ruang shalat pria dan wanita, tersedia tempat berwudhu dalam kondisi bersih dan terawat, tempat wudhu terpisah untuk pria dan wanita; tersedia air bersih dan memadai untuk wudhu, tersedia saluran pembuangan air bekas wudhu yang baik dan tersedia sarana kemudahan dari tempat wudhu ke tempat shalat (bisa beberapa penyediaan beberapa sandal untuk berwudhu atau sarana lainnya) bila tempat berwudhu terpisah/berjarak dengan tempat ibadah.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tersedia pilihan jasa makanan dan minuman yang bersertifikat halal minimal berjumlah 5 buah. • Tersedia toilet yang memiliki kelengkapan: sarana bersuci dengan air, urinoir ada pembatas antara yang satu dengan yang lain (bila ada urinoir), urinoir memiliki tombol bidet <i>shower</i> (bila ada urinoir), kloset memiliki <i>hand shower</i>; dan toilet dalam kondisi bersih dan terawat. • Terdapat penunjuk arah menuju tempat ibadah atau mushola; 	<p>B</p> <p>B</p> <p>B</p>
Aksesibilitas	Fasilitas transportasi (misal: bandara, stasiun,	Tempat ibadah yang memiliki kelengkapan: ruang ibadah dalam kondisi bersih dan terawat, pencahayaan cukup	G

	dermaga, pelabuhan, atau terminal)	<p>terang, memiliki sirkulasi udara yang baik dengan AC atau kipas angin, tersedia penunjuk arah kiblat, serta jadwal waktu shalat dan Al-Quran, tersedia perlengkapan shalat berupa sajadah dan mukena yang bersih dan terawat, tersedia pembatas ruang shalat pria dan wanita, tersedia tempat berwudhu dalam kondisi bersih dan terawat, tempat wudhu terpisah untuk pria dan wanita, tersedia air bersih dan memadai untuk wudhu, tersedia saluran pembuangan air bekas wudhu yang baik; dan tersedia sarana kemudahan dari tempat wudhu ke tempat shalat (bisa beberapa penyediaan beberapa sandal untuk berwudhu atau sarana lainnya) bila tempat berwudhu terpisah/berjarak dengan tempat ibadah.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Terdapat penunjuk arah menuju tempat ibadah atau mushola; G • Penambahan pemakaian bahasa Arab pada penunjuk arah; G • Tersedia pilihan jasa makanan dan minuman yang bersertifikat halal minimal berjumlah 5 buah untuk bandara, serta 1 buah untuk lainnya; B,G • Tersedia pilihan makanan dan minuman halal pada moda transportasi khususnya pesawat, kereta api dan kapal laut; • Tersedia toilet yang memiliki kelengkapan: sarana bersuci dengan air, urinoir ada B,G 	
--	------------------------------------	--	--

		pembatas antara yang satu dengan yang lain (bila ada urinoir), urinoir memiliki tombol bidet <i>shower</i> (bila ada urinoir), kloset memiliki <i>hand shower</i> ; dan toilet dalam kondisi bersih dan terawat.	
Investasi	Iklim investasi	Terbuka iklim investasi yang mendukung pada pertumbuhan destinasi wisata halal.	B
Dukungan pemerintah	Kebijakan	<ul style="list-style-type: none"> • Struktur dan fungsi organisasi atau tim yang memiliki kewenangan penyelenggaraan pariwisata halal; • Alokasi anggaran untuk mengembangkan pariwisata halal; • Dukungan dari pihak Pemerintah Provinsi dan/atau Kabupaten/Kota untuk sertifikasi usaha pariwisata halal dalam bentuk subsidi sebagian atau keseluruhan biaya sertifikasi halal sesuai kemampuan keuangan daerah; • Sosialisasi dan fasilitasi pembekalan dan pelatihan sumber daya manusia. 	G G G G
	Pembinaan	<ul style="list-style-type: none"> • Pembinaan dan pengawasan terhadap penerapan destinasi wisata halal. • Tersedianya basis data atas destinasi pariwisata halal yang akurat. 	G G

Sumber: Kementerian Pariwisata RI dengan modifikasi Penulis

Keterangan:

- A (Academy, Akademisi)

- B (Bisnis)
- C (Community, Komunitas)
- G (Government, Pemerintah)
- M (Media)

d. Fenomena Pariwisata Halal

Dilatar belakangi sejarah 11 September 2001 terjadinya serangan bom terhadap gedung WTC New York Amerika dan banyak Negara didunia menuding bahwa Al-Qaida adalah dalang dari terjadinya insiden tersebut dan banyak dari wisatawan muslim yang datang ke Amerika Serikat dan Negara-negara maju lainnya dianggap sebagai teroris bukan sebagai turis atau mereka Negara maju menyebutnya sebagai Islamaphobia dimana ketakutan segala hal yang menyangkut tentang Islam kejadian-kejadian dan isu teroris memupuk stigma negatif terhadap Islam yang lambat laun menjadi ketakutan terhadap Islam,⁷⁹ dan sebaliknya juga terjadi penurunan kunjungan turis barat kenegara-negara Islam seperti Maroko, Mesir, Malaysia dan Jordan.⁸⁰

Disamping itu, besarnya populasi Muslim dunia yang diproyeksikan mencapai 2,2 miliar pada tahun 2030 atau 26,45 dari total global.⁸¹ Fenomena wisata halal muncul karena mencuatnya kebutuhan wisatawan terhadap faktor keamanan yang mulai terusik semenjak terjadinya teror 9/11 di Amerika. Safety issue mutlak dibutuhkan wisatawan dalam pertimbangan perencanaan penentuan destinasi wisata. Ketika munculnya fenomena Islamophobia (anti Islam) di berbagai belahan dunia dengan penduduk Muslim sebagai minoritas. Hal ini membuat wisatawan Muslim merasa cemas dalam melakukan perjalanan khususnya ke negara-negara minoritas Muslim.

Kenyamanan perjalanan wisatawan Muslim sangat bergantung pada ketersediaan sarana produk dan jasa halal dan sesuai prinsip syariah Islam, seperti

⁷⁹ Sari Lenggogeni, *Pariwisata Halal: Konsep, Destinasi dan Industri*, dalam Buku *CreaTourism: Mendukung Pembangunan Kepariwisata Berkelanjutan (Tourism Development Center Andalas University Padang: PT Mujur Jaya, 2017)*, 227-237.

⁸⁰ M Battaour dkk, *Toward a Halal Tourism Market. (Tourism Analysis, 15 (4), 2010)*, h. 461-470.

⁸¹ Pew Research, 2015

musholla, tempat wudhu, mukena untuk wanita, petunjuk kiblat, pemisahan tempat wudhu perempuan dan laki-laki, rumah makan dengan jaminan label halal yang dikeluarkan oleh lembaga yang berwenang. Besarnya potensi pasar Muslim ini, destinasi halal kemudian menjadi alternatif pasar wisata di negara mayoritas Muslim ataupun minoritas.

Mengingat bahwa umat Islam mewakili lebih dari 20% populasi dan jumlah wisatawan muslim telah tumbuh secara signifikan beberapa tahun terakhir, dan pariwisata termasuk dalam 7 (tujuh) sektor ekonomi Islam yang tumbuh secara signifikan, terdapat beberapa hal yang menjadi motor pertumbuhan pasar muslim global. Salah satunya adalah demografi yaitu pasar muslim yang berusia muda dan besar, pesatnya pertumbuhan ekonomi negara mayoritas muslim, nilai Islam mendorong tumbuhnya bisnis dan gaya hidup Islami, sehingga terjadi evolusi dalam produk halal dahulu yang dibayangkan produk halal sebatas industri makanan, minuman, obat-obatan dan kosmetika yang tidak mengandung alkohol dan tidak mengandung unsur darah, bangkai dan daging babi, namun juga sudah berevolusi ke produk keuangan (seperti perbankan, asuransi, dan lain-lain) dan hingga ke produk lifestyle (travel, hospitalitas, rekreasi, dan perawatan kesehatan). Sektor ekonomi Islam yang telah mengalami pertumbuhan yang signifikan dalam produk lifestyle di sektor pariwisata adalah pariwisata syariah.⁸²

Trend wisata syariah sebagai salah satu pemenuhan gaya hidup saat ini telah menjadi kekuatan pariwisata dunia yang mulai berkembang pesat. Dilihat dari faktor demografi, potensi wisatawan muslim dinilai cukup besar karena secara global jumlah penduduk muslim dunia sangat besar seperti Indonesia, Malaysia, Brunei Darussalam, Turki, dan Negara-negara Timur Tengah dengan tipikal konsumen berusia muda/usia produktif, berpendidikan, dan memiliki disposable income yang besar. Potensi pasar muslim dunia memang memiliki peluang yang profitable bagi pelaku usaha bisnis pariwisata, sehingga wisata halal menjadi trend bagi negara yang termasuk dalam Organisasi Konferensi Islam (OKI) atau non OKI sendiri seperti Singapura, Australia, Jepang dan lainnya. Untuk itu peran

⁸² Sari Lenggogeni, Peluang dan Tantangan Islam dan Halal Tourism di Sumatera Barat. Paper dipresentasikan di Gebu Minang National Seminar, Jakarta.

pemerintah dimana dengan dukungan pemerintah untuk menjalankan konsep wisata halal berpotensi untuk menjadi pusat ekonomi syariah diperlukan dalam memfasilitasi pertumbuhan industri pariwisata halal agar memiliki daya saing pariwisata secara global.

Istilah wisata halal baru dikenal sekitar tahun 2015 melalui World Halal Tourism Summit (WHTS) digelar di Abu Dhabi, United Emirates Arab. *Halal tourism* dipandang sebagai cara baru untuk mengembangkan wisata halal yang menjunjung tinggi budaya dan nilai-nilai Islami sejalan dengan perubahan tren berwisata dan meningkatnya animo wisatawan terhadap *Islamic tourism* baik pada level domestik maupun internasional merupakan peluang yang besar yang harus ditangkap sebagai peluang bagi kemajuan industri pariwisata di Indonesia, secara umum wisata halal merupakan bagian dari pariwisata yang ditujukan untuk wisatawan muslim dimana pelayanan pada wisata halal merujuk pada aturan-aturan Islam.

e. Hukum Islam dan Perkembangan Kepariwisata

Kehadiran hukum dalam kehidupan sosial tentu saja merupakan sebuah keniscayaan untuk menjamin kepastian hukum bagi masyarakat luas. Tanpa adanya hukum yang jelas, niscaya akan terjadi anomali yang menimbulkan ketidakjelasan dalam kehidupan. Dampaknya, selain memunculkan kedaliman yang bisa jadi dilakukan oleh segelintir orang yang tidak bertanggung jawab, namun di sisi lain akan menyuburkan rasa ragu atau was-was di kalangan masyarakat banyak. Untuk itu, bagaimanapun fungsi hukum dalam segala bentuk dan turunannya merupakan rambu-rambu dalam beraktivitas, mana yang boleh dilakukan dan mana yang dilarang. Demikian pula dalam kaitan dengan aktivitas dunia pariwisata, di mana aktivitas wisata halal merupakan bagian di dalamnya.⁸³

Dalam kehidupan ini masyarakat tanpa kecuali harus menaati dua macam hukum secara bersamaan. Dalam kapasitasnya sebagai warga negara, mereka wajib

⁸³ Lihat, Fatwa Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia, N0. 108/DSN-MUI/108/2016 tentang Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata Berdasarkan Prinsip Syariah.

taat terhadap hukum negara di mana mereka hidup. Demikian pula dalam kapasitasnya sebagai pemeluk sebuah agama, katakan saja sebagai Muslim, mereka wajib taat terhadap ketentuan-ketentuan syariat yang berlaku. Pemberlakuan kedua hukum itu, tanpa kecuali, berlaku bagi penguasa, para pengusaha, maupun masyarakat pendukung wisata. Karena pada prinsipnya mereka adalah sama di muka hukum, dalam arti, tidak ada diskriminasi antara yang satu dengan yang lain. Perlu dipahami, tidak jarang perkembangan hukum kalah cepat dengan dinamika sosial kemasyarakatan sehingga tidak jarang terjadi kevakuman hukum di tengah masyarakat tentang sebuah objek hukum. Kendati dikatakan bahwa fungsi hukum antara lain adalah sebagai instrumen merekayasa sosial masyarakat (*social engineering*), tetapi di sisi lain hukum juga harus peka terhadap kebutuhan hukum masyarakat. Pertanyaan yang perlu dikemukakan adalah apakah hukum (peraturan perundangan) yang berkaitan dengan masalah wisata halal telah tersedia. Sementara perkembangan industri wisata berdasarkan prinsip syariah saat ini mulai menarik perhatian para wisatawan Muslim di berbagai kawasan, sehingga perlu dikelola secara sungguh-sungguh dan profesional. Oleh karena itu dengan mencermati fenomena yang terus berkembang saat ini, baik di tingkat lokal maupun global, yang menjadikan destinasi *halal tourism* sebagai alternatif baru oleh komunitas Muslim untuk berwisata sehingga perlu digali landasan yuridisnya dalam perspektif Islam.

Sejatinya di tahun 2016 telah lahir sebuah fatwa Dewan Syariah Nasional (DSN) MUI telah menerbitkan Fatwa Nomor 108/DSN-MUI/ X/2016 tentang Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata berdasarkan prinsip syariah yang menjadi landasan standarisasi aspek –aspek wisata halal. Namun nampaknya fatwa ini masih belum final dan masih butuh penyempurnaan sehingga ke depan masih diperlukan produk ijtihad baru guna memenuhi kebutuhan masyarakat luas. Tentu saja ijtihad baru tersebut sejalan dengan perkembangan wisata halal itu sendiri untuk menjamin kepastian hukum dunia kepariwisataan. Secara bahasa, ijtihad berarti sungguh-sungguh, mencurahkan pikiran, menghabiskan kesanggupan. Sedangkan secara istilah diartikan dengan mencurahkan kesanggupan yang ada dalam membahas suatu masalah untuk mendapatkan suatu hukum yang sulit bertitik tolak kepada Kitab dan Sunnah.²² Atau, dengan kata lain, ijtihad adalah merupakan usaha

merumuskan garis-garis atau kaidah-kaidah hukum yang pengaturannya tidak terdapat di dalam kedua sumber utama hukum Islam.⁸⁴

Dalam hukum Islam dikenal beberapa metode untuk melakukan ijtihad, baik yang dilakukan secara individual maupun kolektif sebagaimana yang dilakukan oleh DSN-MUI. Di antara metode dimaksud adalah *ijmak*, *qiyas*, *istidal*, *al-masalih al-mursalah* (*masalahat mursalah*), *istihsan*, *istishab*, dan *'urf*.⁸⁵

Jika sekiranya ke depan, wisata halal yang perlu dikembangkan untuk memenuhi kebutuhan para wisatawan Muslim agar tidak hanya mengunjungi wisata konvensional, maka dengan demikian, dasar pertimbangannya adalah untuk menciptakan kemaslahatan umum.⁸⁶ Untuk itu, metode ijtihad yang dapat digunakan adalah masalahat mursalah. Karena itu, dengan adanya wisata halal, maka diharapkan para wisatawan Muslim, dalam memenuhi kebutuhan rekreasinya, tidak terjebak ke dalam destinasi wisata yang seringkali kontroversi dengan prinsip-prinsip syariah. Inilah yang dimaksudkan perlu adanya produk hukum baru dalam dunia kepariwisataan agar kemaslahatan masyarakat bisa terwujud. Karena bagaimanapun hukum harus memenuhi perkembangan dunia kepariwisataan seperti wisata halal yang mulai banyak diminati.

f. Pariwisata Halal: Perspektif *Maqashid al - Syariah*

Ajaran Agama Islam menekankan pada adanya keseimbangan (*tawazun-balance*) di kalangan umatnya.⁸⁷ Tujuan syariat adalah untuk kemaslahatan dalam arti holistik atau utuh yang meliputi baik lahir maupun batin, dunia maupun akhirat, untuk kepentingan diri maupun sosial lain dan sebagainya. Karakter seorang Muslim tidaklah dapat dibenarkan jika dalam hidupnya hanyalah mengejar kepentingan keduniawian, sementara kepentingan akhiratnya diabaikan, atau bahkan ditinggalkan. Padahal dalam Islam, keduanya haruslah sama-sama mendapatkan

⁸⁴ Mohammad Daud, Hukum Islam, 38

⁸⁵ Ibid., 112

⁸⁶ Ibid., 119-120

⁸⁷ Muhammad Djakfar, Revitalisasi dan Aktualisasi Nilai-nilai Religiusitas untuk Mewujudkan Ekonomi WasaTriple Helixiyah yang Berkeadaban, Jurnal Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maliki Malang, h. 1-11.

perhatian secara berkeseimbangan.⁸⁸ Bukankah kehidupan dunia hanyalah sesaat, karena kehidupan akhiratlah yang kekal dan abadi sebagai tempat mempertanggungjawabkan segala perbuatannya selama di dunia. Sebab itu Islam mengajarkan pula agar seorang Muslim selama hidup dunia banyak melakukan amal shaleh sebagai bekal di dalam menghadapi hidup setelah mati.

Demikian pula seorang Muslim tidaklah dibenarkan hanya mementingkan dirinya sendiri (*egoistic-ananiyyah*) tanpa memedulikan kepentingan orang lain. Sama halnya dengan jika seorang pengusaha yang hanya mementingkan korporat, sementara di sisi lain kepentingan *stakeholder* justru dikorbankan.⁸⁹ Sikap semacam ini jelas bertentangan dengan ajaran Islam yang mengajarkan sikap tolong-menolong, menebar kasih-sayang kepada siapa pun dan mengedepankan keadilan dalam bermuamalah. Sebagai ekspresi dari ajaran dalam Islam yang menjadi rahmat bagi seluruh alam (*rahmatan lil 'alamin*).

Selanjutnya dalam kaitan dengan destinasi wisata halal, sebagaimana telah disinggung sebelumnya bahwasanya wisatawan itu bagaikan tamu yang bersilaturahmi kepada sebuah keluarga. Karena itu mereka perlu dihormati kedatangannya dan dilindungi segala kepentingannya agar merasa mendapat kepuasan lahir dan batin dalam melakukan kunjungan. Di dalam filosofi budaya Jawa, penghormatan seorang tuan rumah terhadap setiap tamu yang datang tersimpul di dalam ajaran, yakni *gupuh, lungguh dan suguh*. *Gupuh* dimaksudkan agar tuan rumah segera menyambut baik tamunya dengan penuh hormat dan ramah, setelah itu sang tamu dipersilakan duduk, dan jika memungkinkan bisa dijamu dengan sekadar makanan dan minuman seperlunya.

Itulah sekadar ilustrasi yang mencoba menggambarkan, bagaimanakah seyogianya destinasi wisata halal menyambut dan melayani para turis yang datang agar mereka merasa mendapat kepuasan. Atau, mereka merasa ada kesan dan daya tarik tersendiri yang pada akhirnya ada keinginan untuk menjadi pelanggan yang

⁸⁸ Hadits riwayat baihaqi dengan Lafal dan terjemah hadits

اعْمَلْ لِدُنْيِكَ كَأَنَّكَ تَعِيشُ أَبَدًا وَعَمَلْ لِآخِرَتِكَ كَأَنَّكَ تَمُوتُ غَدًا. Artinya : “Bekerjalah untuk duniamu seakan akan kamu akan hidup selamanya dan bekerjalah untuk akhiratmu seakan akan kamu akan mati besok.”

⁸⁹ Muhammad Djakfar, *Pariwisata Halal: Perspektif Multidimensi*, (Malang: UIN Maliki Press, 2017), h. 116.

setia. Praktik semacam itu sejatinya sama halnya dengan apa yang diajarkan dalam Islam yang mewajibkan setiap Muslim agar memuliakan tamunya sebagai ekspresi rasa keimanan mereka diaplikasikan ke dalam dunia wisata dalam perspektif *maqashid al-syariah* yang pada dasarnya mengajarkan untuk melindungi kepentingan wisatawan yang meliputi aspek: agama, jiwa, akal, keturunan, harta milik, dan bahkan juga lingkungan sekitarnya.

1. *Maqashid al-Syariah : Hifdz al-Din* (Melindungi Akidah)

Pariwisata halal jelas beda dengan pariwisata konvensional yang selama ini telah banyak berkembang di berbagai belahan bumi. Perbedaan itu dapat dipahami dari karakteristik antarkeduanya karena berangkat dari paradigma yang berbeda pula. Pariwisata konvensional bersumbu pada paradigma materialistik yang dapat dikatakan steril dari nuansa nilai-nilai spiritualistik yang transenden.

Sebaliknya, pariwisata halal yang sangat bertumpu pada paradigma *rabbaniyyah* yang transenden spiritualistik, sebagaimana tercermin dari perekatan predikat halal di belakang kata pariwisata. Sebab itu Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia dalam fatwanya menyatakan pariwisata halal adalah pariwisata yang berdasarkan pada prinsip syariah. Penggunaan kata “Prinsip Syariah,” atau “halal” mengandung konsekuensi terhadap segala aktivitas yang dilakukan, tanpa kecuali aktivitas pariwisata, yakni harus mengikuti ketentuan-ketentuan Tuhan sebagaimana yang tersirat dan tersurat di dalam sumber ajarannya, yakni al-Qur’an dan Sunnah. Artinya, jika sekiranya pariwisata halal, lepas kendali dari sumber pokok ajaran ini, maka samahalnya dengan lepas dari prinsip syariah yang sejatinya wajib ditaati oleh setiap Muslim di manapun mereka berada.

Karena itu kehadiran ajaran *maqashid al-syariah* pada dasarnya dapat memperkuat makna halal dalam aktivitas pariwisata agar para wisatawan dalam melakukan wisata sesuai tuntunan syariah. Sekaligus ingin melindungi keyakinan mereka agar terjauh dari kemusyrikan, khurafat, kemaksiatan, dan lain sebagainya yang saat ini banyak terjadi dan berkembang di tengah masyarakat yang tentu saja

kontraproduksi dengan yang diajarkan di dalam Islam.⁹⁰ Sebab itu untuk menjauhkan wisatawan Muslim dari kemaksiatan itu dalam konsep wisata halal antara lain perlu dihadirkan hotel-hotel yang bersertifikasi halal, pantai halal yang menyediakan pembatas permanen untuk turis perempuan dan laki-laki.⁹¹ Termasuk pula restoran-restoran yang berlabel halal agar para turis Muslim tidak merasa ragu lagi mengkonsumsi setiap produk makanan, minuman, dan lain sebagainya sebagaimana yang digalakkan oleh Negeri Ginseng, Korea Selatan dalam upaya menarik wisatawan Muslim yang sebanyak-banyaknya.⁹²

Dengan demikian menurut perspektif ajaran *maqashid al-syariah* pengembangan industri pariwisata halal saat ini adalah merupakan antitesis atas praktik pariwisata konvensional yang terjauh dari norma spiritualitas yang sejatinya merupakan kebutuhan asasi bagi wisatawan Muslim secarta universal. Bukankah pariwisata halal itu sejatinya merupakan sarana dakwah di ruang publik untuk membumikan Islam sebagai *rahmatan lil 'alamin*. Di satu sisi wisatawan dapat terpenuhi kebutuhannya untuk *refreshing* dan berhibur,⁹³ namun di sisi lain kebutuhan ibadah (spiritual) sebagai kewajiban mereka tetap terpenuhi pula. Dalam hal ini posisi pariwisata halal, dalam perpektif *maqashid al-syariah*, melakukan peran sebagai pengawal akidah wisatawan. Salah satu cirinya antara lain adanya fasilitas ibadah. Baik dalam bentuk masjid atau mushalla agar para turis Muslim tidak mengalami kesulitan dalam menunaikan kewajibannya kepada Tuhan, kendati mereka sedang melakukan wisata.

Tentu saja hal itu sangat tergantung kepada para pemangku kepentingan. Di satu sisi mereka dapat mengembangkan usaha di sektor pariwisata yang dipandang prospektif ke depan, namun di sisi lain mereka berkomitmen untuk memfasilitasi kebutuhan wisatawan untuk tidak meninggalkan kewajibannya beribadah kepada Tuhan dan mengabaikan ajaran-ajarannya. Inilah sekadar gambaran yang akan

⁹⁰ Dalam kaitan ini silahkan baca Fatwa Dewan Syariah Nasional MUI, No. 108/DSN-MUI/X/2016 tentang Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata Berdasarkan Prinsip Syariah.

⁹¹ Wisata Halal andalan baru NTB, "dalam Jawa Pos, edisi 8 September 2017, h. 16.

⁹² Lihat Harun Husein, Geliat Wisata Ramah Muslim Korea Selatan, dalam Republika edisi 7 September 2017, h. 24.

⁹³ Hengki Hermanto, Creative-Based Tourism dari Wisata Rekreatif Menuju Wisata Kreatif (Depok: Penerbit Adtri, 2011), h. 53-69.

menunjukkan bahwa untuk membangun industri pariwisata halal bagaimanapun harus mengedepankan karakter spesifiknya yang paling asasi, antara lain memberi perlindungan terhadap agama wisatawan sebagaimana yang diajarkan dalam *maqashid al-syariah* yang akan diulas lebih jauh dalam kajian berikutnya.⁹⁴

2. *Maqashid al-Syariah* : Pandangan Para Ulama.

Dalam dunia Islam tidaklah sedikit para ulama yang membahas tentang ajaran *maqashid al-syariah* yang menuntut manusia untuk memperoleh kemaslahatan dalam kehidupan. Baik secara khusus dalam satu bentuk kajian tersendiri atau pun dikaitkan dengan berbagai disiplin yang lain sesuai tujuan dan kebutuhan. Khusus untuk yang terakhir ini, sebagaimana yang dilakukan oleh M. Umer Chapra dalam berbagai wacananya yang seringkali mengaitkan wacana ekonomi dengan ajaran *maqashid al-syariah*.⁹⁵

Dalam kaitan dengan *maqashid al-syariah*, Ahmad Al-Mursi Husaian Jauhar, dalam sebuah kitabnya “*Maqashid al-Syariah fi al- Islam*” mengutip pendapat Asy-Syatibi yang membagi kemaslahatan menjadi dua kategori, baik yang pencapaiannya dengan menarik kemanfaatan atau pun menolak kemudaratan, yakni kemaslahatan *dharuriyyah* dan kemaslahatann *ghairu dharuriyyah*.⁹⁶

Kemaslahatan kategori pertama, yakni *dharuriyyah*, adalah merupakan yang inti (pokok) sebagai dasar dan tujuan umum syariat yang mencakup lima aspek yang harus dilindungi yang dikenal dengan istilah *al-kulliyat al-khums*. Sedangkan kategori yang kedua, yang bukan pokok (bukan inti) dibagi lagi menjadi dua kategori, yakni *hajji* (berdasar kebutuhan) merupakan kemaslahatan yang dibutuhkan manusia untuk dapat melakukan pekerjaan dan memperbaiki kehidupan

⁹⁴ Dikatakan prospektif karena pasar pariwisata halal dunia yang diprediksi tumbuh menjadi 180 miliar Dolar Amerika pada 2020 membuat banyak negara semakin serius berbenah untuk menyambut turis muslim, antara lain Korea Selatan, dengan menggulirkan pariwisata ramah Muslim (Muslim Friendly Tourism).

⁹⁵ Lihat M. Umer Chapra, *Triple Helix Islamic and Triple Helix Economic Challenge* (Herndon: *Triple Helix Islamic Triple Helixought*, 1995) dan Umer Chapra, *Triple Helix Islamic Welfare State and Its Role in economy*, and Khurshid Ahmad (ed.) *Studies in Islamic Economic* (Jeddah and United Kingdom: International Center for Research in Islamic and *Triple Helix Islamic Foundation*, 1976), h. 144-170.

⁹⁶ Ahmad Al-Musri Husain Jauhar, *Maqashid Syariah*, ter. Khikmawati (Jakarta: Amzah, 2010), h. XIV-XV.

mereka, seperti sewa-menyewa, bagi hasil dan lain sebagainya. Adapun yang kedua, yakni *tahsini*, yakni kemaslahatan yang merujuk kepada moral dan etika yang bisa mengantar seseorang menuju *murū'ah*.⁹⁷

Pakar lain seperti Muhammad Tahir Ibnu 'Ashur (W. 1973M) membagi *maqashid al-syariah* menjadi dua kategori, yakni *maqashid al-tasyri' al-'ammah* dan *maqashid al-khashshah*. Yang pertama, meliputi seluruh aspek kehidupan, sedangkan yang kedua berkaitan dengan aspek-aspek khusus, seperti bidang ekonomi, hukum keluarga dan lain sebagainya. Atau *maqashid al-syariah al-juz'iyah* yang meliputi setiap hukum syara' seperti kewajiban melaksanakan shalat, larangan berbuat zina dan sebagainya.⁹⁸ Itu semua dimaksudkan untuk merealisasikan tujuan akhir dengan diaplikasikannya syariat melalui ajaran *maqashid al-syariah*. Untuk itu dalam kaitan dengan ajaran *maqashid al-syariah* ini Ibnu 'Ashur mendefinisikan masalah sebagai suatu perbuatan yang dapat merealisasikan kebaikan atau kemanfaatan selamanya, baik secara umum maupun khusus.⁹⁹

Kemaslahatan umum (*mashlahah 'ammah*) adalah kemaslahatan yang menyangkut kepentingan umum, sedangkan kemaslahatan khusus (*mashlahah khashshah*) adalah kemaslahatan yang menyangkut kepentingan diri sendiri (individu).¹⁴ Betapa stategisnya posisi ajaran *maqashid al-syariah* ini dalam penetapan masalah hukum, sehingga dengan demikian Ibnu 'Ashur menekankan betapa pentingnya seorang fukaha' menguasai ajaran ini.¹⁰⁰

Pendapat Ibnu 'Ashur tersebut ada titik persamaannya dengan pendapat Wahbah Zuhayli (L. 1932M) yang membagi *maqashid al-syariah* ke dalam dua bagian,¹⁰¹ yakni pertama, yang berhubungan dengan kepentingan publik (*al-mashlahah al-kulliyah*) dan kepentingan individu (*al-mashlahah al-juz'iyah al-khashshah*). Sedangkan yang kedua pembagian menurut kepentingan

⁹⁷ *Ibid.*, XV-XVI.

⁹⁸ Moh. Triple Helixoriquddin, *Pengelolaan Zakat Produktif (Prespektif Maqashid Syariah Ibn 'A Triple Helixur* (Malang: UIN-Pess, 2015). h. 45.

⁹⁹ Ika Yunia Fauzia dan Abdul Kadir Riyadi, *Prinsip Dasar Ekonomi Islam Prespektif Maqashid Syariah* (Jakarta: Penerbit Kencana Prenadamedia Group, 2013), h. 203.

¹⁰⁰ *Ibid.*, 101-102.

¹⁰¹ *Ibid.*, 109.

pemenuhannya dan penghindaran terhadap kerusakannya, yakni *al-mashlahah al-qath'iyah* (kemaslahatan yang sudah pasti), *al-mashlahah al-dzanniyah* (kemaslahatan yang tingkat kesalahannya sedikit), dan *al-mashlahah al-wahmiyyah* (kemaslahatan yang tingkat kesalahannya dominan).

Selanjutnya Zuhayli membedakan antara pengertian darurat (*dlarurah*) dan kemaslahatan (*mashlahah*).¹⁰² Darurat adalah kondisi di mana kebutuhan manusia sampai kepada situasi yang mengancam jiwa atau pun harta benda mereka (katakan saja yang berhubungan dengan kebutuhan makan, minum, pengobatan dan papan). Sedangkan kemaslahatan yakni penjagaan terhadap tujuan syariah dengan menghindari kerusakan pada penciptaan. Selanjutnya Zuhayli menegaskan bahwa *maqashid al-syariah* merupakan dasar keadilan dan menjadi acuan para fukaha' dan kaum Muslimin dalam pengembangan dan pelaksanaan hukum Islam. Karena menurutnya, banyak ulama yang salah menempatkan *maqashid al-syariah* dengan beranggapan bahwa ajaran ini berasal dari luar syariah itu sendiri.

Dalam kaitan dengan kemaslahatan, pakar lain, dalam hal ini Yusuf Qardhawi mempertegas jika terjadi pertentangan antara *mashlahah* dengan nash yang *qath'i*, maka yang harus dimenangkan adalah nash terlebih dulu, terlebih lagi jika kemaslahatan itu masih diragukan. Karena bagaimanapun tujuan nash itu sendiri adalah untuk memelihara kemaslahatan.¹⁰³ Tidak demikian jika sekiranya ada pertentangan antara *al-mashlahah al-mu'tabarah* dengan nash yang memungkinkan untuk ditakwilkan, maka menurut Qardhawi, diharuskan mentakwilkan nash yang ada agar sesuai dengan *al-mashlahah al-mu'tabarah*.¹⁰⁴

Selanjutnya Qardhawi menekankan betapa urgennya mempelajari dan memahami *maqashid al-syariah* (termasuk juga *illah*), bagi siapa pun yang ingin memperdalam syariah guna mengetahui realitas dan rahasia yang terkandung di dalamnya agar tidak menimbulkan kesalahan yang fatal. Atau, bahkan akan mengingkari dan akan menimbulkan prasangka bahwa *maqashid al-syariah* merupakan dalil yang diada-adakan oleh manusia di dalam berijtihad¹⁰⁵. Secara

¹⁰² Ibid., 110.

¹⁰³ Ibid., 106.

¹⁰⁴ Ibid.

¹⁰⁵ Ibid., 108.

substansial pendapat Qardhawi ini sejalan dengan pendapat Ibnu ‘Ashur dan Zuhayli sebagaimana telah dikemukakan di atas.

Lebih jauh, dalam kaitan dengan *mashlahah* ini, Muhammad Sa’id Ramadhan Al-Buthi (1929 M-2013 M) menyatakan bahwa *mashlahah* identik dengan manfaat. *Mashlahah* adalah manfaat yang menjadi tujuan Tuhan terhadap hamba-Nya dalam hal melindungi agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta benda miliknya.¹⁰⁶ Hal ini sesuai dengan pendapat Asy-Syatibi yang menyatakan bahwa *mashlahah* merupakan dasar bagi kehidupan manusia yang terdiri dari lima hal, yakni *dyn*, *nafs*, *‘aql*, *nasl*, dan *maal (wealth)*.¹⁰⁷ Sedangkan manfaat, menurut al-Buthi, adalah kenikmatan atau sesuatu yang menjadi perantara pada kenikmatan dan menolak bahaya atau pun semua yang menjadi perantaranya.¹⁰⁸

Menurut al-Buthi selanjutnya, dampak *mashlahah* dan *mafsadah* tidak hanya di dunia, bahkan juga di akhirat kelak.¹⁰⁹ Setiap amal yang diyakini akan menghasilkan kebaikan di masa kini dan akan datang adalah termasuk *mashlahah*. Selain itu, *mashlahah* tidak saja dinilai dari aspek materi saja, namun juga segala sesuatu yang dibutuhkan oleh tubuh, jiwa, dan roh manusia.¹¹⁰ Maksudnya, dalam menilai *mashlahah* hendaknya secara holistik dan seimbang, baik secara materi maupun nonmateri.¹¹¹ Menurutny lagi, *mashlahah* agama merupakan dasar bagi *mashlahah* yang lain dan harus diprioritaskan. Atau, dengan kata lain, untuk jelasnya, *mashlahah* agama posisinya sebagai kausa prima dari *mashlahah* yang lain, sehingga perlu didahulukan dalam implementasinya dalam kehidupan, tanpa kecuali dalam dunia pariwisata halal.

Bertolak dari uraian di atas dapat dipahami bahwa meraih *mashlahah* adalah merupakan tujuan mendasar syariah untuk mendapatkan kebahagiaan tidak saja di dunia, namun juga kelak di kemudian hari setelah mati. *Mashlahah* di dunia baru

¹⁰⁶ Ibid., 111.

¹⁰⁷ P3EI Universitas Islam Indonesia Yogyakarta atas Kerjasama dengan BankIndonesia, *Ekonomi Islam* (Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada, 2008), h. 5-6.

¹⁰⁸ Fauzia dan Riyadi, *Prinsip Dasar*, h. 111.

¹⁰⁹ Pendapat ini, dibandingkan dengan P3EI Univeristas Islam Yogyakarta, *Ekonomi Islam*, h. 6.

¹¹⁰ Fauzia dan Riyadi, *Prinsip Dasar*, h. 112.

¹¹¹ Ibid.

akan dicapai, apabila telah dilakukan perlindungan terhadap lima aspek sebagaimana tertuang dalam *maqashid al-syariah* yang pada prinsipnya merupakan prakondisi untuk meraih *mashlahah* di akhirat. Inilah sejatinya *core concept* yang disajikan oleh para pakar di atas yang perlu diperhatikan dan diacu oleh para pemangku kepentingan pariwisata halal yang benar-benar memiliki komitmen terhadap ajaran syariah.

3. Mewujudkan *Mashlahah* : Tujuan Mendasar Syariah

Sebagaimana kita pahami bersama bahwasanya tujuan syariat Islam (Hukum Islam) adalah meraih kemaslahatan hidup, tidak saja di dunia, namun juga di akhirat. Inilah sejatinya tujuan yang hakiki karena yang perlu diraih dalam hidup tidak saja kehidupan dunia fana yang sesaat, namun juga untuk jangka waktu yang kekal dan abadi yang dikenal dengan kehidupan setelah mati. Sebagaimana yang ditegaskan oleh Imam al-Syatibi bahwa “syariat bertujuan untuk mewujudkan kemaslahatan manusia di dunia dan di akhirat.”¹¹²

Dalam kaitan ini, agar *mashlahah* itu dapat dicapai, Abu Ishaq al- Syatibi (wafat 1388 M) mempertegas lima aspek yang perlu mendapat perlindungan yang diajarkan dalam *maqashid al-syariah* sebagaimana yang telah banyak disinggung pada bagian topik kajian ini.¹¹³ Tujuan syariah sebagaimana di atas, dapat dilihat dari dua sisi, yakni a). Dari sisi Pembuat Syariah itu sendiri, yaitu Allah dan Rasul-Nya dan b) sisi manusia sebagai pelaku (eksekutor) hukum itu sendiri. Jika dilihat dari sisi Pembuat Hukum, pertama, adalah untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia yang bersifat primer (*daruriyyat*), sekunder (*hajjiyyat*) dan tersier (*tahsiniyyat*).

Kedua, tujuan syariat adalah untuk ditaati dan dilaksanakan dalam kehidupan sehari-hari, dan ketiga, agar dapat ditaati dan dilaksanakan dengan benar oleh manusia, maka mereka perlu meningkatkan kemampuannya untuk memahami syariah itu sendiri. Itulah sejatinya prasyarat untuk meraih kemaslahatan hidup

¹¹² Ibid., h. 44.

¹¹³ Mohammad Daud Ali, *Hukum Islam Pengantar Ilmu Hukum dan Tata Hukum Islam di Indonesia* (Jakarta: PT RajaGrafindo Persada, 2013), h. 61.

dalam arti luas dari aspek Tuhan sebagai Pembuat Hukum yang bersifat Raman dan Rahim terhadap makhluk ciptaan-Nya. Sedangkan jika dilihat dari sisi manusia sebagai pelaku hukum (subjek), yakni mencapai kehidupan yang bahagia dan sejahtera dengan syarat mereka mampu menangkap yang bermanfaat. Sebaliknya, mereka juga mampu mencegah yang mudarat dalam kehidupan. Prasyarat semacam ini sangatlah tergantung pada sikap dan komitmen manusia itu sendiri dalam kapasitasnya sebagai makhluk *mukallaf* yang dibebani tanggung jawab oleh Tuhan selaku Pembuat Hukum.

Sebab itu inilah sejatinya yang perlu menjadi bahan renungan bagi para pemangku kepentingan industri pariwisata halal dalam memberikan pelayanan kepada wisatawan yang datang berkunjung. Yakni mengedepankan kebutuhan untuk berwisata, sehingga mereka merasakan kepuasan dan kebahagiaan dalam berwisata. Bukankah syariah itu diturunkan untuk dilaksanakan sesuai dengan *maqashid*-nya agar kehidupan yang adil dapat ditegakkan, kebahagiaan sosial dapat diwujudkan, dan ketenangan dalam bermasyarakat dapat dipertahankan.¹¹⁴

Atau dengan kata lain, para pengusaha memiliki komitmen dan selalu berupaya agar para wisatawan memperoleh *mashlahah* dan terhindar dari segala hal yang membahayakan atau merugikan bagi diri dan keluarganya dalam arti luas sesuai tujuan syariat itu sendiri. Bukankah pariwisata halal itu merupakan salah satu media di era kehidupan modern saat ini dalam mewujudkan kemaslahatan sesuai prinsip syariah di tengah maraknya pariwisata sekuler yang hanya mengejar gemerlap duniawi yang materialistik semata.

g. *Maqashid al-Syariah* : Posisi Pariwisata Halal sebagai Kebutuhan Universal

Bagaimanakah posisi Pariwisata Halal dalam kaitan dengan kebutuhan hidup manusia dalam kapasitasnya sebagai wisatawan. Dalam ajaran Islam, kebutuhan itu dapat dipetakan ke dalam tiga tingkatan, yakni *primer* (pokok-utama-dasar), *sekunder* (pendukung), dan *tersier* (pelengkap-penyempurna). Dikatakan primer,

¹¹⁴ Fauzia dan Riyadi, *Prinsip Dasar*, h. 45-46.

karena kebutuhan ini dalam keadaan apa pun dan di manapun harus terpenuhi agar manusia tetap bisa bertahan hidup. Contoh konkretnya adalah kebutuhan sandang, pakan, dan papan. Ini sejatinya kebutuhan pokok dan mendasar manusia yang harus terpenuhi. Jika tidak, maka manusia akan mengalami nasib fatal yang mungkin bisa mengalami kematian.

Selanjutnya, untuk kebutuhan sekunder, merupakan kebutuhan penunjang kemudahan dalam kehidupan. Maksudnya, dengan terpenuhinya kebutuhan ini, niscaya kehidupan manusia akan semakin mudah dijalani. Contohnya adalah kebutuhan alat transportasi dan komunikasi. Jika sekiranya kebutuhan ini dalam keadaan normal, belum terpenuhi, niscaya manusia masih bisa mempertahankan hidupnya. Tidaklah sebagaimana kebutuhan primer yang selalu harus terpenuhi.

Berikutnya kebutuhan tersier yang fungsinya adalah sebagai pelengkap kebutuhan yang lain. Namun demikian dengan tertundanya pemenuhan kebutuhan pelengkap ini kiranya tidak akan banyak berpengaruh secara signifikan terhadap irama atau stabilitas kehidupan seseorang. Katakan saja melakukan wisata, kiranya dapat dikategorikan ke dalam kebutuhan yang ketiga ini. Namun demikian perlu disadari bahwa berwisata pada hakikatnya merupakan kebutuhan psikis semua orang, karena dengan berwisata seseorang akan menambah kepuasan dalam kehidupannya. Dengan melalui wisata seseorang akan merasa ter cerahkan pikirannya dan akan merasakan tenang batinnya.¹¹⁵ Sebab itu dalam kaitan wisata sebagai kebutuhan batin bagi seseorang, pada akhirnya kebutuhan berwisata itu tidak lagi sebagai kebutuhan tersier, namun bisa jadi meningkat kebutuhan sekunder. Atau, bahkan sebagai kebutuhan primer yang akan merasakan lebih bahagia sesuai status sosial seseorang.

h. Pariwisata Halal : Antara *Mashlahah* dan *Fitrah*

¹¹⁵ Dalam kaitan ini, Murphy mengatakan bahwa pada dasarnya motivasi seseorang melakukan perjalanan dapat diklasifikasi menjadi empat kelompok besar, yakni *physical or physiological motivation*, *cultural motivation*, *social motivation or interpersonal motivation* dan *fantasy motivation*. Khusus untuk kelompok pertama antara lain untuk relaksasi, kesehatan, kenyamanan berpartisipasi dalam kegiatan olahraga, bersantai, dan sebagainya. Lihat, I Gde Pitana dan Putu G. Gayatri, *Sosiologi Pariwisata* (Yogyakarta: Penerbit Andi, 2005), h. 58.

Muhammad Tahir ibn ‘Asyur, dalam kitabnya *Maqashid al- Syariah* memetakan *mashlahah* menjadi empat bagian, yakni pertama, *mashlahah* dari aspek pengaruhnya terhadap tegaknya umat. Sedangkan yang kedua dilihat dari aspek relasinya dengan umat secara umum, kelompok (komunitas) maupun individu (personal). Adapun yang ketiga, *mashlahah* dilihat dari aspek terwujudnya kebutuhan atau terhindarinya kerusakan (*mafsadah*) dan yang keempat, adanya *mashlahah* karena sebagai tujuan atau implikasi dari perbuatan.¹¹⁶

Pertanyaan mendasar adalah, apakah pengembangan industri wisata halal telah sesuai dengan konsep *mashlahah* atau tidak, dalam arti dapat menimbulkan kerusakan di tengah masyarakat. Dalam hal ini dapat digunakan analisis *mashlahah* dan hubungannya dengan masyarakat, yakni *mashlahat al-kulliyah* dan *mashlahat al-juz’iyyah*. *Mashlahah* yang pertama adalah *mashlahah* yang kembali kepada masyarakat secara umum (luas). Sedangkan *mashlahah* yang kedua adalah *mashlahah* bagi perseorangan atau beberapa individu yang harus dijaga sesuai ketentuan-ketentuan muamalah.¹¹⁷

Dilihat dari aspek *mashlahah*, kehadiran destinasi wisata halal diharapkan akan banyak memberi manfaat kepada seluruh lapisan masyarakat dalam arti luas, baik bagi para pengusaha maupun pengunjung yang pada akhirnya akan mempunyai dampak terhadap peningkatan pendapatan asli daerah (PAD). Peningkatan PAD ini pada akhirnya akan berimbas pada kesejahteraan penduduk¹¹⁸ daerah di mana destinasi wisata halal dikembangkan. Dan dengan semakin meningkatnya jumlah pengunjung merupakan indikator bahwa pengunjung merasa puas dengan segala macam objek yang disajikan dengan segala faktor pendukungnya. Sebab itu, jika sekiranya realitas menunjukkan demikian, maka

¹¹⁶ Muhammad Tahir ibn ‘Asyur, *Maqashid al-Syariah* (Yordania: Dar al-Nafais, 2001), h. 91.

¹¹⁷ Ismail al-Hasaniy, *Nadariyat al-Maqashid ‘Inda al-Imam Muhammad al-Tahir ibn ‘Asyur* (Herdon: Al-Ma’had al-Islami li al-Fikr al-Islami, 1995), h. 90.

¹¹⁸ Dampak pariwisata terhadap kondisi sosial ekonomi masyarakat lokal dapat dikategorikan menjadi delapan kelompok besar, yakni dampak terhadap penerimaan devisa, pendapatan masyarakat, kesempatan kerja, harga-harga, distribusi manfaat/keuntungan, kepemilikan dan kontrol, pembangunan pada umumnya, dan pendapatan pemerintah, Lihat kembali, Pitana dan Gayatri, *Sosiologi Pariwisata*, h. 109-110.

secara *kulliyah* maupun *juz'iyah* kehadiran destinasi wisata halal telah dapat memberikan manfaat kepada masyarakat secara luas.

Selanjutnya menurut konsep *maqashid al-'ammah* bahwa tujuan yang akan dibangun adalah berdasarkan *fitrah*. Yakni fitrah yang secara umum menghendaki adanya persamaan, kebebasan, toleransi dan lain sebagainya sesuai dengan tujuan umum syariah. Dalam kaitan dengan fitrah ini Ibnu 'Asyur mempertegas bahwa segala perbuatan yang sesuai dengan akal sehat adalah termasuk fitrah. Sebaliknya jika kontra produksi dengan akal sehat, maka berarti telah menyimpang dari fitrah. Bukankah fitrah itu adalah naluri manusia yang pada dasarnya selalu condong kepada kebaikan yang menjadi harapan semua orang.

Dalam kaitan dengan menjual jasa di bidang kepariwisataan, tentunya wisata halal tidaklah perlu melakukan diskriminasi terhadap para pengunjung. Dalam arti, siapa pun saja bebas menikmati tanpa dibatasi oleh suku, agama, ras, dan antargolongan apa pun. Jika tidak, samahalnya dengan melanggar hak asasi manusia. Dalam hal ini jelas, Islam, sangat menghormati hak asasi manusia, sebagaimana Deklarasi Kairo tahun 1990 yang dikeluarkan oleh Organisasi Konferensi Islam (OKI), termasuk di dalamnya adalah Indonesia.¹¹⁹

Bukankah dunia wisata adalah sebatas muamalah yang mengatur hubungan antarmanusia, selama tidak ada perbuatan yang bertentangan dengan ketentuan syariat. Mereka adalah sama, sehingga dengan demikian perlu dibangun sikap toleransi, saling menghormati, saling melindungi dan saling menghargai sejalan dengan fitrah manusia yang pada akhirnya akan menghasikan kemaslahatan dan kepuasan bagi wisatawan dalam menikmati pesona wisata halal di manapun dan kapanpun saja. Itulah kiranya gambaran *moslem friendly tourism* yang harus menjadi ikon wisata halal sebagai wujud ekspresi bahwasanya kehadiran syariat Islam adalah merupakan *rahmatan lil 'alamin* yang menjunjung tinggi nilai-nilai etis serta menghargai eksistensi manusia. Hal ini sejalan dengan karakter ekonomi

¹¹⁹ Dalam deklarasi ini ditegaskan bahwa “semua hak dan kebebasan yang terumus dalam deklarasi tunduk pada syariat Islam. Satu-satunya ukuran mengenai hak Asasi Manusia adalah Syariat Islam, “lihat Mohammad Daud, Hukum Islam..., h. 60.

syariah yang *uluhiyyah*, *insaniyyah*, *akhlaqiyyah* dan *washatiyyah*.¹²⁰ Tentunya, karakter ini, secara universal harus terimplementasi ke dalam atmosfer dunia wisata halal yang mengedepankan terciptanya kedamaian, keamanan, kenyamanan, kemaslahatan dan sebagainya sehingga para wisatawan akan mendapat kepuasan secara total. Inilah sejatinya fitrah ajaran Islam yang selalu mendorong tercapainya *mashlahah* di dalam kehidupan.

i. Sumber Daya Manusia: Pengawal *Maqashid al- Syariah* dalam Pariwisata

Pada era modern ini, pariwisata merupakan sebuah industri modern yang harus dikelola secara profesional dan berkesinambungan, sehingga dibutuhkan kehadiran sumber daya manusia (SDM) yang mumpuni.¹²¹ Khusus untuk industri pariwisata halal, keberadaan SDM sangat dibutuhkan untuk mengawal segala aktivitas programnya agar bersesuaian dengan semangat ajaran *maqashid al- syariah* dalam Islam. Semakin kapabel SDM yang tersedia, maka cenderung akan semakin cepat perkembangan pariwisata yang dikelolanya. Karena SDM yang mumpuni, kaan membawa kepada profesionalisme dalam menyediakan dan menyiapkan destinasi pariwisata. Adapun yang dimaksud SDM pariwisata di sini adalah potensi yang terkandung dalam diri manusia untuk mewujudkan perannya sebagai makhluk sosial yang adaptif dan transformatif yang mampu mengelola dirinya sendiri serta seluruh potensi alam untuk mencapai kesejahteraan yang seimbang dan berkelanjutan di bidang kepariwisataan.¹²² Atau dengan kata lain, yakni “semua orang yang berkecimpung dan atau menyumbangkan tenaga dan pikirannya pada

¹²⁰ Lihat Yusuf Qardhawi, *Dawr al-Qiyam wa al-Akhlaq fi al-Iqtishad al-Islami* (Kairo-Mesir: Maktabah Wahbah, 1995).

¹²¹ Beberapa pakar seperti Wall, Murphy, SmiTriple Helix, Inskoop, Kadt, dan yang lain, hampir semuanya sepakat bahwa kepariwisataan adalah sebagai suatu industri, baik industri jasa perjalanan (travel industry) ataupun industri jasa yang menjual keramahtamahan (hospitality industry). yang menghasilkan produk yang bersifat spesifik dan tidak nyata (intangible). Tentu pula dengan karakter-karakter positif yang bersifat spesifik untuk membedakannya dengan jenis-jenis industri yang lain. Kiranya hal ini berlaku pula bagi pariwisata halal yang juga memiliki karakteristiknya yang berbeda pula jika dibandingkan dengan pariwisata yang konvensional. Lihat juga, Bambang Sunaryo, *Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata Konsep dan Aplikasinya di Indonesia* (Yogyakarta:Penerbit Gava Media, 2013), h. 32- 33.

¹²² *Ibid.*, 200-201.

seluruh potensi yang terkandung di dalam usaha pariwisata demi tercapainya kesejahteraan dalam tatanan yang berkeimbangan dan berkelanjutan.”¹²³

Selanjutnya, menurut Undang-Undang Republik Indonesia No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, SDM Pariwisata jika dikategorikan berdasarkan lembaganya dapat dipetakan sebagai berikut, yakni, 1). Institusi Pemerintah dan atau Pemerintah Daerah; 2). Institusi Swasta/Industri; dan 3). Masyarakat.¹²⁴ Tentu saja ketiganya memiliki SDM dan kompetensinya sendiri-sendiri sesuai kapasitas masing-masing. SDM Pemerintah dari kalangan perguruan tinggi negeri misalnya, memiliki kompetensi sebagai akademisi atau peneliti.¹²⁵ Sedangkan dari kalangan institusi swasta/industri seperti dari masyarakat perguruan tinggi negeri atau lembaga swasta dan lembaga swadaya masyarakat memiliki kompetensi sebagai akademisi atau peneliti dan teknokrat.¹²⁶

Adapun dari kalangan masyarakat, seperti pengusaha pariwisata, pengelola dari *top hingga low management* dan *craft level* selain juga harus profesional, juga sejatinya juga harus memiliki kompetensi berupa skill untuk melaksanakan tugas-tugas yang bersifat teknis dalam pariwisata.¹²⁷ Khusus untuk SDM industri pariwisata halal, selain memiliki kompetensi tersebut, juga diharapkan memiliki pengetahuan tentang prinsip-prinsip syariah Islam.¹²⁸ Untuk selanjutnya agar mereka mampu mengimplementasikan ajaran *maqashid al-syariah* ke dalam dunia pariwisata. Karena itu dari kalangan mereka dituntut agar memiliki komitmen dan integritas dalam turut mengawal pembumih *maqashid al-syariah* di kancah pariwisata sehingga pariwisata halal benar-benar mampu mengekspresikan ajaran syariah kapan pun dan di mana pun saja.

Itulah kiranya gambaran *moslem friendly tourism* yang harus menjadi ikon wisata halal sebagai wujud ekspresi bahwasanya kehadiran syariat Islam adalah

¹²³ *Ibid.*, 201.

¹²⁴ *Ibid.* Lihat pula Undang-Undang Republik Indonesia No.10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata.

¹²⁵ Bambang Sunaryo, *Kebijakan pembangunan Destinasi Pariwisata Konsep dan Aplikasinya di Indonesia* (Yogyakarta: Penerbit Gava Media 2013), h. 201.

¹²⁶ *Ibid.*

¹²⁷ *Ibid.*, 202.

¹²⁸ Lihat kembali Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia No, 108/DSN-MUI/X/2016 tentang Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata Berdasarkan Prinsip Syariah.

merupakan *rahmatan lil 'alamin* yang menjunjung tinggi nilai-nilai etis serta menghargai eksistensi manusia. Hal ini sejalan dengan karakter ekonomi syariah yang *uluhiyyah, insaniyyah, akhlaqiyyah* dan *washatiyyah*.¹²⁹ Tentunya, karakter ini, secara universal harus terimplementasi ke dalam atmosfer dunia wisata halal yang mengedepankan terciptanya kedamaian, keamanan, kenyamanan, kemaslahatan dan sebagainya sehingga para wisatawan akan mendapat kepuasan secara total. Inilah sejatinya fitrah ajaran Islam yang selalu mendorong tercapainya *mashlahah* di dalam kehidupan.

j. *Al-Dzari'ah* : Antara *Mashlahah al-Khashshah* dan *Mashlahah al-'Ammah*

Secara bahasa *dzari'ah* adalah jalan menuju sesuatu yang membawa kepada yang dilarang dan mengandung kerusakan (*mafsadah*).¹³⁰ Ibnu Qayim membedakannya ke dalam dua macam, yakni *saad al-dzira'ah* dan *fa al-dzira'ah*. *Saad dzira'ah* adalah sesuatu yang dilarang, sedangkan *fa al-dzira'ah* sesuatu yang dianjurkan.¹³¹ *Saad al-dzira'ah* adalah melakukan suatu perbuatan yang mengandung kemaslahatan untuk menuju kepada suatu kerusakan. Maksudnya, seseorang yang melakukan suatu perbuatan yang semula dibolehkan karena mengandung kemaslahatan, namun tujuan yang akan dicapai berakhir pada suatu kerusakan. Karena itu dilarang untuk dilakukan. Sedangkan *fa al-dzari'ah* adalah merupakan perbuatan yang dapat membawa kepada suatu yang dianjurkan, bahkan diwajibkan syara', seperti shalat, puasa, haji dan lain sebagainya.¹³²

Menurut ulama Malikiyah dan Hanabilah, *saad al-dzari'ah* dapat dijadikan hujjah dengan menyandarkannya kepada firman Allah surat al-An'am, 108 yang artinya "Janganlah kamu memaki sembah yang mereka sembah selain Allah karena nanti mereka akan memaki Allah dengan tanpa batas tanpa pengetahuan.". Sedangkan menurut ulama Hanafiyah dan Syafiiyah dapat dijadikan hujjah hanya

¹²⁹ Lihat Yusuf Qordhowi. *Daar al-Qiyam wa al-Akhlaq fi al-Iqtishad al-Islami* (Kairo: Maktabah Wahbah, 1995).

¹³⁰ H. Nazar Bakry, *Fiqh & Ushul Fiqh* (Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2003), h. 243.

¹³¹ Ibid.

¹³² Ibid., 244.

saja dalam hal-hal tertentu saja. Adapun untuk *fa al-dzari'ah*, para ulama sepakat dapat dijadikan hujjah dalam menetapkan hukum.¹³³ Selanjutnya Ibnu Qayim memetakannya *dzari'ah* atas duamacam. Pertama, suatu pekerjaan, di mana kemaslahatannya lebih kuat dari kemafsadahannya, sedangkan yang kedua kemafsadahannya lebih kuat dari kemaslahatan yang ditimbulkan.¹³⁴ Khusus untuk yang kedua ini dapat dipetakan lagi ke dalam empat kemungkinan, yakni, a) secara sengaja pekerjaan ditujukan untuk kemafsadatan, seperti meminum minuman keras, b) pekerjaan yang pada dasarnya dibolehkan, namun ditujukan untuk melakukan suatu kemafsadatan, c) pekerjaan yang hukumnya boleh dan pelakunya tidak bertujuan untuk melakukan kemafsadatan, namun biasanya akan berakibat pada suatu kemafsadatan, d) suatu pekerjaan yang pada dasarnya dibolehkan, ada kalanya perbuatan itu membawa kepada suatu kemafsadatan.¹³⁵

Lebih lanjut dalam kaitan dengan *dzari'ah* ini Ibnu 'Asyur menyatakan bahwa membuka *dzari'ah* yang mengakibatkan kemaslahatan hukumnya wajib, walau asalnya dilarang atau mubah. Karena itu dalam kaitan dengan membangun destinasi industri wisata halal baru yang membawa dampak kemaslahatan terhadap umat, maka bisa jadi hukumnya wajib, kendati hukum asalnya dilarang atau mubah. Dengan pertimbangan, karena secara global, industri pariwisata terus mengalami perkembangan secara signifikan dengan jumlah pengunjung yang semakin bertambah.

Namun perkembangan wisata yang saat ini banyak diminati tidak sedikit yang teralienasi dari nilai-nilai kebajikan sebagaimana yang diajarkan di dalam syariat Islam yang *rahmatan lil 'alamin*. Dunia wisata seakan-akan lepas sama sekali dari nilai-nilai ajaran spiritual sehingga mengakibatkan munculnya kerusakan sendi- sendi kehidupan masyarakat. Kerusakan itu telah banyak cukup lama menggerogoti eksistensi nilai-nilai kemanusiaan, karena telah sedemikian lama dialami sehingga tanpa disadari praktik itu dianggap benar secara syar'i.

¹³³ *Ibid.*, 246.

¹³⁴ *Ibid.*, 245

¹³⁵ *Ibid.*

Sebab itu jika muncul inisiasi secara personal, terlebih jika ada *good will* (program) dari pemerintah, baik pusat maupun daerah untuk mengembangkan destinasi wisata halal seperti saat ini, kiranya merupakan sebuah karya yang patut diapresiasi dan didukung oleh semua pihak. Membangun destinasi wisata halal secara langsung maupun tidak langsung samahalnya dengan telah turut menyelamatkan agama (akidah) para wisatawan Muslim sebagaimana yang diajarkan di dalam *maqashid al-syariah*.

Membangun destinasi wisata halal yang selama ini masih dalam fase perjuangan, niscaya akan member banyak dampak kemaslahatan, baik secara individual (*mashlahah al-khashshah*) maupun secara umum (*mashlahah al-'ammah*). Baik yang berupa materi maupun spiritual dengan panduan nilai-nilai syariah. Inilah sejatinya tujuan mulia dalam membangun wisata halal yang bernafaskan ajaran syar'i, yang semula hukumnya mubah atau bahkan terlarang, namun karena untuk mencegah terjadinya kerusakah umat yang semakin parah, pada akhirnya bisa menjadi wajib. Terlebih lagi jika destinasi itu banyak membawa manfaat (*mashlahah*) secara lahir maupun batin, baik bagi individu, masyarakat, maupun bagi bangsa dan negara.

Dengan demikian *dzari'ah* dalam Islam dapat dijadikan landasan pertimbangan (terutama *fadzari'ah*) untuk membangun destinasi wisata halal guna mengendalikan dampak negatif perkembangan wisata yang selama ini dianggap kurang memenuhi ketentuan syariah. Sekaligus untuk memenuhi tuntutan masyarakat global yang mulai menaruh minat terhadap wisata yang berbasis syariah. Terlebih lagi jika kehadiran destinasi wisata baru itu akan banyak mendatangkan *mashlahah*, baik bagi individu maupun masyarakat luas di mana destinasi itu dikembangkan.

k. Pariwisata Halal: Perspektif Ekonomi Islam

Sebagaimana kita ketahui bahwa ekonomi dalam sistematika ajaran Islam masuk ke dalam kajian muamalah yang membicarakan hubungan antarmanusia dalam upaya untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Termasuk di dalamnya industri wisata sebagai salah satu aktivitas sektor riil yang turut menentukan kemajuan ekonomi

sebuah negara. Secara sederhana ilmu ekonomi adalah ilmu yang membicarakan bagaimana cara memenuhi kebutuhan hidup yang tak terbatas dengan cara mengelola sumber daya yang terbatas. Pengertian ini bertolak belakang dengan batasan menurut ekonomi Islam, yakni untuk memenuhi kebutuhan manusia yang terbatas dengan cara mengelola sumber daya yang tak terbatas.

Islam memandang bagaimanapun kebutuhan manusia adalah terbatas dan terukur, sedangkan yang tidak terbatas adalah keinginan yang tidak terukur. Jika manusia dikendalikan oleh keinginan hawa nafsunya, maka berpotensi mencari harta sebanyak- banyaknya yang tidak mengenal batas, dengan mengorbankan nilai- nilai kemanusiaan, norma etika dan hukum yang sejatinya wajib dijunjung tinggi oleh siapa pun. Industri pariwisata halal yang pada dasarnya berpijak pada prinsip-prinsip syariah, para pemangku kepentingan yang terlibat di dalamnya, seyogianya tidak terjebak kepada kepentingan yang justru kontraproduksi dengan misi suci yang tersirat dalam makna halal dalam arti luas.

Sebab itu bagaimanakah sebaiknya mengelola destinasi wisata halal yang baik dan berkeadaban menurut perspektif ekonomi Islam. Predikat kata “Islam” dalam istilah ekonomi Islam, tentu akan membawa konsekuensi atau makna yang berbeda dengan pengertian ekonomi konvensional pada umumnya. Islam sebagai agama langit bersumber pokok pada wahyu, yakni al-Qur’an dan Hadits Rasulullah saw. Sebab itu antarkeduanya secara prinsip memiliki karakter yang berbeda antara yang satu dengan yang lain.

Ulama Fiqh kontemporer Yusuf Qardhawi menyatakan, bahwa pada dasarnya karakter ekonomi Islam meliputi empat nilai, yakni *uluhiyyah*, *insaniyyah*, *akhlaqiyyah*, dan *washatiyyah*.¹³⁶ Sedangkan menurut Syed Nawab Haider Naqvi, ciri ekonomi Islam, meliputi kesatuan (*tawhid*), keseimbangan (*al-‘adl wa al-ihsan*), kehendak bebas (*ikhtiyar*), dan tanggung jawab (*fardh-responsibility*).¹³⁷

¹³⁶ Yusuf Qardhawi, *Daar al-Qiyam wal Al-Akhlaq fi al-Iqtisad al-Islami* (Kairo: Maktabah Wahbah, 1995).

¹³⁷ Dalam kaitan ini bandingkan dengan pernyataan al-Qur’an Surat at-Takasur, h. 102:2

Bahkan Adiwarmanto A. Karim melengkapi karakter tersebut, antara lain *tawhid*, '*adl, khilafah, nubuwwah, dan ma'ad (return)*'.¹³⁸

Bertolak dari ketiga pendapat di atas, dapat disimpulkan bahwa paling tidak ekonomi Islam memiliki ciri, yakni ketuhanan (*uluhiyyah-rububiyah*), kemanusiaan (*insaniyyah*), norma etika (*akhlaqiyyah*), keseimbangan (*washatiyyah*), kehendak bebas (*ikhthiyar*), dan tanggung jawab (*masuliyah*) bagi pelakunya. Nilai-nilai inilah sejatinya yang wajib dipatuhi oleh pemangku kepentingan wisata halal agar tidak terjebak ke dalam praktik wisata sekuler yang teralienasi dari nilai-nilai transenden. Karena bagaimanapun apa yang diperbuat kelak akan dipertanggungjawabkan di hadapan Allah SWT.

Bukankah manusia pada saatnya akan kembali kepada Tuhan selaku Pencipta, sekaligus Pemilik kehidupan. Agar manusia dapat mempertanggungjawabkan segala perbuatannya selama di dunia, maka secara teologis mereka wajib mengacu pada apa yang telah diajarkan dan dipraktikkan oleh Rasulullah saw. Tanpa kecuali tanggung jawab dalam urusan bisnis dalam bentuk apa pun. Industri pariwisata halal pada dasarnya adalah merupakan salah satu bentuk aplikasi nilai-nilai ekonomi Islam dalam dunia riil. Tentu saja bagi siapapun yang dapat mempertanggungjawabkan segala perbuatannya, niscaya ia akan dapat meraih *falah* di akhirat karena di dunia ia telah mampu menata kehidupan sesuai prinsip syariah.¹³⁹ Inilah sejatinya yang menjadi tujuan daripada ekonomi Islam yang perlu dipahami dan diimplementasikan oleh para pelaku bisnis.¹⁴⁰ Termasuk di dalamnya dalam upaya pengembangan industri pariwisata, di mana pun dan kapan pun saja secara universal.

¹³⁸ Adiwarmanto Karim, *Ekonomi Mikro Islami* (Jakarta: International Institute of Islamic Thought Indonesia, 2002).

¹³⁹ *Falah* adalah kemuliaan dan kemenangan hidup. Istilah ini menurut Ekonomi Islam diambil dari kata-kata Al-Qur'an yang sering dimaknai sebagai keberuntungan jangka panjang dunia dan akhirat. Dengan demikian dalam pengertian *falah*, tidak hanya dipandang dari aspek material semata, namun justru juga ditekankan pada aspek spiritualnya. Sebab itu dalam konteks dunia, *falah* merupakan konsep yang multimensi. Ia memiliki implikasi pada aspek perilaku individual (mikro) maupun kolektif (makro). Lihat dalam P3EI.

¹⁴⁰ P3EI Universitas Islam Indonesia Yogyakarta atas Kerjasama dengan Bank Indonesia, *Ekonomi Islam*, h. 54.

I. Pariwisata Halal Persektif Undang-undang RI No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal.

Perlu diakui bahwasanya produk yang beredar selama ini di masyarakat belumlah semuanya terjamin kehalalannya secara syar'i.¹⁴¹ Di samping pengaturan mengenai kehalalan suatu produk belum terjamin kepastian hukumnya sehingga perlu diatur dalam suatu bentuk peraturan perundang-undangan secara nasional.

Itulah dasar pertimbangan yang menjadi alasan lahirnya Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal di Indonesia, sebagaimana yang tertuang di dalam klausula menimbang. Oleh karena undang-undang ini bersifat umum, maka tentu saja berlaku pula untuk industri pariwisata halal yang harus steril dari segala hal yang haram berdasarkan syariah.

Adapun relevansinya undang-undang tersebut dengan wisata halal, antara lain adalah karena menyentuh berbagai kebutuhan wisatawan (Muslim) seperti tempat penginapan, restoran, kolam renang, spa dan faktor pendukung lain sebagainya. Selama di hotel, mereka dijamu makanan dan minuman sesuai fasilitas yang disediakan yang kesemuanya harus dijamin kehalalannya.¹⁴²

Demikian pula untuk restoran atau rumah makan dengan segala macamnya yang dijual kepada wisatawan selaku konsumen harus jelas pula kehalalannya agar mereka tidak tercedarai akidahnya karena menikmati produk yang haram dikonsumsi. Keharaman produk itu baik yang berkaitan

¹⁴¹ Dalam mengkonsumsi makanan misalnya, umat Islam (Muslim) harus mengikuti aturan yang telah ditentukan syariat. Antara lain sebagaimana yang termaktub dalam firman Allah swt, Surat al-Baqarah, 2:168 yang artinya, "Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan, karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu." Substansi ayat ini adalah merupakan prinsip yang mendasar yang tidak boleh dilanggar oleh siapa pun bagi yang beriman kepada Allah swt.

¹⁴² Dalam hal ini periksa, Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia No.108/DSN- MUI/X/2016 tentang Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata Berdasarkan Prinsip Syariah.

dengan bahan baku maupun proses pembuatannya.¹⁴³ Oleh Karena itu, untuk menjamin kehalalalan itu, diperlukan kejujuran, keterbukaan dan niat baik para pelaku usaha, produsen maupun para penjual dalam memproduksi dan menjual segala macam produk kepada wisatawan yang berkunjung.

Kejujuran merupakan sikap subjektif yang sulit dibuktikan keabsahannya sehingga dengan demikian perlu didukung dengan niat yang baik dan tulus dari para produsen. Sedangkan keterbukaan antara lain dapat dibuktikan dengan adanya sertifikasi halal dari badan yang berwenang bagi setiap produk yang dimakan, diminum dan dipakai oleh pengunjung.

Pada bagian ini akan dikaji tentang tujuan diundangkannya Jaminan Produk Halal. Tujuan ini niscaya akan dapat tercapai jika didukung oleh seluruh lapisan masyarakat, utamanya pihak-pihak yang berkepentingan. Selanjutnya, disusul yang berkaitan dengan adanya keharusan untuk mencantumkan label halal pada setiap kemasannya. Kemudian dikaji pula tentang pelaku usaha yang mempunyai peran penting terhadap kehalalalan setiap produk yang dalam hal ini dapat dilakukan pengawasan melalui peran serta masyarakat. Oleh karenanya, setiap produk yang terbukti melawan ketentuan undang-undang tersebut akan terkena sanksi bagi pelakunya. Inilah gambaran sekilas terkait dengan bagiankajian ini, sekaligus akan menunjukkan bagaimanapun kehadiran undang-undang ini sangat dibutuhkan untuk pengembangan industri pariwisata halal di Indonesia.

a. Tujuan Jaminan Produk Halal: Menuju Kepastian Hukum

Lahirnya sebuah produk hukum pasti mempunyai tujuan yang akan dicapai demi kepeningan masyarakat secara umum. Tanpa kecuali lahirnya undang-undang tentang jaminan produk halal (JPH).

Undang-undang diciptakan untuk mengatur perilaku manusia agar hidup tertib dan aman dalam hubungan antara manusia yang satu dengan

¹⁴³ Dalam hal ini lihat, Muhammad Djakfar, *Hukum Bisnis Membangun Wacana Integrasi Perundangan Nasional dengan Syariah*, edisi revisi (Malang: UIN-Maliki Press, 2016), h. 227- 229

yang lain, antara komunitas yang satu dengan yang lain. Demikian seterusnya.

Namun demikian yang paling pokok kelahiran perundangan itu adalah terjaminnya kepastian hukum bagi masyarakat. Artinya, jika kepastian hukum itu terjamin, maka para subjek hukum akan merasa aman, tenteram, tenang, dan nyaman untuk melakukan perbuatan hukum dalam kaitan dengan aktivitas wisata, karena mereka terbebas dari keraguan tentang ancaman hukuman yang akan diterima. Karena itu dalam Pasal 3, ditegaskan, bahwa penyelenggaraan JPH bertujuan:

- a. Memberikan kenyamanan, keamanan, keselamatan, dan kepastian ketersediaan Produk Halal bagi masyarakat dalam mengkonsumsi dan menggunakan produk;
- b. meningkatkan nilai tambah bagi Pelaku Usaha untuk memproduksi dan menjual Produk Halal.

Sejatinya, *mafhum mukhalafah* yang tersirat dalam pasal tiga di atas sudah pasti adalah untuk menciptakan kepastian hukum bagi masyarakat dalam mengonsumsi sebuah produk, baik dalam bentuk makanan, minuman, atau alat-alat kosmetika. Karena ketiga produk inilah yang banyak dibutuhkan sehingga banyak diproduksi dan dijual guna memenuhi kebutuhan pasar.

Di dalam dunia pariwisata produk-produk semacam itu pasti dibutuhkan oleh wisatawan Muslim, terutama untuk makanan dan minuman sebagai kebutuhan primer bagi mereka. Baik yang disajikan di hotel di mana mereka menginap maupun yang ada di restoran yang tersedia.

Selanjutnya yang dimaksud dengan meningkatnya nilai tambah dalam huruf b tersebut adalah nilai tambah secara ekonomi karena konsumen (pengguna produk) merasa ada perlindungan secara hukum. Dengan demikian dengan kehadiran perundangan JPH akan menguntungkan tidak saja bagi produsen, namun juga bagi konsumen. Artinya, dalam dunia

wisata, adanya perundangan ini tidak saja menguntungkan para pemangku kepentingan, namun juga bagi wisatawan Muslim dalam melindungi keyakinannya.

Inilah sejatinya tujuan yang ingin diraih kehadiran undang- undang tentang JPH yang pada dasarnya adalah ingin melindungi masyarakat Muslim agar terhindar dari segala hal yang kontra produkai dengan prinsip syariat. Demikian juga aktivitas dalam dunia pariwisata yang berpredikat halal.

b. Pelaku Usaha: Antara Hak dan Kewajiban¹⁴⁴

Selanjutnya dalam Bab IV Pasal 23-28 diatur tentang Pelaku Usaha yang di dalamnya diatur mengenai hak yang dapat diperoleh dan kewajiban yang harus ditunaikan. Yang dimaksud dengan Pelaku Usaha dalam undang-undang ini adalah orang perseorangan atau badan usaha berbentuk badan hukum atau bukan badan hukum yang menyelenggarakan kegiatan usaha di wilayah Indonesia (Bab I Pasal 1 Butir 12). Tentu saja, Pelaku Usaha yang dimaksud dalam undang-undang ini dapat diberlakukan untuk Pelaku Usaha di dalam industri pariwisata halal yang mengelola sebuah usaha.

Pelaku Usaha berhak memperoleh: a. informasi, edukasi, dan sosialisasi mengenai sistem JPH; b. pembinaan dalam memproduksi produk halal; dan pelayanan untuk mendapatkan Sertifikasi Halal secara cepat, efisien, biaya terjangkau, dan tidak diskriminatif (Pasal 23). Selain itu beberapa kewajiban yang wajib dipatuhi oleh Pelaku Usaha yang mengajukan permohonan Sertifikasi Halal meliputi: a. memberikan informasi secara benar, jelas, dan jujur; b. memisahkan lokasi, tempat dan alat penyembelihan, pengolahan, penyimpanan, pengemasan, pendistribusian, penjualan, penyajian antara Produk Halal dan yang tidak

¹⁴⁴ Pelaku usaha dalam industri pariwisata halal adalah ibarat produsen atau penjual, sedangkan wisatawan adalah ibarat konsumen atau pembeli. Karena itu kedua pihak tersebut harus seimbang hak dan kewajibannya. Jika ditarik ke dalam Undang-Undang Republik Indonesia No.8 Tahun 1999 tentang Perlindungan Konsumen, silakan

halal; c. memiliki Penyelia Halal; dan d. melaporkan perubahan komposisi bahan kepada Badan Penyelenggara JPH (Pasal 24).

Untuk itu, bagi Pelaku Usaha yang telah memperoleh Sertifikasi Halal diwajibkan mencantumkan label halal terhadap produk yang telah mendapat Sertifikasi Halal, menjaga kehalalan produk, memisahkan lokasi, tempat dan penyembelihan, alat pengolahan, penyimpanan, pengemasan, penjualan, dan penyajian antara produk halal dan yang tidak halal. Selain itu, ia wajib memperbarui Sertifikasi Halal jika telah berakhir dan melaporkan perubahan komposisi bahan kepada Badan Penyelenggara JPH (Pasal 25).

Ada perkecualian, jika Pelaku Usaha memproduksi dari bahan yang diharamkan, maka ia tidak wajib mengajukan permohonan Sertifikasi Halal. Namun demikian ia tetap wajib mencantumkan keterangan tidak halal pada setiap produk yang disajikan atau dijual (Pasal 26). Hal ini dimaksudkan agar konsumen, dalam hal ini wisatawan Muslim mudah untuk membedakannya dengan yang halal yang dapat dikonsumsi.

Dalam kaitan dengan sanksi ditetapkan, bagi Pengusaha yang melakukan kewajiban sebagaimana dimaksud dalam Pasal 25, ia akan dikenai sanksi administratif berupa: a. peringatan tertulis, b. denda administratif, atau c. pencabutan Sertifikat Halal (Pasal 27, Ayat 1). Demikian pula bagi Pengusaha yang tidak melakukan kewajiban sebagaimana dimaksud dalam Pasal 26, Ayat 2, dikenai sanksi administratif berupa: a. teguran lisan, b. peringatan tertulis, atau c. denda administratif (Pasal 27, Ayat 2).

Sebagaimana telah diatur dalam Pasal 24 huruf c bahwa Pelaku Usaha wajib memiliki Penyelia Halal yang bertugas untuk:

a. mengawasi PPH (Proses Produk Halal); b. menentukan tindakan perbaikan dan pencegahan; c. mengkoordinasikan PPH, dan d. mendampingi Auditor Halal LPH (Lembaga Pemeriksa Halal) pada saat pemeriksaan (Pasal 28, Ayat 1). Selanjutnya, dalam Pasal 28 Ayat 2 dikatakan bahwa Penyelia Halal harus memenuhi persyaratan: a. beragama Islam; dan b. memiliki wawasan luas dan memahami syariat tentang

kehalalan.

Relevansi pasal-pasal ini dengan industri pariwisata halal adalah karena di dalamnya mempertegas dan menetapkan masalah hukum halal dan haram yang terkait langsung dengan keyakinan para wisatawan yang wajib dilindungi para pelaku usaha wisata.

Para wisatawan yang menginap di sebuah hotel syariah misalnya, mereka perlu mendapat fasilitas yang berkaitan dengan perangkat mandi, fasilitas makan dan minum dan lain sebagainya yang kesemuanya itu harus halal hukumnya untuk dikonsumsi.

Demikian pula jika mereka masuk ke sebuah restoran syariah, kehalalan semua produk yang disajikan bagaimanapun harus sesuai dengan tuntunan pasal-pasal sebagaimana yang telah diatur dalam perundangan JPH ini.

c. Label Halal: Bukti Keabsahan Suatu Produk

Dalam ketentuan umum (Bab I Pasal 1) ditegaskan bahwa Jaminan Produk Halal adalah kepastian hukum terhadap kehalalan suatu produk yang dibuktikan dengan Sertifikat Halal (Butir 5). Sertifikat Halal adalah pengakuan kehalalan suatu produk yang dikeluarkan oleh BPJPH (Badan Pekerja Jaminan Produk Halal) berdasarkan fatwa halal tertulis yang dikeluarkan oleh MUI (Butir 10).

Sertifikasi Halal adalah merupakan pengakuan secara yuridis yang sudah barang tentu berbeda dengan apa yang disebut Label Halal. Label Halal adalah merupakan tanda kehalalan suatu produk (Butir 11). Dengan demikian Label Halal adalah merupakan bentuk fisik sebagai bukti keabsahan suatu produk yang ditetapkan oleh Badan Penyelenggara JPH secara nasional (Pasal 37).

Bagi Pelaku Usaha yang telah memperoleh Sertifikat Halal wajib mencantumkan Label Halal pada: a. kemasan produk; b. bagian tertentu dari produk; dan /atau c. tempat tertentu pada produk (Pasal 38). Adapun pencantuman Label Halal sebagaimana dimaksud dalam Pasal 38 tersebut

harus mudah dilihat dan dibaca serta tidak mudah dihapus, dilepas, dan dirusak (Pasal 39). Dengan adanya ketentuan ini, maka konsumen akan dengan mudah membacanya sehingga tidak akan ragu lagi untuk mengkonsumsinya.

Selanjutnya bagi Pelaku Usaha yang mencantumkan Label Halal tidak sesuai dengan ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 38 dan Pasal 39 akan dikenai sanksi berupa: a. teguran lisan; b. peringatan tertulis; atau c. pencabutan Sertifikasi Halal (Pasal 41).

Bertolak dari beberapa ketentuan di atas dapat dipahami bahwa Label Halal adalah merupakan salah satu kewajiban bagi para pengusaha yang berfungsi sebagai petunjuk yang mengindikasikan bahwa suatu produk halal untuk dikonsumsi. Ketentuan ini wajib dipatuhi oleh pemangku kepentingan, khususnya pengusaha industri pariwisata halal yang tidak jarang berkaitan dengan masalah produk makanan dan minuman. Antara lain pengusaha perhotelan, restoran, dan lain-lainnya. Jika sekiranya ketentuan-ketentuan itu tidak dipatuhi, maka selain dikenai sanksi sebagaimana yang telah ditetapkan, pada akhirnya juga akan menciderai predikat halal yang melekat pada kata pariwisata itu sendiri. Bukankah undang-undang ini merupakan sesuatu yang wajib dipahami dan wajib dipatuhi oleh para pengusaha industri pariwisata halal untuk melindungi kepentingan wisatawan Muslim secara syariat.

d. Peran Serta Masyarakat: Perlu Dukungan Semua Pihak

Perlu diakui, bagaimanapun peran masyarakat sangat dibutuhkan untuk mendukung suksesnya pelaksanaan Jaminan Produk Halal (JPH) di Indonesia, terlebih lagi dari kalangan Muslim sendiri yang dikenal sebagai mayoritas.¹⁴⁵ Masyarakat adalah sekelompok kumpulan manusia

¹⁴⁵ Yang dimaksud dengan masyarakat dalam wisata halal adalah para wisatawan yang sangat diharapkan partisipasinya turut melakukan pengawasan. Dalam hal ini wisatawan berhak menuntut apa yang menjadi haknya, jika sekiranya terjadi ketidakadilan, termasuk jika terjadi penyimpangan dari prinsip syariah. Misalnya hak

yang di dalamnya ada strata sosial yang menjalankan peran masing-masing. Antara lain sebagai guru (dosen) yang tugas utamanya adalah mengajar anak didik, ulama (kyai) yang tugas pokoknya adalah memberi pencerahan masalah agama, ada tokoh politik (politikus) yang fungsinya sebagai pengambil kebijakan bersama para pejabat pemerintahan. Selain itu ada pengusaha yang tugasnya melakukan usaha atau bisnis di tengah masyarakat.

Sejatinya, mereka itu bisa mengambil peran atau inisiasi untuk turut mensosialisasikan isi undang-undang JPH agar dikenal oleh masyarakat luas, baik melalui ceramah di tempat-tempat ibadah bagi yang berstatus sebagai penceramah (ulama-ustadz). Atau juga melalui aktivitas belajar mengajar di sekolah atau di pondok pesantren, bagi para pemangku pesantren (kyai), melalui proses belajar mengajar di sekolah bagi guru dan dosen, dan lain sebagainya.

Peran serta masyarakat dimaksud di dalam undang-undang ini diatur di dalam Bab VIII, Pasal 53-55. Khusus dalam Pasal 53 dikatakan:

Masyarakat dapat berperan serta dalam penyelenggaraan JPH

- 1) Peran serta masyarakat sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dapat berupa:
 - a. Melakukan sosialisasi mengenai JPH; dan
 - b. Mengawasi Produk dan Produk Halal yang beredar
- 2) Peran serta masyarakat berupa pengawasan Produk dan Produk Halal yang beredar sebagaimana dimaksud pada ayat 2 huruf b berbentuk pengaduan atau pelaporan ke BPJPH (Badan Penyelenggara JPH)

Selanjutnya dalam Pasal 54 dikatakan bahwa BPJPH dapat memberikan penghargaan kepada masyarakat yang berperan serta dalam

pelayanan secara syariah dalam bentuk ketersediaan tempat ibadah, tersedianya makanan dan minuman halal dan lain sebagainya.

penyelenggaraan JPH. Hanya saja, bagaimana tata cara peran serta masyarakat beserta pemberian penghargaan akan diatur dalam Peraturan Menteri (Pasal 55).

Bertolak dari beberapa ayat di atas dalam kaitan dengan penyelenggaraan industri pariwisata halal dapat disimpulkan bahwa dalam undang-undang ini masyarakat, dalam hal ini, wisatawan diberi ruang atau kesempatan untuk melakukan pengawasan, sekaligus mengadakan pengaduan jika sekiranya terjadi penyimpangan. Yakni penyimpangan yang dalam praktiknya tidak sesuai lagi dengan prinsip syariah, seperti produk makanan dan minuman yang beredar yang tidak jelas status halal atau haramnya karena ketiadaan label haram yang wajib dicantumkan, dan lain sebagainya.

e. Ketentuan Pidana: Menguji Tanggung Jawab

Sudah menjadi sebuah kelaziman dalam setiap peraturan perundangan yang menjanjikan penghargaan (*reward*) kepada siapa pun yang mematuhi. Sebaliknya akan memberi sanksi ancaman (*punishment*) kepada yang menyalahinya.¹⁴⁶ Hal ini dimaksudkan agar peraturan itu mempunyai sifat memaksa dan tidak dilanggar oleh siapa pun saja yang terkena ketentuan-ketentuannya. Kelaziman ini berlaku pula pada pengeterapan undang-undang JPH sebagaimana telah tersurat dalam bunyi pasal sebagaimana telah disinggung di atas. Adapun ketentuan sanksi hukuman bagi yang melanggar yang telah ditetapkan dalam peraturan perundangan JPH ini, secara tegas tercantum dalam Bab IX tentang Ketentuan Pidana, tepatnya Pasal 56 yang berbunyi:

¹⁴⁶ Dalam kaitan dengan pidana Ini (bentuk hukuman), tentu saja undang-undang tentang JPH ini hanya sebatas mengatur hukuman duniawi sebagaimana yang tertulis dalam pasal-pasal yang mengaturnya. Namun demikian, secara syariat, di balik hukuman yang tertulis itu, sejatinya masih ada hukuman akhirat kelak di hadapan Allah swt. Untuk itu seyogianya, kepada semua pelaku usaha pariwisata halal memahami hal ini, agar mereka bisa selamat tidak saja di dunia, bahkan juga di akhirat kelak.

“Pelaku Usaha yang tidak menjaga kehalalan produk yang telah memperoleh Sertifikat Halal sebagaimana dimaksud dalam Pasal 25 huruf b, dipidana dengan pidana kurungan paling lama 5 (lima) tahun atau pidana denda paling banyak Rp 2.000.000.000,- (dua miliar rupiah).”

Dalam pasal ini, hukuman yang dikenakan kepada pelanggar cukup berat, baik dalam bentuk hukuman kurungan atau denda, sehingga dengan demikian dibutuhkan kehati-hatian kepada para pelaku usaha agar benar-benar melindungi kepentingan konsumen.

Khusus untuk pelaku wisata halal, perlindungan dalam kaitan dengan pasal ini adalah merupakan hak bagi para wisatawan Muslim dalam turut serta menjaga keamanan agama mereka. Sekaligus juga ikut memelihara karakter khas setiap destinasi wisata halal yang harus memegang teguh prinsip syariahnya.

j. Fatwa DSN-MUI tentang Pariwisata Syariah

Jika ditinjau dari sisi peraturan yang dikeluarkan oleh pemerintah, pada tahun 2016, regulasi yang berkaitan dengan pengembangan sektor pariwisata halal di Indonesia nyaris tidak ada pasca dicabutnya peraturan mengenai Pedoman Penyelenggaraan Usaha Hotel Syariah Nomor 2 Tahun 2014 yang dikeluarkan oleh Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif melalui terbitnya Peraturan Menteri Nomor 11 Tahun 2016. Pengembangan sektor pariwisata halal tidak akan optimal jika tanpa regulasi yang mengaturnya. Padahal, sangat banyak sekali unsur-unsur yang terlibat dalam pariwisata halal. Diantara unsur yang harus diatur ialah mengenai ketentuan destinasi wisata halal, jasa atau biro perjalanan wisata halal, pemandu wisata halal, jenis rekreasi yang ditawarkan pada wisata halal, makanan halal, dan lain sebagainya.¹⁴⁷

¹⁴⁷ Fahadil Amin Al-Hasan, *Penyelenggaraan Pariwisata Halal di Indonesia (Analisis Fatwa DSN-MUI tentang Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata Berdasarkan Prinsip Syariah)*, Jurnal Ilmu Syari'ah Dan Hukum "Al-AHKAM", Vol. 2, Nomor 1, Januari-Juni 2017, Vol. 2, Nomor 1, Januari-Juni 2017. ISSN: 2527-8169 (h.); 2527-8150 (E) Fakultas Syari'ah IAIN Surakarta, ISSN: 2527-8169, h. 2527-8150.

Dewan Syariah Nasional (DSN) MUI juga menerbitkan Fatwa Nomor 108/DSN-MUI/X/2016¹⁴⁸ tentang pedoman penyelenggaraan pariwisata berdasarkan prinsip syariah yang menjadi landasan standardisasi aspek-aspek wisata halal. Menurut fatwa ini, pariwisata syariah adalah pariwisata yang sesuai dengan syariah. Di Fatwa tersebut, aspek pariwisata yang ada di dalamnya adalah hotel, spa, sauna, dan massage, objek wisata, dan biro perjalanan. Dalam Fatwa DSN Nomor 108 Tahun 2016 tentang pedoman penyelenggaraan pariwisata berdasarkan prinsip syariah ini, terdapat sejumlah ketentuan terkait standardisasi dan SDM antara lain pada ketentuan hotel syariah dimana pengelola dan karyawan hotel wajib mengenakan pakaian sesuai syariah dan hotel syariah wajib memiliki pedoman pelayanan untuk menjamin pelayanan sesuai syariah.¹⁴⁹

Ada dua hal yang melatarbelakangi lahirnya fatwa DSN-MUI ini yaitu; Pertama, semakin berkembangnya sektor pariwisata halal di dunia termasuk di Indonesia, sehingga memerlukan pedoman penyelenggaraan pariwisata berdasarkan prinsip syariah; Dan kedua, belum adanya ketentuan hukum mengenai pedoman penyelenggaraan pariwisata berdasarkan prinsip syariah belum diatur dalam fatwa DSN-MUI. Alasan pertama yang disampaikan DSN-MUI pada fatwa ini tidaklah tanpa alasan, karena saat ini terdapat tujuh sektor ekonomi Islam yang tengah meningkat secara signifikan, diantara tujuh sektor tersebut yang banyak mengalami pertumbuhan dan menjadi perhatian banyak kalangan adalah pariwisata halal.¹⁵⁰ Dalam hal ini pariwisata halal terus mengalami perkembangan yang signifikan dibandingkan dengan pariwisata konvensional yang ada.¹⁵¹

Pada ketentuan spa, sauna, dan *massage*, Sumber daya manusia (SDM) terapis laki-laki hanya melayani konsumen laki-laki dan terapis perempuan hanya

¹⁴⁸<https://dsnmu.or.id/fatwa/pedoman-penyelenggaraan-pariwisata-berdasarkan-prinsip-syariah>.

¹⁴⁹ Pernyataan Sekretaris Bidang Bisnis dan Wisata DSN MUI Moch. Bukhori Muslim dalam *Republika Online* Selasa 23 Mei 2017.

¹⁵⁰ Ketujuh sektor yang mengalami pertumbuhan yang signifikan adalah sektor kuliner atau makanan, keuangan Islam, industri asuransi, fashion, kosmetik, farmasi, hiburan, dan pariwisata (*Triple Helixomshon Routers and Dinar Standard*, 2014).

¹⁵¹ Fahadil Amin Al-Hasan, *Penyelenggaraan*, h. 34

untuk konsumen perempuan. Begitu pula pada ketentuan biro perjalanan wisata syariah memiliki panduan wisata yang mencegah dari syirik, khurafat, maksiat, zina, pornografi, pornoaksi, miras, narkoba, dan judi. Pada ketentuan pemandu wisata syariah, SDM pemandu wisata syariah wajib paham dan melaksanakan nilai syariah dalam tugasnya, berakhlak mulia, komunikatif, ramah, jujur, dan bertanggung jawab. Dalam ketentuan ini juga SDM pemandu wisata syariah wajib memiliki kompetensi kerja sesuai standar profesi yang dibuktikan dengan sertifikat. Juga berpenampilan sopan dan menarik sesuai prinsip syariah.

k. Konsep Pariwisata dalam Islam

Dalam kesejarahannya, pariwisata dalam tradisi Islam dimulai dari kemunculan Islam itu sendiri sebagai agama yang universal, yakni ketika dikenalkan konsep ‘*ziyarah*’ yang artinya secara harfiahnya adalah berkunjung. Akibatnya budaya ziyarah itulah lahir berbagai bentuk pranata-pranata sosial Islam yang dibimbing oleh etika dan hukumnya. Selanjutnya lahirlah konsep *dhiyah*, yakni tatakrma kunjung-berkunjung yang di dalamnya mengatur etika dan tatakrma secara hubungan sosial antara tamu (*dhaiif*) dengan tuan rumah (*mudhif*). Konsep ziyarah tersebut mengalami perkembangan dan melahirkan berbagai bentuknya.¹⁵²

Adapun istilah “*Islamic tourism atau halal tourism*” pertama kali dikenalkan kepada publik pada tahun 2000 di pertemuan OIC. Ia dikenalkan sebagai salah satu alternatif untuk memenuhi permintaan agar terdapat suatu wisata yang didasarkan pada gaya hidup (*life style*) yang sesuai dengan kebutuhan seorang muslim ketika berwisata.¹⁵³ Untuk menggambarkan jenis wisata ini,

¹⁵² Juhaya S. Praja, Konsep Parawisata Syariah. Makalah disampaikan pada Seminar Nasional Parawisata Syariah, Fakultas Syariah dan Hukum UIN Bandung (Bandung: UIN Sunan Gunung Jati, 2014). h. 23.

¹⁵³ Munirah, L., & Ismail, H. N. Muslim, Tourists Typologi in Malaysia: Perspectives and Challenges. Proceedings of *Triple Helix* Tourism and Hospitality International Conference. Malaysia: Department of Urban and Regional Planning, Faculty of Built Environment. 2012.

banyak istilah yang digunakan. Diantaranya ialah sharia tourism, Islamic tourism, halal friendly tourism destination, halal travel, muslim-friendly travel destinations, halal lifestyle, dan beberapa istilah lainnya yang disesuaikan dengan kebijakan negara yang mengembangkannya.

Dalam tradisi Islam dikenal beberapa istilah yang berhubungan dengan pariwisata. Diantaranya ialah *Siyar*, *safar*, *al-siyahah*, *al-ziyarah*, atau *al-rihlah*. Bahasa Arab kontemporer lebih memilih istilah *al-siyâhah* untuk konsep wisata (*tourism*). Secara bahasa *al siyâhah* berarti pergi kemana saja dengan motif apa saja (*mutlak* tidak *muqayyad*). Al-Qur'an menyebut kata *al-siyâhah* dalam beberapa tempat (Q.S. al-Taubah: 2).¹⁵⁴ Terdapat beberapa pandangan dalam Islam mengenai perjalanan dan wisata, diantaranya ialah:¹⁵⁵

1. QS. At-Taubah [9]: 112.

الَّذِينَ الْعَبَدُونَ الْحَمْدُونَ السَّحُونَ الرَّكْعُونَ السَّجِدُونَ الْأَمْرُونَ
بِالْمَعْرُوفِ وَالنَّاهُونَ عَنِ الْمُنْكَرِ وَالْحَفِظُونَ لِحُدُودِ اللَّهِ وَبَشِّرِ الْمُؤْمِنِينَ .

"Mereka itu adalah orang-orang yang bertaubat, yang beribadat, yang memuji, yang melawat, yang ruku', yang sujud, yang menyuruh berbuat ma'ruf dan mencegah berbuat Munkar dan yang memelihara hukum-hukum Allah. dan gembirakanlah orang-orang mukmin itu." (QS. At-Taubah [9]: 112).

Kata *al-saihun* terambil dari kata *siyahah* yang secara populer diartikan wisata. Kata ini mengandung arti penyebaran. Karena itu, dari kata tersebut dibentuk kata *sahat* yang berarti lapangan yang luas.¹⁵⁶ Sementara ulama ingin membatasi pengertian kata tersebut bahkan mengartikannya dalam ayat di atas

¹⁵⁴ Hasyim bin Muhammad bin Husain Naqur, *al-Ahkam al Siyahah wa Atsaraha: Dirasah Syar'iyah Muqaranah* (Riyadh: Dar Ibn al-Jawzi, 1424), hlm. 15

¹⁵⁵ AanJaelani, *Halal tourism industry in Indonesia: Potential and Prospects*, MPRA Munich RePEc Archive, Paper No. 76235, 2017. <https://mpra.ub.uni-muenchen.de/76235/>.

¹⁵⁶ Al-Raghib Al-Asfahany. *Mu'jam AlMufradat Fi Gharib Al-Qur'an*. (Bairut: Daar Al-Fikr. t.t.) h. 253

dengan pengertian metaphor seperti puasa.¹⁵⁷ Tetapi apa yang mereka lakukan itu, dinilai tidak mempunyai dasar yang kuat. Muhammad Jamaluddin Al-Qasimiy (1866–1914) menguraikan dalam Tafsirnya bahwa *siyahah* adalah perjalanan wisata, karena menurutnya, cukup banyak bukti dan indikator ayat Al-Qur'an sebagai berikut: “Saya telah menemukan sekian banyak pakar yang berpendapat bahwa kitab suci memerintahkan agar mengorbankan sebagian dari (masa) hidupnya untuk melakukan wisata dan perjalanan agar ia dapat menemukan peninggalan-peninggalan lama, mengetahui kabar berita umat terdahulu, agar semua itu dapat menjadi pelajaran dan ibarat yang dengannya dapat diketuk dengan keras otak-otak yang beku”.¹⁵⁸ Perlu digarisbawahi bahwa pendapat di atas menekankan perlunya wisata walaupun dalam bentuk pengorbanan. Ini berarti bahwa perjalanan yang tidak mengandung pengorbanan lebih dianjurkan lagi, dan bahwa tujuan wisata antara lain adalah untuk memperluas wawasan, atau apa yang diistilahkan Al-Qasimiy,” diketuk dengan keras otak-otak yang beku”.

Memang sah saja, jika kata *saih* di atas diterjemahkan dengan arti “wisatawan”, karena kata itu juga berarti air yang terus menerus mengalir di tempat yang luas dan tidak pernah membeku. Muhammad Rasyid Ridha (1865–1935)¹⁵⁹ menulis: “Kelompok sufi mengkhususkan arti *al-saihun* yang dipuji itu adalah mereka yang melakukan perjalanan di muka bumi dalam rangka mendidik kehendak dan memperluas jiwa mereka”.

Mufassir terkenal, Imam Fakhrudin Ar-Razyi (1149 – 1209)¹⁶⁰, menulis: “Perjalanan wisata mempunyai dampak yang sangat besar dalam rangka menyempurnakan jiwa manusia. Karena dengan perjalanan itu, ia mungkin menemui atau mengalami kesulitan dan kesukaran, ketika itu ia mendidik jiwanya untuk bersabar. Mungkin juga ia menemukan orang yang terkemuka,

¹⁵⁷ Al-QurTriple Helixuby, *Tafsir Ahkam Al-Qur'an. Daar Al-Katib Al-Aroby*, (Kairo: Juz VIII), h. 26.

¹⁵⁸ Muhammad Jamaluddin Al-Qasimiy, *Mahasin At-Ta'wil* (Kairo: Al-Halabiy. Juz. VIII), h. 3276.

¹⁵⁹ Muhammad Rasyid Ridha. *Tafsir Almanar* (Kairo: Maktabah Al-Manar. Juz XI), h. 53.

¹⁶⁰ Muhammad Husain At-Tripel HelixabTriple Helixaba'iy, *Tafsir Al-Mizan* (Teheran: Daar Al-Kutub Al-Islamiyah. Juz XII), h. 5865.

sehingga ia dapat memperoleh dari mereka hal-hal yang tidak dimilikinya. Selain itu, ia juga dapat menyaksikan aneka ragam perbedaan ciptaan Allah S.W.T. Walhasil, perjalanan wisata mempunyai dampak yang kuat dalam kehidupan beragama seseorang.” At-Tabatbaa’iy, seorang ulama kontemporer, juga memahami kata *saihun* pada surat Al-Taubah Ayat 112 itu dengan arti perjalanan wisata.

Dengan demikian, bukanlah suatu pendapat baru jika menyatakan bahwa Al-Qur’an menganjurkan perjalanan wisata. Jangan diduga bahwa perjalanan yang dianjurkan tersebut hanya terbatas pada kaum pria. Al-Qur’an menjadikan pula salah satu ciri wanita yang baik, bahkan yang wajar menjadi pendamping Nabi S.A.W. adalah mereka yang melakukan perjalanan wisata. Kalau dalam surat Al-Taubah ayat 112 Al-Qur’an menyebutkan wisatawan pria (*al-saihun*), maka secara khusus dalam ayat 5 surah Al-Tahrim dipergunakan istilah *saihat*, yakni wisatawan wanita.

2. Q.S. Al-Mulk ayat 15 yang berbunyi:

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ ذُلُولًا فَامْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِن رِّزْقِهَا وَإِلَيْهِ
النُّشُورُ .

“Dialah Yang menjadikan bumi itu mudah bagi kamu, maka berjalanlah di segala penjurunya dan makanlah sebahagian dari rezeki-Nya. Dan hanya kepada-Nya-lah kamu (kembali setelah) dibangkitkan”.

Al-Imam Abul Fida Isma’il Ibnu Katsir ad-Dimasyqi ¹⁶¹ dalam Kitab Tafsir Ibn Katsir menafsirkan ayat ini, bahwa Allah *subhanahu wa ta’ala* berfirman: Dialah Yang menjadikan bumi itu mudah bagi kamu, maka berjalanlah di segala penjurunya. Maksudnya, berjalanlah kalian ke mana pun yang kamu kehendaki di berbagai kawasannya, serta lakukanlah perjalanan mengelilingi semua daerah dan

¹⁶¹Al-Imam Abul Fida Isma’il Ibnu Katsir ad-Dimasyqi, *Terjemah Tafsir Ibnu Katsir* (Bandung: Sinar Baru al-Gensindo, Juz. 1, 2002), h. 78.

kawasannya untuk keperluan mata pencaharian dan perniagaan manfaat sesuatu pun bagi kalian kecuali bila Allah memudahkannya bagi kalian. Allah *subhanahu wa ta'ala* berfirman: dan makanlah sebagian dari rezeki-Nya.

Maka berupaya dengan menempuh sarananya tidaklah bertentangan dengan citra tawakal kepada Allah. Imam Ahmad mengatakan, telah menceritakan kepada kami Abu Abdur Rahman, telah menceritakan kepada kami Haiwah, telah menceritakan kepadaku Bakar ibnu Amr; ia pernah mendengar Abdullah ibnu Hubairah mengatakan bahwa ia pernah mendengar Abus Sahn Al-Habsyani mengatakan bahwa ia pernah mendengar Umar ibnul Khattab mengatakan bahwa ia pernah mendengar Rasulullah bersabda: Seandainya kalian bertawakal kepada Allah dengan sebenar-benar tawakal, niscaya Dia akan memberimu rezeki sebagaimana Dia memberi rezeki kepada burung; burung pergi di pagi hari dalam keadaan perut kosong dan pulang di petang hari dalam keadaan perut kenyang.

Imam Turmuzi, Imam Nasai, dan Imam Ibnu Majah telah meriwayatkannya melalui hadis Ibnu Hubairah; Imam Turmuzi mengatakan bahwa hadis ini hasan sahih. Maka di dalam hadis ini dikukuhkan adanya keberangkatan di petang dan pagi hari untuk mencari rezeki disertai dengan rasa tawakalnya kepada Allah *subhanahu wa ta'ala* karena Dialah Yang Menundukkan, Yang Memperjalankan, dan Yang Menjadikan penyebab adanya rezeki itu. Dan hanya kepada-Nyalah kamu (kembali setelah) dibangkitkan. yakni dikembalikan kelak di hari kiamat.

Ibnu Abbas, Mujahid, As-Saddi, dan Qatadah mengatakan bahwa *manakibuha* artinya daerah-daerah yang jauh, daerah-daerah pedalaman, dan seluruh kawasannya. Ibnu Abbas dan Qatadah mengatakan pula bahwa *manakibuha* artinya gunung-gunungnya. Ibnu Abu Hatim mengatakan, telah menceritakan kepada kami ayahku, telah menceritakan kepada kami Amr ibnu Hakkam Al-Azdi, telah menceritakan kepada kami Syu'bah, dari Qatadah, dari Yunus ibnu Jubair, dari Basyir ibnu Ka'b, bahwa ia membaca ayat ini, yaitu firman-Nya: maka berjalanlah di segala penjurunya. Lalu ia berkata kepada budak perempuan yang telah melahirkan anak darinya, "Jika engkau mengetahui makna *manakibuha*, berarti engkau merdeka." Lalu budak perempuannya itu menjawab, "Manakibuha artinya pegunungannya." Lalu Basyir ibnu Ka'b bertanya kepada Abu Darda

mengenai maknanya, maka Abu Darda menjawab, “*Manakibuha*” artinya daerah pegunungannya.”¹⁶²

Ayat ini menjelaskan bahwa Allah *subhanahu wa ta'ala* mengabarkan bahwa Dia menjadikan bumi tunduk dan patuh untuk dilewati, digali, ditanami, dan didirikan bangunan di atasnya. Allah tidak menjadikan bumi itu sulit dan tidak mungkin, bagi siapa yang hendak melakukan semua itu terhadapnya. Mereka berkata, itu merupakan isyarat bahwa berjalan di dataran rendahnya lebih mudah. Ada yang berkata, makna *manakib* adalah sisi-sisi dan penjuru-penjuru, darinya dikatakan *manakib* manusia, yaitu sisi-sisinya. Yang lebih nampak adalah yang dimaksud dengan *manakib* adalah bagian-bagian yang tinggi. Sisi inilah yang makhluk hidup berjalan di atasnya, yaitu bagian dari bumi yang tinggi bukan bagian yang berlawanan dengannya, karena permukaan bola adalah bagian atasnya dan berjalan hanya dilakukan di permukaannya, dan mengungkapkannya dengan *manakib* yang bagus, karena apa yang sudah hadir sebelumnya, yaitu bahwa bumi itu tunduk.

3. Q.S: Nuh (71) ayat 19-20 yang berbunyi:

وَاللَّهُ جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ بِسَاطًا لِتَسْلُكُوا مِنْهَا سُبُلًا فِجَاجًا

“Dan Allah menjadikan bumi untukmu sebagai hamparan, upaya kamu menjalani jalan-jalan yang luas di bumi itu”

Ibn Katsir dalam Tafsirnya¹⁶³ menjelaskan bahwa Allah telah menggelarkannya dan menjadikannya layak untuk dihuni, dan menetapkan serta mengokohkannya dengan gunung-gunung yang-besar lagi tinggi menjulang ke langit. Yakni Allah telah menciptakan bumi untuk tempat menetap kalian, dan kalian dapat melakukan perjalanan padanya ke mana pun yang kalian kehendaki dari kawasan dan daerah-daerahnya. Semuanya itu termasuk di antara apa yang diingatkan oleh Nuh terhadap

¹⁶² Al-Imam Abul Fida Isma'il Ibnu Katsir ad-Dimasyqi, *Terjemah Tafsir Ibnu Katsir*, h. 78

¹⁶³ Al-Imam Abul Fida Isma'il Ibnu Katsir ad-Dimasyqi, *Terjemah Tafsir*, h. 80.

kaumnya, untuk menunjukkan kepada mereka kekuasaan Allah dan kebesaran-Nya melalui penciptaan-Nya terhadap langit, bumi, dan semua nikmat yang dirasakan oleh mereka berupa berbagai manfaat, baik yang berasal dari langit maupun yang berasal dari bumi. Dialah Allah Yang Menciptakan, Yang Memberi rezeki. Dia telah menjadikan langit sebagai atap dan bumi sebagai hamparan dan melimpahkan kepada makhluk-Nya rezeki-rezeki-Nya. Maka Dialah Tuhan Yang wajib disembah dan diesakan dan tidak boleh dipersekutukan dengan siapa pun. Karena sesungguhnya Allah itu tiada tandingan, tiada lawan, dan tiada yang sepadan dengan-Nya, tidak beranak, tidak mempunyai pembantu, tidak mempunyai penasihat, bahkan Dia Mahatinggi lagi Mahabesar.

Dari sisi industri, wisata halal merupakan suatu produk pelengkap atas pariwisata konvensional. Sehingga, pengembangan pariwisata halal merupakan cara baru untuk mengembangkan pariwisata yang menjunjung tinggi budaya dan nilai-nilai Islami tanpa menghilangkan keunikan dan orisinalitas daerah-daerah yang menjadi destinasi wisata. Istilah wisata halal sering pula disamakan dengan wisata religi. Padahal, wisata halal lebih luas dari wisata religi, yaitu mencakup segala wisata yang didasarkan pada nilai-nilai syariah Islam yang tidak hanya untuk wisatawan muslim, tetapi untuk wisatawan non muslim.¹⁶⁴

Mengenai wisata halal, menurut Abdul Kadir Din¹⁶⁵ terdapat 10 komponen ideal yang harus terdapat pada wisata halal yaitu: (1) *Awareness* atau pengenalan terhadap destinasi wisata yang baik dengan berbagai media promosi; (2) *Attractive* atau menarik untuk dikunjungi; (3) *Accessible* atau dapat diakses dengan rute yang nyaman; (4) *Available* atau tersedia destinasi wisata yang aman; (5) *Affordable* atau dapat dijangkau oleh semua segmen; (6) *A range of accommodation* atau akomodasi yang disesuaikan dengan karakter wisatawan; (7) *Acceptance* atau sikap yang ramah dari masyarakat kepada wisatawan; (8) *Agency* atau agen yang memastikan paket tour berjalan dengan baik; (9) *Attentiveness* atau sikap ramah

¹⁶⁴ Kelompok Kerja Kemenpar, *Laporan Penelitian Pengembangan Wisata Syariah* (Jakarta: Kemenpar RI, 2015), hlm. 12.

¹⁶⁵ Abdul Kadir Din, *Triple Helix Ideal Islamic Tourism Packaging: Identifying Its Essential Ingredient*, slide presentation, Sintok: College of Law Government International Studies.

yang diwujudkan dalam bentuk yang atraktif; dan (10) *Acoountability* atau akuntabilitas untuk memastikan keselamatan, keamanan, dan tidak ada korupsi.

Dengan demikian, maka pariwisata halal merupakan jenis kegiatan untuk menciptakan *extended service of conditions* (kondisi layanan yang prima). Ia tidak menghilangkan semua unsur yang terdapat pada wisata konvensional. Unsur-unsur dalam wisata konvensional akan tetap dipertahankan jika tidak bertentangan dengan nilai dan prinsip syariah.

6. Model Penta Helix

Secara bahasa “Penta” artinya lima. Penta berasal dari bahasa Yunani.¹⁶⁶ Model Penta *Helix* adalah pengembangan dari model Triple *Helix* yang yang dimulai oleh Etzkowitz dan Leydesdorff pada tahun 1995.¹⁶⁷ Dalam artikel yang mereka tulis dalam jurnal menjelaskan bahwa Model Triple *Helix* merupakan sinergi antara akademisi, pemerintah dan pelaku usaha atau pebisnis. Triple Helix adalah konsep yang mengaitkan universitas dengan pemerintah dan dunia usaha dalam pengembangan dan penerapan inovasi, baik pada tingkat nasional atau regional. Konsep ini telah banyak diterapkan di berbagai negara dan diinisiasi oleh elemenelemen dari triple helix, yaitu universitas, pemerintah, atau kalangan dunia usaha. Penerapan dari konsep ini telah mendorong tumbuhnya industri kreatif, tumbuhnya *co working space*, berkembangnya konsep *innovation governance*, juga berkembangnya gagasan bahwa pemerintah adalah *gardener* bagi tumbuhnya inovasi, dan berkembangnya hubungan kolaboratif (co-creation) dalam pengembangan inovasi di masyarakat.

Model kerja sama sinergis antara tiga pihak yang dapat berperan penting dalam *inventing* (menemukan), *adopting* (mengadopsi), dan *diffusing* (menyebarkan) gagasan, model atau cara-cara baru. Setiap pihak itu memiliki keunggulan yang jika disinergikan, akan menjadi kekuatan yang dahsyat. Negara memiliki otoritas dalam pembuatan kebijakan dan memiliki sumber daya untuk

¹⁶⁶ <https://www.collinsdictionary.com/dictionary/english/penta>

¹⁶⁷ Etzkowitz, H., & Leydesdorff, L, *Triple Helix Triple Helix - University Industry Government Relations: A Laboratory for KnowledgeBased Economi (Development. EASST Review 14, 1995), h. 14-19.*

menggerakkan inovasi di masyarakat. Universitas yang merupakan produsen ilmu, pengetahuan, dan teknologi, dapat menjadi inisiator dan partner dunia usaha dalam pengembangan inovasi di dunia usaha. Sementara itu, sektor bisnis atau industri adalah pengguna hasil-hasil temuan untuk diterapkan dalam praktik bisnis dan industri.

Model triple helix ini terus-menerus mengalami pembaruan atau inovasi. Misalnya, peran dari setiap satuan dari triple helix tidaklah eksklusif. Universitas tidak hanya berperan sebagai penemu (inventor), tetapi dapat juga sebagai pengguna (user), misalnya dalam hal inovasi pendidikan. Demikian halnya, perusahaan bukan hanya menjadi pengguna, tetapi juga penemu. Misalnya, perusahaan dapat memiliki unit R&D (research and development) yang tugasnya adalah untuk menemukan produk-produk baru yang dapat unggul di pasar. Sementara itu, pemerintah bukan hanya sebagai fasilitator bagi universitas dan industri dalam proses inovasi, tetapi juga sebagai penemu dan pengguna sekaligus. Selain itu, hubungan sinergis terdiri atas tiga satuan, yaitu universitas, industri, dan pemerintah.

Ada pihak lain yang dapat mengambil peran strategis sebagai penghubung untuk mengintensifkan arus informasi antara ketiga satuan tersebut di atas. Pihak penghubung tersebut adalah media. Dengan berjalannya fungsi media, proses inovasi, adopsi, dan difusi inovasi dapat berlangsung lebih efektif. Dengan diperhitungkannya peran media dalam hubungan sinergis tersebut, maka muncul istilah baru untuk menggantikan istilah lama triple helix, yaitu *quadruple helix*.

Model triple helix merupakan model yang populer di dunia inovasi, tetapi bukan berarti tidak ada kelemahan. Misalnya, muncul kritik bahwa model tersebut bias barat. Model seperti ini belum tentu dapat diaplikasikan di negara-negara berkembang karena belum adanya kesiapan dari universitas, sektor bisnis, atau pemerintah untuk mengembangkan hubungan sinergis seperti itu. Di negara-negara berkembang perlu dilakukan upaya penguatan kelembagaan terlebih dulu sehingga setiap pihak dari triple atau quadruple helix dapat berperan aktif bagi terbangunnya kolaborasi yang produktif antarpihak.

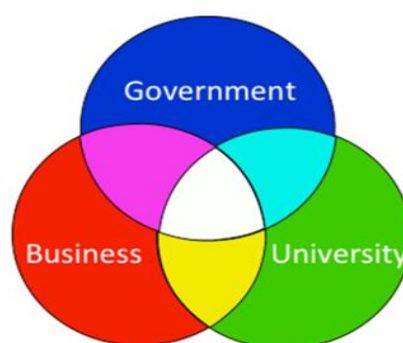
1) *Triple Helix Model*

Kalangan akademisi dengan sumber daya, ilmu pengetahuan, dan teknologinya memfokuskan diri untuk berbagai temuan dan inovasi yang aplikatif. Kalangan bisnis melakukan kapitalisasi yang memberikan keuntungan ekonomi dan kemanfaatan bagi masyarakat. Sedang pemerintah menjamin dan menjaga stabilitas hubungan keduanya dengan regulasi kondusif.¹⁶⁸

Konsep ini selain digunakan untuk menjelaskan hubungan ketiga elemen (*university, business and government*), model ini juga dapat memberikan gambaran mengenai koordinat dari simbiosis (irisan) dari masing-masing elemen. Dalam *Triple Helix*, masing –masing elemen merupakan entitas yang berdiri sendiri, memiliki perannya masing-masing tetapi mereka bersinergi dan mendukung satu dengan yang lainnya.

Triple Helix Model merupakan inovasi dan pengembangan ekonomi dalam memberikan pengetahuan kepada masyarakat, dimana peran univeritas diberikan lebih menonjol dari yang lainnya dengan cara *hibridasi* antara univeritas, industri dan pemerintah untuk menghasilkan kelembagaan baru untuk menciptakan produksi, transfer dan aplikasi pengetahuan.

Gambar 2.3
Kolaborasi *Triple Helix*



Sumber: (Etzkowitz & Ledesdorff, 1995)

¹⁶⁸ Ibid.

Selanjutnya konsep kerjasama sistematis dan masif awalnya hanya melibatkan tiga pilar, dikembangkan lagi menjadi empat pilar atau biasa disebut dengan *Quadruple Helix* yang terdiri dari Pemerintah, Perguruan Tinggi, Perusahaan, Masyarakat (komunitas industri). Dalam konsep ini, keempat pilar berkolaborasi secara terpadu dan jangka panjang membangun dasar-dasar agar suatu industri mampu berdaya saing tinggi.

2) *Quadruple Helix*

Peran keempat pilar *Quadruple Helix* dijelaskan sebagai berikut: i) peneliti di perguruan tinggi memimpin peran dalam pengembangan dan inovasi, bersama perusahaan, masyarakat industri dan pemerintah dalam knowledge-based society; ii) gerak sinergis keempat pilar menghasilkan kebijakan dan program inovasi yang berkelanjutan; dan iii) selain menjalankan peran khasnya, setiap pilar juga menjalankan peran pilar lainnya dalam derajat yang lebih rendah. Kemudian, seiring dengan semakin berkembangnya teknologi dan sistem informasi, konsep *Quadruple Helix* disempurnakan dengan melibatkan peran media dalam kolaborasi.

Carayannis dan Campbell¹⁶⁹ menyatakan pentingnya kebijakan dan praktik pemerintah, universitas dan industri serta masyarakat sipil saling berinteraksi secara cerdas, efektif dan efisien. Secara paralel, konsep *Quadruple Helix* dikembangkan dengan mempertahankan interaksi dari lingkungan *Triple Helix* (*University, Business, Government*) dan dengan meresmikan peran masyarakat sipil. Akademisi dan perusahaan menyediakan kondisi yang diperlukan untuk ekosistem inovasi terpadu. Pemerintah menyediakan kerangka peraturan dan dukungan finansial untuk definisi dan implementasi strategi dan kebijakan inovasi. Masyarakat sipil tidak hanya menggunakan dan menerapkan pengetahuan, dan menuntut inovasi dalam bentuk barang dan jasa, namun juga menjadi bagian aktif dari sistem inovasi.

Teknologi informasi dan komunikasi (TIK) bekerja sebagai faktor pendukung partisipasi bottom-up masyarakat sipil. Pendekatan *Quadruple Helix*

¹⁶⁹ E. G. Carayannis and Campbell D. F. J., Mode 3 and 'Quadruple Helix': toward a 21st century fractal innovation ecosystem, (*International Journal of Technology Management*, 46 (3), 2009), h. 201-234.

(QH) jauh dari dianggap sebagai konsep yang mapan dalam penelitian dan kebijakan inovasi. Umum untuk semua versi yang diusulkan adalah dimasukkannya bola keempat / heliks ke model *Tripe Helix*. Selain itu, dalam kerangka kerja yang diturunkan, sumber inovasi tidak lagi terbatas pada interaksi antara universitas, industri dan pemerintah. Sebaliknya, mereka menjadi lebih dekat dengan pendekatan 'ruang' serta lebih heterogen dan didistribusikan secara sosial. Di luar versi tertentu, "Quadruple *Helix* mengkontekstualisasikan Triple *Helix* dengan menambahkan sebagai masyarakat sipil *Helix* " dan publik berbasis media dan budaya. " Ini adalah pemahaman bahwa perspektif tambahan harus Ditambahkan untuk memahami inovasi dalam abad ke-21 yang sedang berlangsung.

3) *Penta Helix*

Bergerak melampaui konsep ekonomi pengetahuan *Triple Helix* dan konsep masyarakat pengetahuan Quadruple *Helix*, pendekatan inovasi *Penta Helix* yang diajukan oleh Carayannis et al.¹⁷⁰, selain universitas, industri, pemerintah dan masyarakat sipil, juga mencakup tentang lingkungan alam sebagai:

"menentukan untuk pembangunan berkelanjutan" dan menyediakan "orang dengan 'modal alam' (misalnya: sumber daya, tanaman, variasi hewan, dan lain-lain) ".

Menurut Carayannis dan Campbell.¹⁷¹ *Penta Helix* selanjutnya menguraikan apa arti pembangunan berkelanjutan dan berarti 'eco-innovation' dan 'eco-entrepreneurship' dalam situasi saat ini dan untuk masa depan kita".

Penta Helix menekankan transisi sosioekologis yang diperlukan masyarakat dan ekonomi di abad kedua puluh satu; Oleh karena itu, *Penta Helix* sensitif secara ekologis. Dalam kerangka model inovasi *Penta Helix*, lingkungan alami masyarakat dan ekonomi juga harus dilihat sebagai pendorong untuk produksi pengetahuan dan inovasi, sehingga menentukan peluang bagi ekonomi pengetahuan. Komisi Eropa

¹⁷⁰ E.G Carayannis and D.F.J. Campbell, *Mode 3 Knowledge Production 1 in Quadruple Helix Innovation Systems*, 2012), h. 34-35.

¹⁷¹ E.G. Carayannis and D.F.J.Campbell, *Triple Helix, Quadruple Helix and Quintuple Helix and how do knowledge, innovation and the environment relate to each other? A proposed framework for a transdisciplinary analysis of sustainable development and social ecology*, (International Journal of Social Ecology and Sustainable Development, 2010, 1(1)), h.41–69.

pada tahun 2009 mengidentifikasi transisi sosioekologis sebagai tantangan besar bagi peta pembangunan masa depan.

Penta Helix mendukung pembentukan situasi win-win antara ekologi, pengetahuan dan inovasi, menciptakan sinergi antara ekonomi, masyarakat, dan demokrasi Carayannis et al.¹⁷². *Penta Helix* adalah model inovasi yang dapat mengatasi tantangan pemanasan global yang ada melalui penerapan pengetahuan dan pengetahuan karena berfokus pada pertukaran sosial dan pertukaran pengetahuan di dalam subsistem negara atau negara tertentu. Model inovasi 'nonlinier' dari *Penta Helix*, yang menggabungkan pengetahuan, pengetahuan, dan sistem lingkungan alami bersama-sama ke dalam kerangka *interdisipliner* dan *transdisipliner*, dapat memberikan model langkah demi langkah untuk memahami Manajemen berbasis kualitas pembangunan yang efektif, memulihkan keseimbangan dengan alam, dan membiarkan generasi masa depan memiliki kehidupan pluralitas dan keragaman di bumi. Singkatnya, *Penta Helix* mewakili model yang sesuai dalam teori dan praktik yang ditawarkan kepada masyarakat untuk memahami kaitan antara pengetahuan dan inovasi, untuk mempromosikan pembangunan yang langgeng.

4) Perkembangannya

Mode 1 menurut Gibbons et al.¹⁷³, Mode 1 'berfokus pada peran tradisional riset universitas dalam model "inovasi model linier" lansia, dan kesuksesan dalam mode 1 "didefinisikan sebagai kualitas atau keunggulan yang disetujui oleh rekan-rekan yang terjalin secara hierarkis"¹⁷⁴. Mode 2 dapat dicirikan oleh lima prinsip berikut: (1) pengetahuan yang dihasilkan dalam konteks penerapan; (2) *transdisciplinarity*; (3) heterogenitas dan keragaman organisasi; (4) pertanggungjawaban sosial dan reflektivitas; (5) dan kontrol kualitas¹⁷⁵. Hamparan *Triple Helix* memberikan model pada tingkat struktur sosial untuk penjelasan mode 2 sebagai struktur yang muncul

¹⁷² E.G Carayannis and D.F.J. Campbell, *Mode 3 Knowledge*, h. 238.

¹⁷³ Gibbons M., dkk, *The new production of knowledge - The Dynamics of Science and Research in Contemporary Societies*, (London: SAGE Publications, 1994).

¹⁷⁴ E.G. Carayannis and D.F.J.Campbell, *Triple Helix*, h. 49.

¹⁷⁵ Gibbons M., dkk, *The new production*, h. 43.

secara historis untuk produksi pengetahuan ilmiah, dan hubungannya dengan Mode 1, dan ini adalah model "jaringan trilateral dan organisasi *hibrida* "hubungan universitas-industri-pemerintah".¹⁷⁶

Konsep mode 3 lebih cenderung menekankan koeksistensi dan koevolusi berbagai mode pengetahuan dan inovasi. Mode 3 bahkan menonjolkan pluralisme dan keragaman mode pengetahuan dan inovasi seperti yang diperlukan untuk memajukan masyarakat dan ekonomi. Pluralisme ini mendukung proses saling belajar silang dari mode pengetahuan yang berbeda. Antara mode 1 dan mode 2 bermacam-macam pengaturan kreatif dan konfigurasi yang memungkinkan, menghubungkan bersama penelitian dasar dan pemecahan masalah. Mode 3 mendorong pemikiran interdisipliner dan penerapan transdisipliner pengetahuan interdisipliner serta memungkinkan dan menekankan koeksistensi dan koevolusi paradigma pengetahuan dan inovasi yang berbeda.

Model *Quadruple Helix* didasarkan pada model *Triple Helix* dan menambahkan sebagai *Helix* keempat "publik", lebih spesifik didefinisikan sebagai "publik berbasis media dan berbasis budaya" dan masyarakat sipil. Ini "heliks keempat berhubungan dengan "media", "industri kreatif", "budaya", "nilai", "gaya hidup", "seni", dan mungkin juga gagasan tentang "kelas kreatif"¹⁷⁷. Model *Quintuple Helix* didasarkan pada model *Triple Helix* dan model *Quadruple Helix* dan menambahkan sebagai *Helix* kelima 'lingkungan alami'. *Quintuple Helix* adalah 'model lima heliks', 'di mana lingkungan atau lingkungan alami mewakili heliks kelima'.¹⁷⁸ *Penta Helix* dapat diusulkan sebagai kerangka kerja untuk transdisipliner (dan Interdisipliner) tentang pembangunan berkelanjutan dan ekologi sosial'.¹⁷⁹

¹⁷⁶ Etzkowitz H. and Ranga M. (2010), *A Triple Helix System for Knowledge-based Regional Development: From Spheres to Spaces*.

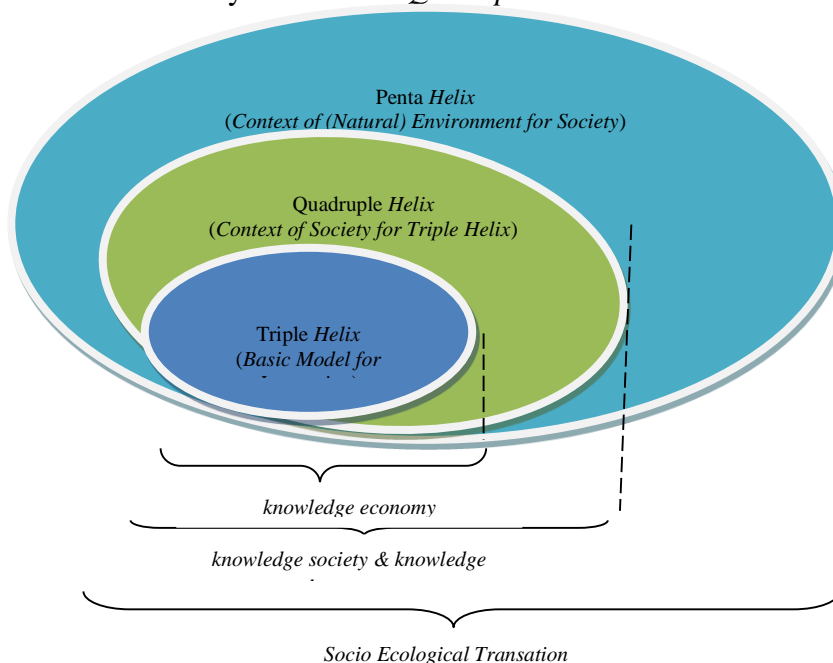
¹⁷⁷ Ibid.

¹⁷⁸ Ibid.

¹⁷⁹ Ibid.

Model *Penta Helix* dapat dijelaskan dengan gambar 1. Yaitu model teoretis dan praktis untuk pertukaran sumber pengetahuan, berdasarkan pada lima subskala sosial (sosial) Dengan 'modal' yang harus dimiliki, untuk menghasilkan dan mempromosikan pembangunan masyarakat yang berkelanjutan.¹⁸⁰

Gambar 2.5.
The subsystems of the *Quintuple Helix* model.



Sumber: Dimodifikasi dari Etzkowitz dan Leydesdorff (2000) bersama Carayannis dan Campbell (2009 ; 2010).

6. Kontek dalam Pariwisata Indonesia

Model Pentahelix pertama kali dicanangkan oleh menteri pariwisata Arief Yahya serta dituangkan ke dalam Peraturan Menteri (Permen) Pariwisata Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2016 Tentang Pedoman Destinasi Pariwisata Berkelanjutan bahwa untuk menciptakan orkestrasi dan memastikan kualitas aktivitas, fasilitas, pelayanan, dan untuk menciptakan pengalaman dan nilai manfaat kepariwisataan agar memberikan keuntungan dan manfaat pada masyarakat dan lingkungan, maka diperlukan pendorong sistem kepariwisataan

¹⁸⁰ Ibid.

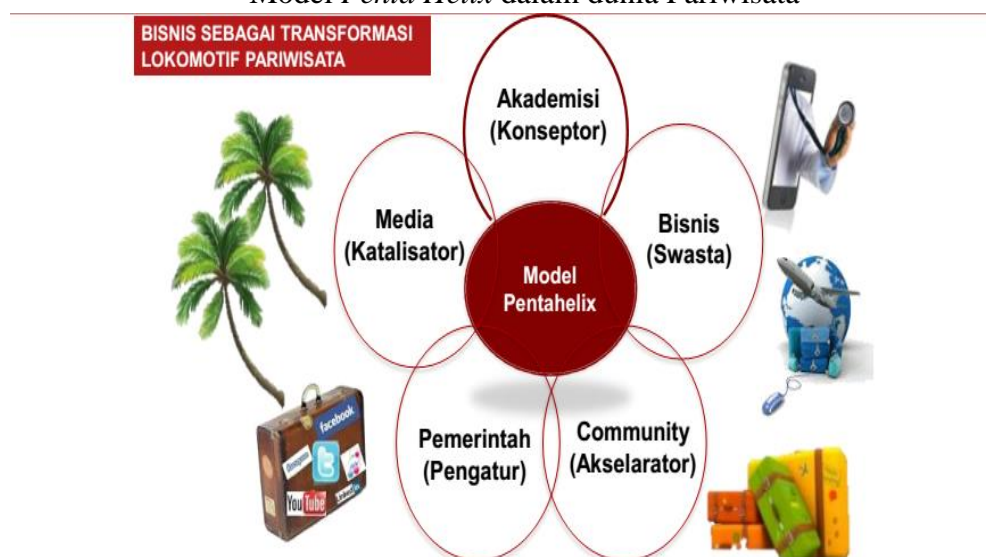
melalui optimasi peran *bussiness, government, community, academic, and media (BGCAM)*.

Dalam hal ini, katalisasi proses pengembangan dapat dijalankan oleh kampus, dimana kampus mempertemukan keempat pilar lainnya, yaitu pemerintah sebagai regulator dan fasilitator pariwisata, perusahaan pelaku usaha pariwisata, asosiasi industri pariwisata (GIPI, PHRI, dan sebagainya), dan media (elektronik, cetak, audio, dan sebagainya). Dalam hal ini, kampus menggunakan informasi dari pelaku usaha, asosiasi industri dan pemerintah sebagai bahan kajian dan mendiseminasikan hasil kajian kepada keempat pilar lainnya. Sementara pemerintah merumuskan kebijakan dengan memperhatikan hasil kajian kampus, dan umpan balik dari ketiga pilar lainnya.

Hal serupa berlaku bagi pelaku usaha dan asosiasi industri, dimana mereka memberi umpan balik kepada pemerintah dan memberi infomasi bagi riset kampus, serta mengimplementasikan kebijakan dan hasil kajian. Selanjutnya, media massa bergerak ke semua pilar dalam menyerap dan mendiseminasikan informasi. Dengan demikian, diharapkan kepentingan para stakeholder dapat terpenuhi secara memadai, dan industri pariwisata dapat bergerak ke arah positif.

Gambar 2.6

Model *Penta Helix* dalam dunia Pariwisata



Sumber: Kementerian Pariwisata RI

Berdasarkan bagan di atas dapat dilihat bahwa jenis hubungan yang terjalin antar stakeholder pada program pengembangan Pariwisata Halal beragam. Sesuai dengan hubungan dan peran yang Akademisi, Komunitas, Bisnis, Pemerintah dan Media *Cooperating Coordinating* pengembangan Pariwisata Halal di Propinsi Sumatera Barat. Akademisi sebagai konseptor memiliki jenis hubungan *coordinating* dengan bisnis dan komunitas. Hal ini dikarenakan adanya saling berbagi sumber daya secara minimal dengan komitmen waktu sedang.

Karena peran stakeholders Penta Helix pariwisata ada disebut di dalam Peraturan Menteri Pariwisata tahun 2014, maka berikut beberapa peran yang didaptasi penulis dari beberapa sumber untuk dilakukan oleh masing-masing stakeholders dalam pengembangan pariwisata halal di Sumatera Barat.

Tabel: 4.12

Peran Pemangku Kepentingan dalam Model Penta Helix, dalam mendukung Konsep Pariwisata Halal di Sumatera Barat.

No	Pemangku Kepentingan	Peran
1	Pemerintah (Regulator)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perancang, penata dan penentu arah, kebijakan, strategi dan regulasi pariwisata (macro level) 2. Penata zonasi pariwisata 3. Penyedia dan pengembang infrastruktur dan akses pariwisata (fasilitas umum dan fasilitas sosial) 4. Penegak hukum, aturan dan regulasi. 5. Sebagai fasilitator dalam pengembangan kepariwisataan 6. Mengembangkan dan melindungi UMKM bidang usaha pariwisata 7. Mendorong PMA (Penanaman Modal Asing) dan PMDN (Penanaman Modal Dalam Negeri) di bidang kepariwisataan

		8. Menciptakan iklim yang kondusif untuk perkembangan usaha pariwisata.
2	Akademisi/Perguruan Tinggi (Konseptor)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengkaji arah, kebijakan dan regulasi pariwisata 2. Fasilitator SDM Pariwisata berkualitas 3. Penganalisa konsep, program dan strategi pariwisata 4. Penyedia jasa konsultasi pariwisata bagi pemerintah, industri dan masyarakat. 5. Menyediakan SDM Pariwisata sesuai <i>societal needs</i>, <i>industrial/business needs</i> dan <i>profesional needs</i> 6. Melaksanakan litbang kepariwisataan
3	Bisnis Pariwisata. (Investor)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penyedia jasa pariwisata (paket, program dan lain-lain) 2. Investor dan pelaksana investasi pariwisata 3. Pencipta pasar, jasa, serta lapangan pekerjaan 4. Membentuk komunitas dan <i>entrepreneur</i> pariwisata
4	Komunitas Masyarakat yang bergerak di bidang pariwisata (Akselerator)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pegiat industri pariwisata 2. Pelaksana industri pariwisata 3. Penjaga kondusifitas aktivitas industri pariwisata 4. Pengontrol sosial dalam pelaksanaan industri pariwisata 5. Terlibat dalam perencanaan, pengelolaan dan pengambilan keputusan dan evaluasi pembangunan pariwisata 6. Menggali dan melestarikan kepariwisataan dengan mengembangkan budaya lokal dan lingkungan
5	Media (Katalisator)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Garda terdepan dalam memasarkan destinasi dan atraksi pariwisata

		<ol style="list-style-type: none"> 2. Mempercepat peyampaian informasi pariwisata 3. Meliput dan menginformasikan stakeholders 4. Sarana pendidikan bagi masyarakat 5. Saluran untuk umpan balik dan interaksi antara pemangku kepentingan 6. Menghubungkan semua aktor utama dengan nasional dan pasar industri global 7. Menyediakan Informasi kepariwisataan 8. Melaksanakan promosi pariwisata 9. Pelaksana mekanisme <i>Check and balance antar aktor/stakeholder</i> dalam aktivitas pariwisata
--	--	---

Sumber:

Dari tabel diatas, identifikasi peran diatas, terlihat bahwa masing-masing stakeholders dalam Penta Helix memiliki peran spesifik yang masing-masingnya cukup penting bagi pengembangan dan keberlanjutan Pariwisata Halal di Sumatera Barat. Satu hal yang bisa dikembangkan dan dianalisis serta dijadikan rujukan bahwa identifikasi peran tersebut telah meliputi berbagai pertimbangan, yaitu pertimbangan yang berkaitan dengan unsur sebagai berikut:

- a. Unsur dan wilayah publik
- b. Unsur dan wilayah private/bisnis
- c. Unsur dan wilayah keilmuan, intelektualitas dan pengetahuan
- d. Unsur wilayah civil society dalam skala luas
- e. Unsur dan wilayah reigiuitas/keagamaan
- f. Unsur dan wilayah adat-istiadat, norma dan nilai
- g. Unsur dan wilayah kearifan lokal.

Diharapkan identifikasi peran para stakeholder yang didasarkan pada unsur dan wilayah utama dalam pelaksanaan konsep didasarkan pada unsur dan wilayah utama dalam pelaksanaan konsep pariwisata halal diatas akan dapat diikuti dengan langkah-langkah kongkrit, yang utaananya berasal dari prinsip inisiatif, partisipatif dan awareness masing-masing stakeholders tersebut.

Sumber daya yang dimaksud di sini adalah bantuan misalnya untuk modal maupun informasi bisnis, fasilitas, dan fasilitator untuk pelatihan. Untuk hubungan akademisi dengan pemerintah termasuk jenis hubungan *cooperating*, dimana hubungan terjalin secara formal dan terdapat adanya komitmen yang sedang dalam berbagi risiko, sumber daya, dan adanya rewards yang diartikan sebagai akses akademisi untuk berkontribusi dalam pengembangan program. Sedangkan untuk hubungan akademisi dan media termasuk hubungan *networking* karena hubungan terjalin secara informal serta tidak adanya saling berbagi sumber daya yang diperlukan. Fokus utamanya adalah pertukaran informasi dengan komitmen waktu yang minimal. Berbeda dengan hubungan yang terjalin secara formal antara bisnis dengan pemerintah dan komunitas, jenis hubungannya termasuk *cooperating*. Hal ini dikarenakan adanya komitmen waktu yang substansial, adanya komitmen yang cukup dalam berbagi sumber daya, risiko, tanggung jawab, dan rewards. Bisnis membantu memberikan pelatihan, bantuan modal, dan fasilitas. Rewards bisa diartikan dengan adanya akses yang semakin mudah dalam proses bisnis.¹⁸¹

Sedangkan untuk hubungan bisnis dan media memiliki jenis hubungan *coordinating*. Ciri hubungan ini adalah hubungan terjalin secara resmi, adanya saling berbagi sumber daya secara minimal, tidak ada saling berbagi risiko maupun tanggungjawab. Hubungan yang terjalin antara komunitas dan media juga termasuk jenis hubungan *colaborating*. Dimana komunitas memiliki peran kuat dalam berkontribusi untuk membantu proses publikasi dan promosi pariwisata di Provinsi Riau. Salah satu fungsi website ini adalah sebagai media yang mempublikasikan program pengembangan pariwisata, dimana dalam website memuat informasi mengenai program ini. Sedangkan untuk hubungan yang terjalin

¹⁸¹ Herwan Abdul Muhyi et.al., *Triple Helix, Penta Helix Collaboration Model in Developing Centers of Flagship Industry in Bandung City* (Review of Integrated Business and Economics Research, GMP Press and Priting, 2017), h. 412-417.

antara komunitas dan pemerintah adalah *cooperating*. Hubungan ini terjalin secara formal. Komunitas dan pemerintah memiliki komitmen yang cukup dalam berbagi sumber daya, tanggung jawab, risiko, dan rewards.¹⁸²

7. Falsafah Adat Basandi Syarak Syarak Basandi Kitabullah (ABS-SBK) bagi Masyarakat Minangkabau

Falsafah Adat Basandi Syarak Syarak Basandi Kitabullah disingkat dengan ABS-SBK mengandung nilai-nilai filosofis atau mengandung prinsip dasar yang sudah melembaga dan sudah menjadi jati diri dalam struktur sosial masyarakat adat Minangkabau.

ABS-SBK adalah kerangka pandangan hidup (*way of live*) masyarakat Minangkabau secara kultural dan Sumatera Barat secara provinsial yang bersayap hubungan horizontal sesama manusia, serta hubungan vertikal dengan Allah SWT (*hablumminannas dan hablumminallah*). Dengan begitu, ABS-SBK sebagai konsep nilai yang telah disepakati menjadi self identity (jati diri) Minangkabau timbul dari kronologis masyarakatnya melalui proses historis sehingga terjadi titik temu antara adat dengan Islam. Perpaduan kedua konsep itulah yang menjadi sebuah sistem nilai (*value system*) dan norma dalam kebudayaan Minangkabau yang melahirkan falsafah ABS_SBK. Antara adat dan Islam, merupakan suatu kesatuan yang bertaut secara budaya. Dengan kata lain, adat dan agama bagai dua sisi mata uang. Faktanya adalah bahwa tokoh agama tempo dulu selain memposisikan diri sebagai da'i juga menyandang gelar adat secara kultural, Sebut saja Hamka, umpamanya dengan gelar Dt. Indomo, M. Natsir Dt. Sinaro Panjang, Mansur Daud Dt. Palimo Kayo, termasuk para tokoh hari ini, baik di eksekutif, legislatif, di perguruan tinggi dan banyak lagi yang lain-lainnya yang juga bergelar datuk.¹⁸³

Di dalam ABS-SBK tersebut terkandung beberapa falsafah, antara lain:¹⁸⁴

¹⁸² Ibid.,

¹⁸³Yelmi Eri Fardius, *Nilai-Nilai Filosofis ABS-SBK Di Minangkabau*, Majalah Ilmu Pengetahuan dan Pemikiran Keagamaan Tajdid, Vol. 20, No. 2, November 2017.

¹⁸⁴Taufik Abdullah, *Adat And Islam: An Examination Of Conflict In Minangkabau*, (Jurnal Indonesia, Vol. 002, October 1966, Cornell University Southeast Asia Program, h. 1-24.

1. Falsafah Alam Takambang Jadi Guru: Falsafah Alam Takambang jadi guru ini melandasi prinsip ABS-SBK, yakni ajaran dan pandangan hidup masyarakat Minangkabau yang banyak dinukilkan dalam pepatah-petitih, gurindam dan sebagainya yang dikaitkan dengan sifat, bentuk dan kehidupan alam itu sendiri. Sebagai contoh, dikatakan;

*Panakiak pisau sirauik, Ambiak galah batang lintabuang,
Salodang ambiak ka niru. Satitiak jadikan lauik, Sakapa
jadikan gunuang, Alam takambang jadi guru.*

Menurut adat Minangkabau. Pemakaian kata alam itu mengandung makna yang tidak bertara. Alam bagi orang Minang adalah segala-galanya, bukan hanya sebagai tempat lahir dan mati, tempat hidup dan berkembang, tetapi sekaligus mempunyai makna filosofis. Alam dan segenap unsurnya senantiasa terdiri dari empat atau dapat dibagi dalam empat, yang disebut nan ampek. Seperti halnya, *Ado matoari ado bulan, ado bumi ado langik, ado siang ado malam, ado aie ado api, ado tanah ado angin* dan seterusnya. Demikian juga halnya dengan syarat sebuah nagari harus ada empat suku, kato nan ampek, jalan pun ampek dan seterusnya. Kesemua unsur alam yang berbeda-beda kadar, sifat dan peranannya itu saling berhubungan tetapi tidak saling mengikat, saling berbenturan tapi tidak saling melenyapkan, dan saling mengelompok tapi tidak saling meleburkan. Unsur-unsur itu masing-masingnya hidup dengan eksistensinya dalam suatu harmoni. Hal ini sesuai dengan Hadits Nabi SAW yang mengatakan “*Ikhtilafu ummati rahmah*”, bahwa berbeda-bedanya umatku itu adalah rahmah. Dan tidak kalah pentingnnya adalah bahwa perpaduan adat dan syara” berpedoman kepada firman Allah (al-Hujurat:13) yang mengatakan; *Wahai manusia, sesungguhnya Kami telah menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan dan menjadikan kamu berbangsa-bangsa dan berkabilah-kabilah (puak/suku) supaya kamu saling kenal mengenal.* Masyarakat Minangkabau dengan filosofi ABS-SBK, dengan demikian, memiliki ciri khas berupa masyarakat beradat dan sekaligus beradab yang dilandasi oleh agama Islam. Sebagai masyarakat beradat dengan adat yang

bersendikan syara“ dan syara“ yang bersendikan kitabullah, maka kaedah-kaedah adat memberikan pelajaran dan strategi dalam penerapannya yang tampak pada pengutamaan prinsip keseimbangan dan kesadaran atas luasnya alam semesta ciptaan Allah SWT.

2. Falsafah Adab dan Budi: Falsafah adab dan budi ini sesungguhnya merupakan substansi dan esensi dari ajaran adat Minangkabau itu sendiri, mengingat kemuliaan manusia menurut adat terletak pada budi, dan karenanya manusia dihargai. Gurindam Minang, dalam hal ini, mengingatkan:

*Nan kuriak iyolah kundi Nan indah iyolah baso Nan
baiak iyolah budi Nan indah iyolah baso*

Maksudnya tidak lain adalah bahwa tidak ada yang lebih baik dari pada budi dan tidak ada yang lebih indah dari baso-basi. Dalam konteks yang lebih hakiki, bukankah yang dicari dalam hidup ini bukan emas, bukan perak, bukan pangkat dan bukan pula jabatan, melainkan budi pekerti dan nama baik. Sehingga dikatakan, harimau mati maninggakan balang, manusia mati meninggakan namo. Kutipan gurindam di atas sebenarnya dilandasi oleh budi pekerti Rasulullah Yang Agung, seperti dinukilkan oleh Aisyah bahwa beliau bersabda “*Innama bu“itstu liutammima makarimal akhlak*”, bahwa tujuan utama diutusnya dia sebagai rasul oleh Allah adalah dalam rangka menyempurnakan akhlak manusia. Karena itu wajib memerankan nilai-nilai tamaddun dalam adat dan budaya Minangkabau, mengingat adatnya bersendikan/ dilandasi oleh syari“at Islam dan syari“at bersendikan/ dilandasi Kitabullah, di antaranya diimplementasikan dalam budi pekerti atau akhlakul karimah, sebagaimana diteladankan Nabi Muhammad SAW sebagai qudwah dan uswatun hasanah.

3. Falsafah “Rajo” Mufakat: Falsafah ini mengungkapkan bahwa adat Minangkabau itu sesungguhnya sangat menjunjung tinggi azas musyawarah *nan bajanjang naiak, nan batanggo turun* untuk mencari dan menghasilkan kata sepakat dalam menyelesaikan persoalan apapun yang mereka hadapi.

Baiyo-batido, barangkali inilah ungkapan yang amat populer dan akrab di kalangan masyarakat Minangkabau untuk menyebut musyawarah. Begitu urgen dan strategisnya musyawarah itu dalam kehidupan masyarakat Minangkabau dalam berbagai aspeknya, dan dengannya pula kesepakatan yang didambakan bersama dapat dihasilkan, lalu mereka ungkapkanlah dengan kata “*bulek aie ka pambuluah bulek kato jo mupakat, bulek lah buliah digolongkan, pipiah lah buliah* dilayangkan itu. Kesepakatan itu sifatnya mengikat bagi semua, dan karenanya mereka lalu menjunjung tinggi dan mengagungkan kesepakatan itu dengan ungkapan “*rajo*”. Jadi, nan rajo adolah kato mufakat. Sehingga dikatakan: *Kamanakan barajo ka mamak Mamak barajo ka pangulu Pangulu barajo ka nan bana Nan bana badiri sandirinyo. Walaupun hinggok nan mancakam Kuku nan tajam tak baguno Bago mamagang tampuak alam Kato mufakat nan kuaso*. Karena itulah menurut adat Minangkabau tidak ada manusia yang di-raja-kan, tetapi yang raja adalah “*Kato Mufakat atau Kato Saiyo*” yang dikawal oleh kesepakatan melalui musyawarah sebelumnya sebagai buah kata mufakat itu tadi. Meskipun di dalam gelar-gelar adat banyak yang bergelar raja atau rajo, bahkan penghulu dan para datuk sekalipun, walau mereka memakai gelar Rajo, tetapi mereka bukanlah raja, raja, tanpa kuasa. Dengan demikian, hakikat raja adalah kata mufakat sebagai esensi dari kebenaran. Falsafah ini juga berkaitan erat dengan wahyu Allah, antara lain berbunyi “... dan bermusyawarahlah dengan mereka dalam urusan itu...” (Ali Imran: 159), dan ayat-ayat lain yang semakna.

4. Falsafah Kebersamaan dan Keterpaduan: Falsafah ini mengandung makna bahwa adat Minangkabau menjunjung tinggi kebersamaan, kekompakan yang termanifestasi dalam sifat kegotongroyongan dalam menyelesaikan suatu pekerjaan dalam kehidupan sehari-hari. Bagi masyarakat Minang tidak ada pekerjaan yang tidak bisa diselesaikan asalkan selalu mengedepankan semangat kebersamaan dalam setiap masalah yang dihadapi dengan memakaikan *raso jo pareso*. *Raso dibao naiak, pareso dibao turun*, sebuah pertimbangan kombinasional yang indah antara hati

dan akal sehat dalam mengimplementasikan sifat kegotong-royongan dan kebersamaan itu. Hal-hal tersebut di atas erat kaitannya dengan pesan-pesan Allah SWT di dalam Alquran tentang betapa pentingnya mewujudkan kebersamaan, persatuan dan kekompakan serta menjauhi perpecahan dan cerai berai, seperti firman Allah berikut: “*Dan berpegang teguhlah kamu dengan tali (agama) Allah, dan janganlah kamu bercerai-berai...*”(QS. Ali Imran:103). Dan, barangkali inilah pula yang terangkum dalam pepatah adat yang mengingatkan, bahwa “*duduak surang ba sampik-sampik, duduak basamo ba lapang-lapang*” dengan muatan makna yang dalam, dan dalam arti yang seluas-luasnya.

8. Tungku Tigo Sajarangan, Konsep Kepemimpinan di Sumatera Barat

Kepemimpinan Tungku Tigo Sajarangan dahulunya merupakan suatu tradisi yang memiliki peran penting untuk kaumnya. Ninik mamak merupakan lelaki dewasa pada suatu kaum, Alim ulama adalah orang yang memiliki ilmu agama yang luas dan imam yang dalam. Cerdik pandai adalah pemimpin disebabkan ia memiliki pengetahuan dan wawasan yang luas, serta arif dan bijaksana. Secara perorangan atau bersama- sama, ninik mamak dalam arti luas ialah para lelaki dewasa pada suatu kaum. Dalam arti sempit, ninik mamak ialah penghulu dari suatu kaum¹⁸⁵. Ninik mamak memiliki kewajiban untuk membimbing dan peduli terhadap kemenakan dan kaumnya.

Alim ulama adalah pemimpin dalam urusan agama, orang yang memiliki ilmu agama yang luas dan imam yang dalam. Cerdik pandai adalah pemimpin disebabkan ia memiliki pengetahuan dan wawasan yang luas, serta arif dan bijaksana¹⁸⁶. Alim ulama merupakan himpunan orang-orang yang pandai dan mengerti tentang ajaran agama Islam. Kepandaiannya tentang agama Islam tidak saja secara pengetahuan tapi aspek keIslaman tersebut telah menjadi sikap hidupnya, menjadi panutan dalam nagari, yang menerangkan jalan di dunia dan

¹⁸⁵ Ibrahim, 2015, *Tambo Alam Minang- Kabau, Tatanan Adat Warisan Nenek Moyang Orang Minang* (Bukittinggi, Kristal Multimedia, 2015), h. 309.

¹⁸⁶ *Ibid*, h. 383.

menjadi suluh jalan ke akhirat.¹⁸⁷ Kepemimpinan cerdik pandai ditunjuk oleh masyarakat bersama-sama dengan penghulu dan alim ulama. Kepemimpinan cerdik pandai dalam nagari bukan bersifat turun temurun. Fungsi cerdik pandai dalam nagari akan menjadi hutang yang harus dibayar dengan jalan mengerjakan kewibawaannya, dengan memberikan peringatan kepada orang-orang tentang tingkah laku yang sudah keluar dari adat sopan santun. Ia juga memberi petunjuk bagi kaum kerabatnya tentang jalan yang baik ataupun pengajaran kepada yang baik, mempergunakan ilmu dan pengetahuan secara suci dan ikhlas untuk membina kaum dan masyarakatnya. Dengan pembicaraan yang lembut, cerdik pandai itu dapat melunakkan hati yang keras dan dengan muslihatnya dapat melunakkan kaum kerabatnya. Cerdik pandaipun, dapat memberikan pengajaran pada rapat-rapat agar terbuka mata masyarakat untuk memilih yang baik dan benar. Kaum cerdik pandai dapat mendekatkan kaum kerabat dan anggota masyarakat agar terbina hubungan yang baik untuk mencapai kebaikan nagari¹⁸⁸.

Dalam perkembangannya, peran kepemimpinan Tungku Tigo Sajarangan ini mulai jarang ditemui, terutama di daerah perkotaan. Kini zaman telah berubah, penyakit masyarakatpun banyak bermunculan. Sama halnya dengan yang diungkapkan Carol R. dan Melvin Ember yang diterjemahkan T.O. Ihromi¹⁸⁹.

“bahwa kebudayaan tidaklah statis ia selalu berubah. Tanpa adanya gangguan yang disebabkan oleh masuknya unsur budaya asing sekalipun suatu kebudayaan dalam masyarakat tertentu, pasti akan berubah dengan berlalunya waktu”.

Oleh karena itu pengkarya menanggapi hal tersebut melalui karya seni dengan menggunakan simbol-simbol yang terdapat dari fenomena kepemimpinan Tungku Tigo Sajarangan, bertujuan agar lahirnya bentuk-bentuk karya baru yang dapat memberi warna dan memperkaya penciptaan karya kriya seni pada umumnya.

¹⁸⁷ Ahmad Akmal, *Ekspresi Bentuk Simbolik Seni Ritual Makan Bajamba*, (Yogyakarta : ISI Padang-panjang, 2013), h. 170.

¹⁸⁸ *Ibid.*, h.171.

¹⁸⁹ Carol R. Ember, dkk. 2006, *Cultural AnTriple Helixropology*, Trj. T.O. Ihromi (Jakarta: YOI, 2006), h. 32.

Dengan demikian, penciptaan karya kriya seni tetap berlangsung sesuai dengan spirit, ruh dan jiwa zaman. Kepemimpinan Tungku Tigo Sajaringan dahulunya merupakan suatu tradisi yang memiliki peran penting untuk kaumnya. Ninik mamak merupakan lelaki dewasa pada suatu kaum, Alim ulama adalah orang yang memiliki ilmu agama yang luas dan iman yang dalam. Cerdik pandai adalah pemimpin disebabkan ia memiliki pengetahuan dan wawasan yang luas, serta arif dan bijaksana. Secara perorangan atau bersama-sama, ninik mamak dalam arti luas ialah para lelaki dewasa pada suatu kaum. Dalam arti sempit, ninik mamak ialah penghulu dari suatu kaum.¹⁹⁰ Ninik mamak memiliki kewajiban untuk membimbing dan peduli terhadap kemenakan dan kaumnya. Alim ulama adalah pemimpin dalam urusan agama, orang yang memiliki ilmu agama yang luas dan imam yang dalam.

Cerdik pandai adalah pemimpin disebabkan ia memiliki pengetahuan dan wawasan yang luas, serta arif dan bijaksana.¹⁹¹ Alim ulama merupakan himpunan orang-orang yang pandai dan mengerti tentang ajaran agama Islam. Kepandaiannya tentang agama Islam tidak saja secara pengetahuan tapi aspek keIslaman tersebut telah menjadi sikap hidupnya, menjadi panutan dalam nagari, yang menerangkan jalan di dunia dan menjadi suluh jalan ke akhirat.¹⁹² Kepemimpinan cerdik pandai ditunjuk oleh masyarakat bersama-sama dengan penghulu dan alim ulama.

Kepemimpinan cerdik pandai dalam nagari bukan bersifat turun temurun. Fungsi cerdik pandai dalam nagari akan menjadi hutang yang harus dibayar dengan jalan mengerjakan kewibawaannya, dengan memberikan peringatan kepada orang-orang tentang tingkah laku yang sudah keluar dari adat sopan santun. Ia juga memberi petunjuk bagi kaum kerabatnya tentang jalan yang baik ataupun pengajaran kepada yang baik, mempergunakan ilmu dan pengetahuan secara suci dan ikhlas untuk membina kaum dan masyarakatnya. Dengan pembicaraan yang lembut, cerdik pandai itu dapat melunakkan hati yang keras dan dengan muslihatnya dapat melunakkan kaum kerabatnya. Cerdik pandaipun dapat

¹⁹⁰ Ibrahim, *Tambo Alam Minangkabau*, h. 383.

¹⁹¹ Ibid.

¹⁹² Ahmad Akmal, *Ekspresi*, h. 170.

memberikan pengajaran pada rapat- rapat agar terbuka mata masyarakat untuk memilih yang baik dan benar.

Kaum cerdas pandai dapat mendekatkan kaum kerabat dan anggota masyarakat agar terbina hubungan yang baik untuk mencapai kebaikan nagari .¹⁹³ Dalam perkembangannya, peran kepemimpinan Tungku Tigo Sajaringan ini mulai jarang ditemui, terutama di daerah perkotaan. Kini zaman telah berubah, penyakit masyarakatpun banyak bermunculan. Sama halnya dengan yang di ungkapkan Carol R. seperti yang diungkapkan sebelumnya.

Oleh karena itu pengkarya menanggapi hal tersebut melalui karya-karya seni dengan menggunakan simbol- simbol yang terdapat dari fenomena kepemimpinan Tungku Tigo Sajaringan, bertujuan agar lahirnya bentuk-bentuk karya baru yang dapat memberi warna dan memperkaya penciptaan karya kriya seni pada umumnya. Dengan demikian, penciptaan karya-karya seni tetap berlangsung sesuai dengan spirit, ruh dan jiwa.

B. Penelitian Terdahulu

Guna menghindari adanya penelitian yang berulang, dan untuk mengetahui penelitian-penelitian yang dengan peneltian penulis, maka ada beberapa hasil penelitian dan publikasi yang dapat diidentifikasi sebagai berikut:

1. Penelitian oleh Etkowiz dan Leydesdorff¹⁹⁴ yang menemukan model Penta *Helix*, dalam penelitian Penta *Helix* nya mereka menyatakan Triple *Helix* dari hubungan universitas-industri-pemerintah dibandingkan dengan model-model alternatif untuk menjelaskan sistem penelitian saat ini dalam konteks ilmu pengetahuan sosial. Komunikasi dan negosiasi antara mitra institusi menghasilkan lapisan yang semakin mengatur ulang aturan organisasi yang mendasarinya. Lapisan kelembagaan dapat dianggap sebagai mekanisme penyimpanan dalam sistem pengembangan. Sebagai contoh, organisasi nasional dari sistem inovasi secara historis menjadi sesuatu yang penting dalam

¹⁹³ Ahmad Akmal, *Ekspresi*, h. 171.

¹⁹⁴ H Etkowitz dan L Leydesdorff, *Triple Helix Tripe Helix University-industry-government relation: a Laboratory for Knowledge-based Economic Develoment* , EASST Review 14 (1), 2000, h. 14-19.

menentukan persaingan. Reorganisasi di seluruh sektor industri dan negara, akan membawa teknologi baru bioteknologi, ICT. Konsekuensi transformasi dapat dianalisis dalam hal mekanisme neo-evolutionary. Penelitian universitas dapat semakin berfungsi sebagai lokus di 'laboratorium' transisi jaringan intensif-pengetahuan. Pendekatan baru interaksi ditandai oleh: i) peran kunci universitas sebagai produsen pengetahuan utama; ii) misi strategis perusahaan dalam menghasilkan inovasi melalui peningkatan proses organisasi dan penempatan produk dan layanan yang ada di pasaran; Dan iii) peran penting pemerintah dalam mendukung pengembangan teknologi berbasis sains dan dalam merumuskan kebijakan yang ditargetkan inovasi.

2. Penelitian oleh Elias G. Carayannis & David F. J. Campbell¹⁹⁵, dalam artikel ini peneliti menjelaskan tentang perkembangan Model Triple *Helix* yang digagas oleh Etkowitz dan Leydesdorff menjadi Quadruple *Helix* hingga *Quintuple Helix*. Dalam *Quintuple Helix* Carayannis menambah unsur masyarakat dalam *Helix*. Masyarakat sangat berperan sekali dalam pengembangan sosial di suatu daerah dan pengembangan lainnya yang membutuhkan inovasi. Selanjutnya Quadruple *Helix* berkembang lagi menjadi *Quintuple Helix*. *Quintuple* artinya lima. Dari empat *Helix* berkembang menjadi lima *Helix*. *Helix* kelima ini adalah media. Peran media menurutnya saat ini sangat berpengaruh sekali dalam mempromosikan pengetahuan dan inovasi yang telah diciptakan, sehingga manfaatnya bisa dirasakan oleh masyarakat secara keseluruhan dan ini menjadi keberhasilan dari perkembangan suatu negara/daerah.
3. Artikel Yang Ditulis Oleh Aflit Nuryulia Praswati, Tentang Perkembangan Model *Helix* Dalam Peningkatan Inovasi¹⁹⁶, menurut penulis Inovasi menjadi ujung tombak penciptaan daya saing dan pertumbuhan ekonomi suatu negara.

¹⁹⁵ Elias G. Carayannis & David F. J. Campbell, *Open Innovation Diplomacy and a 21st Century Fractal Research, Education and Innovation (FREIE) Ecosystem: Building on Triple Helix Quadruple and Quintuple Helix Innovation Concepts and Triple Helix "Mode 3" Knowledge Production System*, Springer Science+Business Media, LLC 2011.

¹⁹⁶ Aflit Nuryulia Praswati, *Perkembangan Model Helix Dalam Peningkatan Inovasi*, Prosiding Seminar Nasional Riset Manajemen & Bisnis 2017, Perkembangan Konsep Dan Riset E-Business Di Indonesia, ISBN: 978-602-361-067-9.

Pencipta inovasi ini mulai dikenal dengan konsep *Helix*. Konsep *Helix* didasarkan dalam gagasan bahwa inovasi merupakan hasil interaktif yang melibatkan berbagai jenis aktor. Masing-masing aktor berkontribusi sesuai fungsi kelembagaannya dimasyarakat. Universitas (U), Industri (I), Pemerintah (P) termasuk dalam *Triple Helix*. Masyarakat Sipil (MS) dan Masyarakat berbasis Media dan Budaya (MMB) masuk dalam *Quadruple Helix*. Konsep ini semakin meluas dengan adanya *Quintuple Helix* yaitu penambahan aktor Masyarakat dari Lingkungan Alami (MLA).

4. Penelitian yang dilakukan oleh Ainun Mardiah dan Herlinda¹⁹⁷ yang berjudul *Analisis Perilaku Masyarakat Terhadap Keputusan Mengunjungi Destinasi Wisata Syariah Di Sumatera Barat*. Dalam penelitian ini dikemukakan beberapa permasalahan, diantaranya adalah apakah faktor budaya, sosial, individu dan psikologis berpengaruh secara simultan maupun parsial terhadap keputusan masyarakat dalam mengunjungi destinasi wisata syariah di Sumatera Barat. Menurut penelitian ini, objek pariwisata halal tidak mesti harus objek yang bernuansa Islam, seperti masjid dan peninggalan sejarah Islam. Objek pariwisata halal berlaku untuk semua tempat, kecuali tempat ibadah agama lain. Pariwisata halal memberikan makna bahwa masyarakat Muslim harus berIslam dimanapun dan kapanpun. Kesimpulan penelitian ini adalah: (1) bahwa budaya berpengaruh positif terhadap keputusan mengunjungi destinasi wisata syariah, (2) hasil pengujian bahwa sosial berpengaruh positif terhadap keputusan mengunjungi destinasi wisata syariah, (3) bahwa individu berpengaruh positif terhadap keputusan mengunjungi destinasi wisata syariah, (4) bahwa psikologis berpengaruh positif terhadap keputusan mengunjungi destinasi wisata syariah.
5. Buku yang ditulis oleh Muhammad Djakfar dengan judul *Pariwisata Halal Perspektif Multidimensi: Peta Jalan Menuju Pengembangan Akademik dan Industri Halal di Indonesia*. Dalam buku ini penulis mendeskripsikan

¹⁹⁷Ainun Mardiah, Herlinda Herlinda, *Analisis Perilaku Masyarakat Terhadap Keputusan Mengunjungi Destinasi Wisata Syariah Di Sumatera Barat*, (Pekanbaru: Lembaga Vol.14, No.2, 2017).Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM), UIN Sultan Syarif Kasim Riau.

pariwisata halal dalam berbagai perspektif dan pandangan, khususnya dalam pandangan syariat Islam.

6. Penelitian Sari Lenggogeni,¹⁹⁸ *Pariwisata Halal: Konsep, Destinasi dan Industri*, menjelaskan bahwa ada suatu ambiguitas antara wisata pilgrim, wisata Islam dan wisata halal. Sebagian masyarakat masih mengambil persepsi yang sama tentang tiga hal tersebut. Sehingga perlu redefinisi tentang pariwisata halal yang sedang digaungkan sekarang, sehingga tidak salah persepsi. Yang dimaksud dengan pariwisata halal adalah “extended services for Muslim traveler, atau service tambahan bagi wisatawan muslim. Menurut Lenggogeni, kenyamanan perjalanan seorang muslim sangat bergantung kepada ketersediaan sarana produk dan jasa halal yang sesuai dengan syariat Islam, seperti ketersediaan musholla di hotel dan tempat wisata, serta tempat wudhu yang terpisah antara laki-laki dan perempuan. Begitu pula dengan petunjuk arah kiblat, sertifikasi halal restoran yang dikeluarkan oleh lembaga yang berwenang dan ketersediaan lainnya. dalam penelitian ini Lenggogeni juga menjelaskan bahwa Sumatera Barat sudah mendeklarasikan sebagai daerah destinasi halal karena Sumatera Barat mempunyai falsafah Adat Basandi Syara’, Syara’ Basandi Kitabullah (ABS-SBK). Saat ini Sumatera Barat sedang menyusun Rancangan Peraturan Daerah (Ranperda) Pariwisata Halal, aspek pariwisata halal merupakan fokus utama dan didukung dengan pariwisata syariah dan budaya sebagai landasan rancangan aturan.
7. Penelitian yang dilakukan oleh Mohamed Battour, et.al.,¹⁹⁹ dengan judul “*Halal Tourism: Concepts, Practises, Challenges and Future*”, penelitian ini menjelaskan bahwa pariwisata halal dapat diringkas oleh objek atau tindakan apa pun yang diperbolehkan untuk menggunakan atau terlibat dalam industri pariwisata, menurut ajaran Islam. Karena itu, keberhasilan mengembangkan dan memasarkan tujuan wisata halal harus dipandu oleh penerapan ajaran dan

¹⁹⁸ Sari Lenggogeni, *Pariwisata Halal: Konsep, Destinasi dan Industri*, (Dalam buku CreaTourism, Mendukung Pembangunan Kepariwisataaan Berkelanjutan, Bab 14, Tourism Development Center Andalas University, 2017), hal. 227-237.

¹⁹⁹ Mohamed Battour, et.al., *Halal Tourism: Concepts, Practises, Challenges and Future*, (Tourism Management Perspectives, www.elsevier.com/locate/tmp).

prinsip Islam dalam semua aspek kegiatan pariwisata. Penelitian ini mengeksplorasi konsep pariwisata halal bersama dengan komponen yang membentuk industri. Terdapat beberapa contoh di seluruh dunia dari beberapa praktik terbaik saat ini. Peluang dan tantangan dalam mengembangkan dan pemasaran pariwisata halal juga dibahas.

8. Penelitian yang dilakukan oleh Kausar Devi Roza.²⁰⁰ Dengan judul *Socio-Economic Impact of Tourism on a World Heritage Site: Case Study of Rural Borobudur*, Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan tentang pengaruh pengembangan pariwisata terhadap keadaan sosial ekonomi masyarakat sekitar. Penelitian ini juga meneliti seberapa besar peran masyarakat dan pemerintah dalam pengembangan kawasan wisata tersebut. Hasil penelitian ini mengindikasikan adanya respon positif masyarakat, akan tetapi sektor pariwisata belum mampu memberikan lapangan pekerjaan dan tambahan pendapatan. Pariwisata hanya memberikan dampak terhadap sektor informal saja dengan bukti bahwa hasil dari pariwisata ini belum mampu setara dengan upah minimum regional. Pariwisata justru malah memperkaya pihak-pihak pemilik modal besar.
9. Penelitian yang dilaksanakan oleh Direktur Center for Human SDGs, Universitas Andalas Elfindri²⁰¹ memperkuat bahwa ilmu ekonomi sangat berhubungerat dengan ilmu pariwisata. Elfindri dalam mengutip pernyataan dari Garry S Becker bahwa ada bahwa ada teori ekonomi yang digunakan sebagai dasar menjelaskan fenomena perjalanan wisata, travel. Diantaranya adalah teori self preferences, dan teori permintaan dan penawaran dalam pemilihan waktu travel. Masing-masing digunakan sesederhana mungkin dalam melihat manfaat ilmu ekonomi untuk menjelaskan fenomena wisata secara singkat. Dalam teori pilihan preferensi (prefences), individu memiliki pilihan. Pilihan terbaik sangat ditentukan oleh keterbatasan anggaran yang

²⁰⁰ Kausar Devi Roza Krisnandhi, *Socio-Economic Impact of Tourism on a World Heritage Site: Case Study of Rural Borobudur, Indonesia* (Disertasi, Nagoya University, 2010).

²⁰¹ Elfindri, *Ilmu Ekonomi untuk Pariwisata*, (Dalam buku CreaTourism, Mendukung Pembangunan Kepariwisata Berkelanjutan, Bab 2, Tourism Develpoment Center Andalas University, 2017), h.7-13.

dimiliki. Jika anggaran yang diperoleh dari penghasilan tidak tersedia, maka waktu bersenang-senang merupakan pilihan yang tidak tepat. Pilihan mengutamakan keperluan utama lebih baik. Begitu pula dalam keputusan perminta, hal ini akan erat hubungannya dengan hukum perminta dan penawaran dalam ilmu ekonomi. Menemukan waktu yang tepat untuk melakukan perjalanan tidaklah mudah. Maka menetapkan rencana perjalanan menjadi sangat berarti untuk mencapai keteraturan, efisiensi, dan suasana yang dirasakan. Implikasi analisis yang sederhana adalah secara ilmu ekonomi, pilihan waktu bepergian sangat bergantung kepada permintaan dan penawaran. Misalnya ketika musim dingin, maka penawaran perjalanan maskapai ke Eropa banak tersedia, dan saat bersamaan permintaan seat berkurang. Ketika itu pula kita bisa menikmati perjalanan yang lebih murah. Sebaliknya di musim panas, maka pilih perjalanan bisa menyenangkan, namun konsumen akan menghadapi pada tiket, penginapan dan makan dengan harga yang lebih tinggi.

10. Penelitian yang dilakukan oleh Mevlüt Akyol dan Özgür Kiliç berjudul "Internet and Halal Tourism Marketing"²⁰² Hasil penelitian tersebut diterbitkan pada *International Periodical for Triple Helix Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*. Tujuan dari penelitian tersebut adalah untuk menyajikan konsep pemasaran halal di dunia dan di Turki. Dalam konteks ini, salah satu perusahaan perantara, yang disebut "hotel halal", dianalisa dalam kerangka deskriptif. Penelitian yang dikembangkan adalah, definisi marketing halal, konsep wisata halal dan hotel halal, deskripsi wisata halal di Turki, pentingnya internet dalam marketing wisata, dan analisis visual dan textual dari website hotel-hotel halal di Turki. Kesimpulan dari penelitian tersebut adalah pelaku marketing halal harus mempertimbangkan harapan hotel halal baik untuk wisatawan Muslim dan non-Muslim. Muslim mencari liburan yang koheren dengan Islam dan harapan non-Muslim juga mendapatkan keamanan dan kebersihan. Hasil

²⁰² Mevlüt AKYOL Özgür Kiliç, *Internet And Halal Tourism Marketing* (Ankara-Turkey, International Periodical For *Triple Helix Languages, Literature and History of Turkish or Turkic* Volume 9/8 Summer 2014).

analisis visual dan tekstual menunjukkan bahwa sebagian besar hotel Islam koheren dengan Islam. Misalnya, memberikan prinsip makanan halal dan non-alkohol, fasilitas terpisah untuk wanita dan ruang sholat, ini merupakan hal yang paling utama dan umum dari Islam atau hotel halal.

11. Penelitian oleh Lalu Adi Permadi dkk, dengan judul “Persepsi Dan Sikap Masyarakat Terhadap Rencana Dikembangkannya Wisata Syariah (Halal Tourism) Di Provinsi Nusa Tenggara Barat”,²⁰³ Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa Masyarakat Nusa Tenggara Barat memiliki persepsi yang baik terhadap rencana penerapan wisata halal di daerah ini, sikap yang positif terhadap rencana penerapan wisata halal di daerah ini dan dari diagram Kartesius diketahui bahwa hasil rencana penerapan wisata halal dipersepsikan dan disikapi sangat tinggi oleh Masyarakat NTB. Saran untuk pengambil keputusan dalam hal ini Pemerintah NTB harus membuat kebijakan yang mempertahankan persepsi dan sikap itu tetap baik dan positif. Dengan membuat kebijakan yang konkrit terkait dengan implementasi pariwisata halal, sehingga tidak sekedar pada tataran hukum atau peraturan daerah. Selain itu sosialisasi perlu dipercepat sehingga masyarakat paham bagaimana wisata halal tersebut akan diterapkan.
12. Kajian di kaji oleh Aan Jaelani, yang berjudul “Industri Wisata Halal di Indonesia: Potensi dan Prospek”.²⁰⁴ Studi ini menegaskan bahwa pariwisata halal adalah industri pariwisata yang telah berkontribusi dalam pertumbuhan ekonomi di Indonesia, meskipun ekonomi dunia melambat. Di Indonesia, pariwisata halal telah lama tumbuh dalam bentuk ziarah yang dilakukan oleh orang-orang dengan motivasi agama. Seiring dengan perkembangan global Ekonomi Islam, maka jenis wisata ini sedang mengalami metamorfosis itu membutuhkan perubahan modern mulai dari atraksi, hotel, hingga pemasaran. Dengan pendekatan fenomenologis, penelitian ini menyimpulkan bahwa

²⁰³ Lalu Adi Permadi, Dkk, *Persepsi Dan Sikap Masyarakat Terhadap Rencana Dikembangkannya Wisata Syariah (Halal Tourism) Di Provinsi Nusa Tenggara Barat* (Jurnal Amwaluna, Vol. 2 No.1, Januari, 2018, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Mataram Jl. Majapahit 62 Mataram).

²⁰⁴ Aan Jaelani, *Industri Wisata Halal di Indonesia: Potensi dan Prospek* (MPRA Munich Personal RePEc Archive, Januari 2017).

pariwisata halal telah menjadi bagian dari industri pariwisata nasional untuk memposisikan Indonesia sebagai pusat halalpariwisata di dunia di masa depan.

13. Tulisan dan penelitian yang dilakukan oleh Fahadil Amin Al Hasan dengan judul “Penyelenggaraan Parawisata Halal di Indonesia (Analisis Fatwa DSN-MUI tentang Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata Berdasarkan Prinsip Syariah)”.²⁰⁵ Tulisan ini mengungkapkan bagaimana Fatwa DSN-MUI Nomor 108/X/2016 tentang Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata Berdasarkan Prinsip Syariah. Penulis dalam hal ini menjelaskan perlunya DSN-MUI mengeluarkan fatwa dalam rangka mengatur dan memberi pedoman dalam penyelenggaraan pariwisata halal atau sesuai syariah. Namun dengan dikeluarkannya Fatwa DSN MUI Nomor 108/X/2016 ini, melalui penelitian ini penulis menyimpulkan bahwa sebagai aturan satu-satunya dalam pengembangan parawisata halal di Indonesia, banyak ketentuan pada fatwa ini yang harus didiskusikan dan dibahas lebih lanjut, karena terkesan menggiring parawisata ke arah yang lebih eksklusif. Oleh karena itu, makalah ini mencoba menganalisis beberapa ketentuan pada fatwa ini serta membahas konsekuensi logis yang ditimbulkan dari ketentuan-ketentuan tersebut.
14. Artikel yang ditulis oleh Asad Mohsin, Noriah Ramli, Bader Abdulaziz Alkhulayfi dalam jurnal *Tourism Management Perspectives*, dengan judul *Halal Tourism: Emerging Opportunities*. *Tourism Management Perspectives* ²⁰⁶. Dalam artikel ini penulis memaparkan tentang kebangkitan peluang industry wisata halal di seluruh dunia, baik di Negara berpenduduk mayoritas Muslim, maupun yang berpenduduk minoritas Muslim. Dalam penelitian tersebut dinyatakan, sebesar 66% wisatawan Muslim sangat peduli terhadap makanan dan tempat yang halal bagi mereka, demi kenyamanan mereka berwisata.

²⁰⁵ Fahadil amin Al Hasan, *Penyelenggaraan Parawisata Halal di Indonesia (Analisis Fatwa DSN-MUI tentang Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata Berdasarkan Prinsip Syariah)*. (Surakarta: Fakultas Surakarta, Al-Ahkam Jurnal Syariah dan Hukum, Vol. 2, Nomor 1, Januari-Juni 2017 ISSN: 2527-8169), h. 2527

²⁰⁶ Asad Mohsen et.al., *Halal Tourism: Emerging Opportunities*. *Tourism Management Perspectives*. (Tourism Management Perspectives, 2016. www.elsevier.com/locate/tmp).

15. Artikel yang ditulis oleh Hafiz Rahman dengan judul Memperkenalkan *Quadruple-Helix Plus (QH*)*²⁰⁷ dalam Arah dan Kebijakan Pariwisata, dalam artikel ini penulis menjelaskan bahwa Pariwisata memiliki dimensi sosial-budaya-agama-kemasyarakatan, ekonomi—bisnis, kebijakan publik, pengembangan wilayah, kreatifitas, inovasi, infrastruktur, keamanan integritas wilayah dan lain sebagainya. Dengan demikian, membicarakan pariwisata tentunya juga perlu melibatkan stakeholder dengan mempertimbangkan perspektif multi dan interdisipliner- agar fokus pengembangan dan pemecahan masalah pariwisata sebuah daerah dapat dicapai secara efektif. Konsep *Quadruple-Helix* pertama kali diperkenalkan sebagai upaya untuk melengkapi dan mengembangkan dimensi uama dalam konsep *Triple-Helix* sebagaimana yang dikemukakan oleh Etzkowitz dan Leydesdorff (1997). *Triple-Helix* sendiri merupakan sebuah konsep dan model yang didasarkan atas pemikiran mengenai pentingnya sinergi dan interaksi tiga aktor yaitu universitas, industri, dan pemerintah dalam pengembangan pengetahuan, inovasi dan pembangunan ekonomi sebuah wilayah. Secara sederhana, penerapan konsep *Triple-Helix* digambarkan dalam sebuah model yang memperlihatkan irisan dan sinergi ketiga aktor tersebut.
16. Penelitian oleh Muhammad Fakhru Izzati dan Wilopo²⁰⁸ dengan judul “Implementasi *Triple Helix* Dalam Mendorong Pertumbuhan Industri Kreatif Di Kota Malang Sebagai Upaya Peningkatan Daya Saing Untuk Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean”, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penerapan *Triple Helix* dalam pertumbuhan industri kreatif dan juga mengetahui bagaimana *Triple Helix* merumuskan upaya peningkatan daya saing untuk menghadapi MEA di Kota Malang. Penelitian ini penting

²⁰⁷ Hafiz Rahman, *Memperkenalkan Quadruple-Helix Plus (QH*)*, (Dalam buku CreaTourism, Mendukung Pembangunan Kepariwisata Berkelanjutan, Bab 5, Tourism Development Center Andalas University, 2017), h.41-62.

²⁰⁸ Muhammad Fakhru Izzati dan Wilopo, *Implementasi Triple Helix Dalam Mendorong Pertumbuhan Industri Kreatif Di Kota Malang Sebagai Upaya Peningkatan Daya Saing Untuk Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean* (Jurnal Administrasi Bisnis (Jab), Vol. 55 No. 1 Februari 2018).

dilakukan karena melihat sisi dari implementasi yang dilakukan dari pemangku kepentingan (*Triple Helix*) dalam menghadapi masyarakat ekonomi Asean melalui aktor yang terlibat di dalam jaringan tersebut. Jenis penelitian ini merupakan penelitian eksploratori dengan pendekatan kualitatif dimana pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam (*indepTriple Helix Interview*). Hal ini dilakukan agar mendapatkan data dan informasi yang berasal dari narasumber lebih mendalam perihal implementasi *Triple Helix* dalam mendorong pertumbuhan industri kreatif di Kota Malang. Kemudian metode yang digunakan dalam penelitian adalah metode analisis jaringan sosial yang dimana metode ini digunakan untuk mengetahui hubungan antar aktor, kedekatan antar aktor, dan perantara antar aktor di dalam jaringan implementasi *Triple Helix* dalam mendorong pertumbuhan industri kreatif di Kota Malang. Penelitian dilakukan di Kota Malang dan mengambil *Triple Helix* menjadi narasumber di dalam penelitian.

17. Tulisan Atika Nurmalia dan Muchamad Zaenuri dengan judul “Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Ukm) Dengan Model Penta *Helix*”,²⁰⁹ penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi pemerintah dalam mengembangkan UMKM bordir dan konfeksi Desa Padurenan melalui kolaborasi antar stakeholder. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan mendeskriptifkan data yang diperoleh melalui wawancara dan dokumentasi dengan tulisan yang sistematis kemudian ditafsirkan dan ditarik kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat lima stakeholder yang terlibat dalam pengembangan UMKM bordir dan konfeksi Desa Padurenan, yakni akademisi, bisnis, komunitas, pemerintah, dan media atau yang sering disebut dengan model Penta *Helix*. Strategi yang dijalankan Pemerintah Provinsi Jawa Tengah dan Pemerintah Kabupaten Kudus dengan berkolaborasi dengan stakeholder lainnya dalam program ini sudah berjalan dengan baik. Namun masih terdapat beberapa hal yang belum berjalan dengan optimal. Hal ini dikarenakan kurangnya koordinasi, kurangnya komitmen para

²⁰⁹ Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean (Jurnal Administrasi Bisnis (Jab)|Vol. 55 No. 1 Februari 2018).

stakeholder, dan pola pikir para pelaku UMKM. Sedangkan untuk pola hubungan yang terjalin antar stakeholder beragam, yakni networking, coordinating, cooperating, dan collaborating. Hal ini tergantung dengan hubungan yang terjalin antar stakeholder dan peran yang telah dilakukan.

18. Penelitian yang dilakukan oleh Herwan Abdul Muhyi dkk, dengan judul “*Triple Helix Penta Helix Collaboration Model in Developing Centers of Flagship Industry in Bandung City*”.²¹⁰ Dalam penelitian ini, ada kolaborasi 5 stake holder dalam pengembangan industry ini. Model ini biasa digunakan dalam kewirausahaan dan umkm. Adapun 5 kolaborasi stakeholder tersebut adalah; perguruan tinggi (akademik), bisnis, komunitas, pemerintah dan media. Pemerintah Kota Bandung menerapkan kebijakan yang terkait dengan industri dan perdagangan dengan mengembangkan tujuh wilayah pusat industri. 7 wilayah industri tersebut adalah: Pusat Industri dan Perdagangan Binong Jati Knitting, Pusat Perdagangan Kain Cigondewah, Perdagangan Cihampelas Jeans Pusat, Pusat Industri Kaos Suci, Pusat Industri Sepatu Cibaduyut, Pusat Tahu dan Tempe Cibuntu, dan Pusat Industri Boneka Sukamulya. Tujuh wilayah kawasan industri potensial ini menjadi ikon Kota Bandung yang mendorong peningkatan daya tarik wisata. Penelitian ini difokuskan pada kolaborasi dan menggunakan metode penelitian kualitatif. Informan dalam penelitian ini adalah dari pemerintah lokal, bisnis, akademisi, komunitas, dan media. Penelitian ini menggunakan observasi, mendalam wawancara dan diskusi kelompok terfokus, studi literatur dan dokumen untuk mendapatkan data dan informasi. Teknik triangulasi digunakan untuk memverifikasi dan memeriksa validitas data. Penelitian ini menemukan lima pihak yang terlibat dalam pengembangan pusat industri unggulan di Kota Bandung: akademisi, bisnis, komunitas, pemerintah dan media. Permasalahan yang terjadi dalam hubungan di antara mereka (pemangku kepentingan) adalah: pertama, kurangnya koordinasi; kedua: kurangnya komitmen, ketiga: efek global

²¹⁰ Hermawan, dkk, *Triple Helix Penta Helix Collaboration Model in Developing Centers of Flagship Industry in Bandung City*, Review of Integrated Business dan Economics Reseach. Vol.6.No. 1.2017.

ancaman lingkungan, misalnya produk China yang menciptakan kesulitan untuk menjadi andalan pemilik industri. Kondisi ini mempengaruhi kinerja bisnis dalam industri unggulan pusat. Oleh karena itu, hal ini tidak bisa meningkatkan pembangunan ekonomi lokal seperti yang diharapkan.

19. Artikel yang ditulis oleh Handy Aribowo, Alexander Wirapraja, Yudi *Triple Helix* Dian Putra, yang berjudul “ Implementasi Kolaborasi Model Penta *Helix* Dalam Rangka Mengembangkan Potensi Pariwisata Di Jawa Timur Serta Meningkatkan Perekonomian Domestik”. Dalam artikel ini, peneliti menjelaskan bagaimana Jawa Timur merupakan salah satu provinsi di pulau Jawa yang mempunyai alam yang sangat indah sekali. Jawa Timur selaku salah satu provinsi terbesar di Indonesia dianugerahi keindahan alam yang luar biasa, memiliki beragam potensi pariwisata keindahan alam yang menarik. Jawa Timur juga memiliki kekayaan keragaman budaya, mulai dari bahasa hingga kuliner. Penelitian ini dilakukan dalam rangka untuk melihat bagaimana implementasi kolaborasi model Penta *Helix* untuk meningkatkan potensi pariwisata di Jawa Timur Adapun metodologi dalam penelitian ini menggunakan penelitian studi kasus, informan dalam penelitian ini sebanyak 5 orang yang terdiri atas pebisnis, pemerintah, komunitas, akademisi dan media yang mewakili model Penta *Helix*. Hasil penelitian ini antara lain Industri pariwisata sebagai penghasil devisa terbesar, sering kurang optimal dalam menggerakkan sektor perekonomian dimana kurang berkembangnya industri pariwisata di daerah yang sering mengalami kendala karena kurangnya koordinasi di antara berbagai elemen-elemen. Dalam pengelolaan dan pengembangan pariwisata, diperlukan suatu kordinasi dan kolaborasi antara pihak pemerintah, pelaku bisnis pariwisata, komunitas, akademisi, serta media, disebut dengan kolaborasi Penta *Helix* dalam mengembangkan potensi wisata.
20. Artikel yang ditulis oleh Anka Mašek Tonković, Edward Veckie, dan Vlado Walter Veckie, yang berjudul: *Applications Of Penta Helix Model In Economic Development*. Tulisan ini menjelaskan bagaimana Ada berbagai model yang direkomendasikan yang digunakan dalam pembangunan ekonomi, bisnis yang sukses, dan gunakan dana yang lebih menguntungkan dari sumber domestik,

serta dana Uni Eropa dan dana donor dari lembaga moneter internasional (IMF). Pada 1990-an penggunaan model Triple *Helix* direkomendasikan untuk pengembangan ekonomi, yang seharusnya mencakup tiga faktor penting untuk memulai bisnis, yaitu: pemerintah, melalui insentif dan stimulasi kewirausahaan, perusahaan dan dimasukkannya sektor ilmiah dan universitas. Dalam penelitian ini peneliti menambahkan satu model penting dalam unsur Penta *Helix*, yaitu unsur Diaspora. Unsur ini dianggap sebagai elemen sangat penting dalam berinvestasi dan membuka pasar asing bagi pengusaha, berkenaan dengan persaingan proses globalisasi. Tujuan dari pekerjaan ini adalah untuk menyoroti kebutuhan untuk melibatkan diaspora, dengan dukungan dan stimulasi Pemerintah, melibatkan pengusaha, universitas dan masyarakat sipil, dalam peluncurannya percepatan pengembangan wilayah Kroasia Timur dan seluruh Republik Kroasia.

21. Tulisan yang ditulis oleh Widya Fitriana, “*Triple Helix Role of Triple Helix Actors for Agro Tourism Development in West Sumatera*”.²¹¹ Pada artikel ini peneliti menjelaskan Sektor pertanian sebagai kontributor utama dalam struktur PDB di Sumatera Barat dituntut untuk dapat melakukan diversifikasi usaha agar mencapai ekonomi yang tertinggikan pembangunan sosial. Satu bisnis pertanian yang beragam prospektif untuk dikembangkan adalah agrowisata. Pengembangan agrowisata membutuhkan kolaborasi dan sinergi antara akademisi, pengusaha, dan pemerintah yang dikenal sebagai aktor triple *Helix*. Studi ini dirancang dengan tujuan untuk (i) memetakan potensi agrowisata di Sumatera Barat; (ii) menganalisis peran masing-masing aktor yang memungkinkan mereka untuk mengambil tindakan dalam mempercepat Pengembangan agrowisata. Penelitian ini menggunakan metode observasi, wawancara mendalam, studi literatur, dan diskusi kelompok fokus. Hasilnya menunjukkan bahwa agrowisata di Barat Sumatera menonjol karena nilai alam dan budayanya yang besar, tetapi berskala kecil dan kurang fasilitas

²¹¹ Dalam Jurnal MIMBAR, Vol. 33, No. 2nd (December, 2017) pp 219-227. Print ISSN: 0215-8175; Online ISSN: 2303-2499. DOI: <http://dx.doi.org/10.29313/mimbar.v33i2.2098>, h. 219-227. Accredited B. Indexed by DOAJ, Sinta, IPI.

lokal. Ini juga membutuhkan tingkat investasi yang relatif tinggi untuk pengembalian modalnya. Oleh karena itu, dukungan pemerintah merupakan elemen penting dalam pengembangan agrowisata dan upaya ini juga dapat diarahkan dengan lebih baik ke arah konsolidasi dengan bisnis dan intelektual.

22. Penelitian yang dilakukan oleh Tri Yuningsih, Titi Darmi, Susi Sulandari, dengan judul Model *Pentahelik* Dalam Pengembangan Pariwisata Di Kota Semarang²¹² dalam penelitian ini mendeskripsikan model *pentaHelix* dalam pengembangan pariwisata di kota Semarang. Permasalahannya adalah kurang optimalnya kerjasama antar aktor yang terlibat. Teori yang digunakan adalah Teori Aktor Kebijakan dan *Model PentaHelix*. Jenis penelitian deskriptif, pendekatan kualitatif. Data dikumpulkan melalui: wawancara, observasi dan kepustakaan. Penentuan informan dengan teknik *Snowball* dan *key informan* Kepala Dinas Pariwisata dan Kebudayaan kota Semarang. Analisis data dengan cara: kondensasi data, verifikasi data dan penarikan kesimpulan. Validasi data menggunakan *triangulasi* sumber. Dari penelitian dapat diketahui : (1) Pengembangan pariwisata kota Semarang menggunakan model *pentaHelix*, sudah melibatkan akademisi, pemerintah, komunitas, bisnis, dan media massa (2) Temuan lapangan adalah Badan Promosi Pariwisata Kota Semarang (BP2KS) belum optimal dan (3) Kerjasama antar aktor model *pentaHelix* yang ada di kota Semarang dari hasil penelitian belum optimal. Rekomendasi penelitian: dilakukan revisi terhadap perda kepariwisataan kota Semarang yang menyangkut “kerjasama antar aktor, penguatan kapasitas kelembagaan BP2KS, dan peneliti berikutnya disarankan mengambil fokus penelitian dengan lokus yang berbeda atau melakukan perbandingan dengan fokus yang sama.
23. Artikel yang ditulis oleh Novy Setia Yunas, yang berjudul “Implementasi Konsep *Penta Helix* dalam Pengembangan Potensi Desa melalui Model Lumbung Ekonomi Desa di Provinsi Jawa Timur”. Kesenjangan kesejahteraan, tingginya jumlah penduduk miskin, minimnya akses informasi dan buruknya

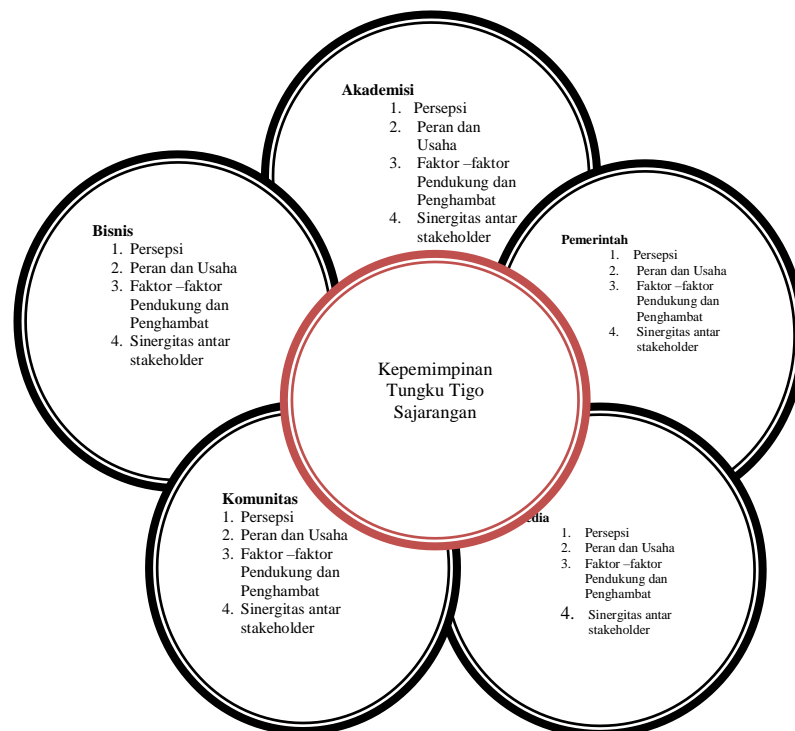
²¹² Journal of Public Sector Innovation, Vol. 3, No. 2, Mei Tahun 2019, h. 84 – 93.

sarana infrastruktur di perdesaan menjadi akar permasalahan kemiskinan. BPS mencatat, pada 2018 sekira 1.035 desa mampu mengoptimalkan potensi desanya dari 8.496 wilayah setingkat desa di Jawa Timur. Problem tersebut diharapkan dapat direduksi melalui lahirnya UU No 6 tahun 2014 yang memberikan kewenangan kepada desa untuk mengembangkan potensi yang ada. Desa didorong agar mampu mengembangkan berbagai inovasi dan bersinergi dengan akademisi, sektor swasta, pemerintah, dan media (*penta Helix*). Tulisan ini akan menjelaskan model inovasi bagi pengembangan potensi desa sebagai upaya meningkatkan kesejahteraan masyarakat desa di Provinsi Jawa Timur berupa Lumbung Ekonomi Desa dengan konsep *Penta Helix*, mulai dari pemetaan dan pelatihan pengelolaan potensi desa hingga digitalisasi ekonomi perdesaan bagi generasi muda dalam pemasaran potensi yang telah dikelola (e-nomakaryo dibaca: enom makaryo). Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Penelitian dilakukan di tiga desa antara lain Desa Panglungan, Wonosalam, Jombang dengan potensi kopi excelsa dan wisata; Desa Kebonagung, Sawahan, Nganjuk dengan potensi kacang mente dan Desa Made, Kudu, Jombang dengan potensi Gadung. Melalui model ini diharapkan pengembangan potensi desa akan berdampak pada kesejahteraan dan kemandirian masyarakat desa.

Dari semua penelitian terdahulu yang penulis kemukakan, semua sangat berhubungan dengan penelitian penulis saat ini. Beberapa darinya berhubungan dengan konsep Helixes dalam pengembangan inovasi di suatu daerah maupun suatu negara. Maupun tulisan yang lain yang berkenaan tema penulis, seperti pariwisata halal, pariwisata di Sumatera Barat. Namun dari semua tulisan artikel yang penulis kemukakan, masih berbeda dengan penelitian penulis. Yaitu tentang Model Penta Helix dalam Pengembangan Pariwisata Halal di Sumatera Barat, dan belum ada ditemukan dari beberapa artikel yang sama temanya dengan penelitian penulis. Namun ada beberapa artikel yang masih berhubungkait dengan penelitian penulis saat ini. Ini akan menjadi kerangka dasar bagi penulis untuk mengadakan penelitian

ini. Tujuan dari penelitian terdahulu ini adalah supaya tidak ada pengulangan penelitian yang sama, dengan tema yang sama dan *lokus* (tempat) yang sama.

C. Kerangka Pemikiran



BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

Metodologi penelitian merupakan suatu alat yang digunakan oleh seorang peneliti dalam memperoleh data untuk menjawab sebuah persoalan yang hendak diteliti. Penelitian tersebut ada yang menggunakan metode kualitatif, kuantitatif dan bahkan ada juga dengan menggunakan gabungan antara keduanya, yaitu kualitatif dan kuantitatif. Metodologi merupakan satu proses perencanaan terhadap langkah-langkah yang perlu diambil melaksanakan penyelidikan. Metode kualitatif yang bertujuan menjelaskan fenomena sedalam-dalamnya melalui pengumpulan data dengan fokus pembahasannya berkaitan dengan kegiatan manusia secara normatif maupun secara historis. Untuk mendapatkan data-data yang diperlukan dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif sebagai pendekatan dari penelitian ini.²¹³

A. Jenis Penelitian dan Pendekatannya

Jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif deskriptif, yaitu data yang dikumpulkan berbentuk kata-kata, gambar, bukan angka-angka.²¹⁴ Menurut Bogdan dan Taylor, sebagaimana yang dikutip oleh Lexy J. Moleong, penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati.²¹⁵ Menurut Kirk dan Miller²¹⁶ metode kualitatif adalah tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung pada pengamatan manusia dalam cirikhasnya sendiri.²¹⁷

²¹³Lexy. J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2000), h. 3

²¹⁴ Sudarwan Danim, *Menjadi Peneliti Kualitatif Rancangan Metodologi, Presentasi, dan Publikasi Hasil Penelitian untuk Mahasiswa dan Penelitian Pemula Bidang Ilmu Sosial, Pendidikan, dan Humaniora*, (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2002), Cet. I, h. 51.

²¹⁵Lexy. J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, h. 5.

²¹⁶ Kirk dan M.L.Mille, *Realiability and Validity in Qualitative Research* (Beverly Hills: Sage Publication, 1986), h. 9.

²¹⁷ Noeng Muhajir, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, edisi. IV. (Jogyakarta: Rake Sarasin, 2000), 148.

Pada penelitian ini penulis mengumpulkan data dari informan-informan yang berasal dari unsur stakeholder Penta Helix, yaitu, Akademisi, Pemerintah, Bisnis, Komunitas dan Media. Penulis menghimpun data dari lima stakeholders tersebut. Adapun *feedback* atau umpan balik yang ingin penulis ketahui dari stakeholders tersebut adalah, Pertama bagaimana pemahaman dan persepsi mereka tentang Pariwisata Halal. Kedua, Peran dan usaha apa saja yang sudah mereka buat untuk pariwisata halal. Ketiga, Apa saja aspek-aspek pendukung dan apa saja hambatan-hambatan yang mereka hadapi dalam penerapan pariwisata halal di Sumatera Barat, dan Keempat, Kerjasama dalam bidang apa saja yang telah lakukan antara stakeholders.

Penelitian kualitatif pada umumnya bersifat deskriptif yaitu menggambarkan apa adanya tentang sesuatu variabel, gejala atau keadaan dan lebih cenderung menggunakan analisa dengan pendekatan induktif, dilakukan dalam situasi yang wajar dan mengedepankan emik bukan etik, menekankan kualitas data bukan banyaknya (kuantitas) data.

Penelitian kualitatif bersifat induktif sebagai ciri dan karakteristiknya, maka pengembangan konsep yang didasarkan kepada data yang ada, mengikuti desain penelitian yang fleksibel sesuai dengan konteksnya.²¹⁸ Ada beberapa ciri penelitian kualitatif, yaitu:

1. Penelitian kualitatif menggunakan latar alamiah atau pada konteks dari suatu keutuhan (*entity*);
2. Penelitian kualitatif instrumennya adalah manusia, baik peneliti sendiri atau dengan bantuan orang lain;
3. Penelitian kualitatif menggunakan metode kualitatif;
4. Penelitian kualitatif menggunakan analisa data dengan menggunakan metode induktif;
5. Penelitian kualitatif lebih menghendaki arah bimbingan penyusunan eori substantif yang berasal dari data;

²¹⁸ Suharsimi Arikunto, *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik* (Jakarta: Aneka Cipta, 2006), h. 15.

6. Penelitian keualitatif dengan mengumpulkan data-data deskriptif (kata-kata, gambar) bukan angka-angka;
7. Penelitian kualitatif lebih mementingkan proses daripada hasil.
8. Penelitian kualitatif menghendaki adanya batas dalam penelitiannya atas dasar fokus yang timbul sebagai masalah dalam penelitian;
9. Penelitian kualitatif mendefinisikan validitas, reabilitas, dan objektivitas dan versi lain dibandingkan dengan yang lazim digunakan dalam penelitian klasik;
10. Penelitian kualitatif menyusun desain yang secara terus-menerus disesuaikan dengan kenyataan lapangan (bersifat sementara) dan
11. Penelitian kualitatif menghendaki agar pengertian dan hasil interpretasi yang diperoleh dirundingkan dan disepakati oleh manusia yang dijadikan sumber data.²¹⁹

Menurut Creswell, ada 5 pendekatan dalam penelitian kualitatif yaitu:²²⁰

1. Studi Naratif: Studi naratif bisa didefinisikan sebagai studi yang berfokus pada narasi, cerita, atau deskripsi tentang serangkaian peristiwa terkait dengan pengalaman manusia. studi ini bisa mencakup banyak hal, antara lain
 - Biografi yaitu narasi tentang pengalaman orang lain.
 - Auto-etnografi atau autobiografi yaitu pengalaman yang ditulis sendiri oleh subjek penelitian.
 - Sejarah kehidupan yaitu rekaman sejarah utuh tentang kehidupan seseorang.
 - Sejarah tutur yaitu sejarah kehidupan yang diperoleh dari hasil ingatan peneliti.

²¹⁹ Bogdan, R.C., Biklen, S.K, *Qualitative Research for education an Introduction to Theory and Methods*, Fourt Edition (New York: Pearson Education Group, Inc, 2003), h. 21-22.

²²⁰ John W. Creswell, *Research Desaign: Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches. Second edition* (Nebraska University Of Nebraska, Sage Publication, 2003), h. 13-15, Timothy C Guetteerman. Descriptions of Sampling Practice Within Five Approaches to Qualitative Research ini Education an The Health Scienc, Forum: Qualitative Social Research (ISSN 1438-5627), Volume 16, No.2, Art. 25 May 2015.

Prosedur yang digunakan biasanya berupa *restoring*, yakni penceritaan kembali cerita tentang pengalaman individu, atau *progresif-regresif*, di mana peneliti memulai dengan suatu peristiwa penting dalam kehidupan sang partisipan. Pengumpulan datanya dilakukan dengan wawancara mendalam dan observasi. Analisisnya berpijak pada *kronologi* peristiwa yang menekankan pada titik-balik atau *epiphanies* dalam kehidupan partisipan.

2. Studi fenomenologi: Merupakan studi yang berusaha mencari "esensi" makna dari suatu fenomena yang dialami oleh beberapa individu. Untuk menerapkan riset fenomenologis, peneliti bisa memilih antara *fenomenologi hermeneutik* yaitu yang berfokus pada "penafsiran" teks-teks kehidupan dan pengalaman hidup atau *fenomenologi transendental* dimana peneliti berusaha meneliti suatu fenomena dengan mengesampingkan prasangka tentang fenomena tersebut. Prosedurnya yang terkenal adalah *Epoche* (pengurangan), yakni suatu proses di mana peneliti harus mengesampingkan seluruh pengalaman sebelumnya untuk memahami semaksimal mungkin pengalaman dari para partisipan. Analisisnya berpijak pada *horizontalisasi*, di mana peneliti berusaha meneliti data dengan menyoroti pernyataan penting dari partisipan untuk menyediakan pemahaman dasar tentang fenomena tersebut.

3. Studi *Grounded Theory*: Studi *grounded theory* menekankan upaya peneliti dalam melakukan analisis abstrak terhadap suatu fenomena, dengan harapan bahwa analisis ini dapat menciptakan teori tertentu yang dapat menjelaskan fenomena tersebut secara spesifik. *Grounded theory* bisa dilakukan dengan berpijak pada pendekatan *prosedur sistematis* yang memanfaatkan kausalitas, konsekuensi, *coding* selektif, dan sebagainya dari fenomena yang diteliti atau *prosedur konstruktivis* yang memanfaatkan pengumpulan data dengan cara *memoing* terhadap pandangan, keyakinan, nilai, atau ideologi dari para partisipan. Prosedur *grounded theory* umumnya berpijak pada *coding terbuka* atas kategori data, selanjutnya *coding aksial* di mana data disusun dalam suatu diagram logika, dan terakhir mengidentifikasi *konsekuensi* dari proses *coding* tersebut, agar bisa sepenuhnya mengembangkan suatu model teoritis tertentu.

4. Studi Etnografis: Studi etnografis berusaha meneliti suatu kelompok kebudayaan tertentu berdasarkan pada pengamatan dan kehadiran peneliti di lapangan dalam waktu yang lama. pada umumnya, ada dua tipe etnografi yaitu *etnografi realis* dimana peneliti berperan sebagai pengamat "objektif", merekam fakta dengan sikap yang tidak memihak dan *etnografi kritis* dimana studinya diarahkan untuk meneliti sistem kultural dari kekuasaan, hak istimewa, dan otoritas dalam masyarakat untuk menyuarakan aspirasi kaum marjinal dari berbagai kelas, ras dan gender. Prosedurnya sering kali berdasar pada pendekatan *holistik* untuk memotret kelompok kebudayaan tertentu yang analisisnya memanfaatkan data *emik* (pandangan partisipan) dan data *etis* (pandangan peneliti) untuk tujuan praktis dan/atau advokatoris demi kepentingan kelompok kebudayaan itu sendiri.
5. Studi Kasus: Studi kasus merupakan salah satu jenis pendekatan kualitatif yang menelaah sebuah "kasus" tertentu dalam konteks atau *setting* kehidupan nyata kontemporer. Peneliti studi kasus dapat memilih tipe penelitiannya berdasarkan tujuan, yakni studi kasus instrumental tunggal yang berfokus pada satu isu atau persoalan tertentu, studi kasus kolektif yang memanfaatkan beragam kasus untuk mengilustrasikan suatu persoalan penting dari berbagai perspektif, studi kasus intrinsik yang fokusnya adalah pada kasus itu sendiri, karena dianggap unik atau tidak biasa. Prosedur utamanya menggunakan *sampling purposeful* (untuk memilih kasus yang dianggap penting), yang kemudian dilanjutkan dengan *analisis holistik* atas kasus tersebut melalui deskripsi detail atas pola-pola, konteks dan *setting* di mana kasus itu terjadi.

Sementara itu, penelitian deskriptif adalah suatu bentuk penelitian yang ditujukan untuk mendeskripsikan atau menggambarkan fenomena-fenomena yang ada, baik fenomena alamiah maupun rekayasa manusia.²²¹ Adapun tujuan dari penelitian deskriptif adalah untuk membuat pencandraan secara sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta dan sifat populasi atau daerah tertentu. Penelitian ini digunakan

²²¹ Lexy. J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, h. 17.

untuk mengetahui bagaimana kerjasama antara stakeholders yang berperan untuk memajukan pariwisata Sumatera Barat, terutama ceruk pariwisata halal.

Berdasarkan fokus dan tujuan penelitian, maka penelitian ini merupakan kajian yang mendalam guna memperoleh data yang lengkap dan terperinci. Untuk itu penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif kualitatif menurut Best, seperti yang dikutip Sukardi adalah “metode penelitian yang berusaha menggambarkan dan menginterpretasikan objek sesuai dengan apa adanya”.²²² Demikian juga Prasetya mengungkapkan bahwa “penelitian deskriptif adalah penelitian yang menjelaskan fakta apa adanya”.²²³

Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang temuannya diperoleh berdasarkan paradigma, strategi dan implementasi model secara kualitatif.²²⁴ Sedangkan menurut Manca seperti yang dikutip oleh Moleong, Penelitian kualitatif memiliki ciri-ciri sebagai berikut: (1) Merupakan tradisi Jerman yang berlandaskan idealisme, humanisme, dan kulturalisme; (2) penelitian ini dapat menghasilkan teori, mengembangkan pemahaman, dan menjelaskan realita yang kompleks; (3) Bersifat dengan pendekatan induktif-deskriptif; (4) memerlukan waktu yang panjang; (5) Datanya berupa deskripsi, dokumen, catatan lapangan, foto, dan gambar; (6) Informannya “*Maximum Variety*”; (7) berorientasi pada proses; (8) Penelitiannya berkonteks mikro.²²⁵

B. Desain Penelitian

Desain penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah *sequential exploratory*, yaitu mengumpulkan dan menganalisis data kualitatif kemudian mengumpulkan dan menganalisis data kuantitatif. Dalam penelitian ini lebih

²²²Sukardi, *Metode Penelitian Pendidikan : Kompetensi dan Prakteknya*, (Jakarta : Bumi Aksara, 2005), 157.

²²³Prasetya Irawan, *Logika dan Prosedur Penelitian : Pengantar Teori dan Panduan Praktis Penelitian Sosial bagi Mahasiswa dan Peneliti Pemula*, (Jakarta : STAIN, 1999), 59.

²²⁴Aminudin, *Tujuan, Strategi dan Model dalam Penelitian Kualitatif*, (dalam *Metodologi Penelitian Kualitatif : Tinjauan Teoritis dan Praktis*), (Malang : Lembaga Penelitian UNISMA, tt). 48.

²²⁵Lexy J. Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif*, (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 1999), 24.

menekankan pada metode kualitatif²²⁶. Menurut McMillan, Creswell, pada tahap pertama akan diisi dengan pengumpulan dan analisis data kualitatif, kemudian pengumpulan dan menganalisis data kuantitatif. Data kualitatif ini didapatkan melalui wawancara dengan informan secara mendalam. Metode kualitatif digunakan untuk memperoleh gambaran mengenai kinerja stakeholder yang tergabung dalam Penta Helix. Selain itu, metode ini juga untuk mengetahui faktor-faktor pendukung dan penghambat yang dihadapi oleh stakeholder Penta Helix dalam pengembangan pariwisata halal di Sumatera Barat.

C. Subjek Penelitian

Subyek penelitian adalah orang, tempat, atau benda yang diamati dalam rangka pembumbutan sebagai sasaran Kamus Bahasa Indonesia. Dalam penelitian ini subjek penelitiannya adalah para stakeholder pariwisata yang tergabung dalam Penta Helix (Lima Helix) yaitu: Akademisi, Pemerintah, Bisnis, Komunitas dan Media.

D. Objek Penelitian

Yang dimaksud dengan obyek penelitian adalah hal yang menjadi sasaran penelitian²²⁷. Menurut Supranto²²⁸ obyek penelitian adalah himpunan elemen yang dapat berupa orang, organisasi atau barang yang akan diteliti. Kemudian dipertegas Anto Dayan²²⁹, obyek penelitian, adalah pokok persoalan yang hendak diteliti untuk mendapatkan data secara lebih terarah. Adapun Obyek penelitian dalam penelitian ini adalah bagaimana pengembangan pariwisata halal di Sumatera Barat dengan menggunakan model Penta Helix.

E. Informan Penelitian

Populasi dalam penelitian ini adalah lima stakeholder pariwisata yang disebut dengan Penta-Helix. Penta-Helix terdiri dari Akademisi, Pemerintah,

²²⁶ Stones, M. and J. McMillan, *Payment for participation in research: a pursuit for the poor?* (J Med Ethics, 2010, h. 402).

²²⁷ Prasetya Irawan. *Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif untuk Ilmu-Ilmu Sosial* (Jakarta: DIA FISIP UI, 2006). h. 101.

²²⁸ Kamus Bahasa Indonesia, (1989: 862) Subjek dan Objek Penelitian.

²²⁹ Ibid.

Bisnis, Komnitas dan Media. Adapun sampel dan informan yang peneliti ambil adalah dengan menggunakan purposive sampling dari kelima stakeholder tersebut. Untuk memudahkan peneliti dalam mengambil sampel dan informan penelitian, maka peneliti mempunyai gambaran sampel dan informan sebagai berikut:

1. *Akademisi*; Akademisi pada model Penta Helix berperan sebagai konseptor. Seperti melakukan standarisasi proses bisnis serta sertifikasi produk dan ketrampilan sumber daya manusia. Akademisi dalam hal ini merupakan sumber pengetahuan dengan konsep, teori-teori terbaru dan relevan dengan pariwisata dikembangkan di Provinsi Sumatera Barat untuk mendapatkan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan. Sehingga peran akademisi disini adalah berbagi informasi dengan stakeholder lainnya dalam pengembangan pariwisata di Sumatera Barat. Di Sumatera Barat ada beberapa perguruan tinggi yang membuka program studi pariwisata. Diantaranya adalah Pusat Pengembangan Pariwisata, Kebudayaan dan ekonomi Kreatif Universitas Negeri Andalas, UIN Imam Bonjol, Politeknik Unand, IAIN Bukittinggi, Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat dan lain-lain.
2. *Bisnis*: Bisnis pada model Penta Helix berperan sebagai *enabler*. Bisnis merupakan entitas yang melakukan proses bisnis dalam menciptakan nilai tambah dan mempertahankan pertumbuhan yang berkelanjutan. Bisnis berperan sebagai enabler menghadirkan infrastruktur TIK. Dengan adanya perubahan ke era digital maka dapat membantu pengembangan pariwisata halal di Provinsi Sumatera Barat menjadi lebih efektif, efisien, dan produktif. Dalam program pengembangan pariwisata halal di Provinsi Sumatera Barat, yang memiliki peran sebagai bisnis adalah pemilik bisnis pariwisata itu sendiri dan juga perusahaan swasta yang terdiri dari pemilik destinasi wisata, pemilik hotel, pemilik restoran, pemilik kuliner, pemilik agen perjalanan wisata, pemilik transportasi. Para pemilik bisnis bidang pariwisata ini memainkan peran sebagai penentu strategi dalam mengembangkan bisnis. Dengan adanya model Penta Helix maka dapat menggerakkan para pebisnis pariwisata ini untuk lebih meningkatkan kreativitas, ide, dan ketrampilan melalui kolaborasi yang tercipta dengan berbagai stakeholder.

3. *Komunitas*: Komunitas pada model Penta Helix berperan sebagai akselerator. Dalam hal ini komunitas merupakan orang-orang yang memiliki minat yang sama dan relevan dengan bisnis yang berkembang. Bertindak sebagai perantara atau menjadi penghubung antar pemangku kepentingan untuk membantu stakeholder pariwisata halal yang lain dalam keseluruhan proses dan memperlancar adopsi proses bisnis ke era digital. Komunitas juga memiliki peran untuk mempromosikan produk atau layanan pariwisata halal. Komunitas pada dasarnya merupakan suatu entitas stakeholder pariwisata halal yang dibentuk dengan tujuan untuk memenuhi kebutuhan dan mengaktualisasikan keberadaan para anggotanya. Adapun komunitas-komunitas yang terlibat dalam pengembangan pariwisata halal di Provinsi Sumatera Barat adalah Perekspansi Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI) Provinsi Sumatera Barat, Asosiasi Hotel dan Restoran Syariah Indonesia (AHSIN) Provinsi Sumatera Barat, Generasi Pesona Indonesia (GenPi) Provinsi Sumatera Barat, *Association of The Indonesian Tours and Travel Agencies* (ASITA), *Halal Care Community Wilayah Sumatera Barat*, Komunitas Pecinta Produk Halal Indonesia Wilayah Sumatera Barat, Indonesian Halal Watch (IHC) Wilayah Sumatera Barat.
4. *Pemerintah*: Pemerintah pada model Penta Helix berperan sebagai regulator. Pemerintah berperan sebagai regulator sekaligus berperan sebagai kontroler yang memiliki peraturan dan tanggung jawab dalam mengembangkan usaha. Dalam hal ini melibatkan semua jenis kegiatan seperti perencanaan, pelaksanaan, pemantauan, pengendalian, promosi, alokasi keuangan, perizinan, program, Undang-Undang, pengembangan dan pengetahuan, kebijakan inovasi publik, dukungan untuk jaringan inovasi dan kemitraan publik-swasta. Pemerintah juga memiliki peran dalam mengkoordinasi para pemangku kepentingan yang berkontribusi pada pengembangan pariwisata halal di Provinsi Sumatera Barat
5. *Media*: Media pada model Penta Helix berperan sebagai *expenders*. Media berperan dalam mendukung publikasi dalam promosi dan membuat *brand image*. Dalam program pengembangan pariwisata halal di Provinsi Sumatera

Barat yang mendukung hal ini adalah media-media *mainstream* baik cetak maupun elektronik. Namun saat ini bukan hanya peran media mainstream saja yang mendukung publikasi dan sosialisasi, media sosial seperti *facebook*, *instagram*, *twitter*, WhatsApp dan lain-lain juga sangat membantu secara masif, destinasi-destinasi pariwisata yang baru dan tidak memerlukan biaya yang banyak.

Informan yang diambil dalam penelitian ini adalah sampel berdasarkan kriteria dan tujuan dalam penelitian kualitatif disebut sebagai *Criterion Based or Purposive Sampling*,²³⁰ yaitu sampel diambil dari pihak yang terlibat langsung dalam program pariwisata halal di Sumatera Barat dan dianggap paling mengetahui persoalan yang sedang berkembang, dalam penelitian ini sampel yang dianggap sesuai adalah unsur Penta Helix, yaitu Pemerintah, Akademisi, Bisnis, Komunitas dan Media.

F. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini adalah di Propinsi Sumatera Barat. Dipilihnya Sumatera Barat sebagai objek penelitian, karena Sumatera Barat menjadi salah satu tiga provinsi di Indonesia yang menjadi prioritas pemerintah Indonesia melalui Kementerian Pariwisata, selain Propinsi Aceh dan Nusatenggara Barat (NTB). Adapun wilayah yang menjadi objek penelitian adalah Kota Padang, Kota Bukittinggi, Kabupaten Agam, Kabupaten/Kab. Solok, Kabupaten Tanah Datar, dan Kabupaten Lima Puluh Koto. Dipilihnya beberapa kota dan kabupaten tersebut disebabkan daerah-daerah tersebut merupakan daerah-daerah yang menjadi prioritas Provinsi Sumatera Barat dalam pengembangan pariwisata yang tertuang dalam Rencana Induk Pariwisata Daerah (Ripparda) Provinsi Sumatera Barat. Selain itu, daerah-daerah ini juga mempunyai destinasi-destinasi wisata yang sangat menarik dan layak dijual ke dunia internasional.

²³⁰ J, Ritchie dkk, *Designing and Selecting Samples*, in J Ritchie dan J Lewis (eds) *Qualitative Research Practice: a Guide for Social Science Student and Researchers* (London: Sage Publication), h. 79.

G. Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Maret 2019 sampai dengan bulan Desember 2019. Berikut ini adalah rencana dan jadwal penelitian yang akan peneliti laksanakan.

H. Sumber Data

Data dalam penelitian ini dibagi menjadi data primer dan data sekunder. Data primer adalah data yang diperoleh dari sumber pertama baik dari individu seperti hasil wawancara yang dilakukan oleh peneliti, pemberian angket, dan observasi secara langsung. Untuk melihat peta pengembangan pariwisata halal di seluruh wilayah Provinsi Sumatera Barat, peneliti melakukan observasi secara langsung ke destinasi wisata halal tersebut sebagai dasar untuk memahami potensi dan permasalahan yang dihadapi dalam pengembangan wisata halal. Wawancara yang dimaksud adalah wawancara yang mendalam (*depth interview*) dengan sifat pertanyaan terstruktur untuk memahami objek penelitian. Wawancara ini dilakukan terutama lima stakeholder pariwisata yaitu:

- 1) Akademisi: Ketua Prodi Pariwisata Universitas Sumatera Barat, Ketua Prodi Pariwisata Sekolah Tinggi Pariwisata (STP) Sumatera Barat.
- 2) Pemerintah: Dinas Parawisata Provinsi Sumatera Barat, Kepala Dinas Parawisata Kabupaten Agam, Sekretaris Dinas Parawisata Kabupaten Lima Puluh Kota, Dinas Parawisata Kota Bukittinggi, Dinas Pariwisata Kab Tanah Datar, Anggota Majelis Ulama Indonesia (MUI) Sumbar, Anggota DPRD Provinsi Sumbar.
- 3) Bisnis: Ketua ASITA Sumatera Barat, Wakil Ketua Persatuan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI) Sumbar, General Manajer Hotel syariah Rangkayo Basa Padang
- 4) Komunitas: Ketua Generasi Pesona Indonesia (GenPi) Provinsi Sumatera Barat, Ketua ASITA Sumatera Barat,

- 5) Media: Redaksi Harian Singgalang, Padek.com, Harian Haluan. Instagram: #Dinaspariwisatasubar, #wisatahalalsubar, #

Selain 5 *stakeholder* diatas, wawancara juga akan dilakukan dengan masyarakat dan wisatawan mancanegara maupun nusantara yang ada di sekitar lokasi destinasi wisata.

Sedangkan data sekunder, data yang dikumpulkan dari sumber-sumber sebelumnya, baik dari hasil penelitian maupun publikasi. Misalnya jumlah wisatawan nasional dan mancanegara, destinasi wisata yang terdapat di Provinsi Sumatera Barat melalui dikumentasi Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat, dan studi pustaka tentang wisata halal.

I. Teknik Pengumpulan Data

Teknik yang digunakan dalam desain penelitian *sequential exploratory* ini untuk pengumpulan data dilakukan secara berurutan dalam pengumpulan datanya. Data yang diambil baik data kualitatif maupun data kuantitatif akan saling menunjang satu sama lain. Dalam penelitian ini pengumpulan datanya menggunakan:

1. Observasi

Observasi merupakan teknik yang mendasar dalam penelitian non tes. Observasi dilakukan dengan pengamatan yang jelas, rinci, lengkap, dan sadar tentang perilaku individu sebenarnya di dalam keadaan tertentu. Pentingnya observasi adalah kemampuan dalam menentukan faktor-faktor awal mula perilaku dan kemampuan untuk melukiskan akurat reaksi individu yang diamati dalam kondisi tertentu. Observasi dalam penelitian kualitatif dilakukana terhadap situasi sebenarnya yang wajar, tanpa dipersiapkan, dirubah atau bukan diadakan khusus untuk keperluan penelitian. Observasi dilakukan pada obyek penelitian sebagai sumber data dalam keadaan asli atau sebagaimana keadaan sehari-hari.

Marshall dalam Sugiono²³¹ menyatakan bahwa “*through observation, the researcher learn about behavior and he meaning attached to those behavior*”. Jadi melalui observasi, peneliti belajar tentang perilaku dan makna dari perilaku tersebut. Berkaitan dengan observasi yang dilakukan dalam penelitian kualitatif maka observasi yang digunakan yaitu observasi langsung. Observasi langsung dalam penelitian ini digunakan untuk mengungkap data mengenai pemahaman dan tindakan-tindakan apa saja yang sudah pernah dilakukan oleh 5 stake holder dalam Model Penta Helix, sehingga didapati analingsa sementara tentang pengembangan pariwisata halal di Provinsi Sumatera Barat.

2. Wawancara

Wawancara adalah percakapan dengan maksud tertentu. Percakapan dilakukan oleh dua pihak, yaitu pewawancara (*interviewer*) yang mengajukan pertanyaan dan pewawancara (*interviewee*) yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu.²³²

Jenis wawancara yang digunakan dalam penelitian ini adalah wawancara mendalam (*in-depth interview*). Tujuan peneliti menggunakan metode ini adalah untuk memperoleh data secara jelas dan konkret tentang bagaimana peranan pemerintah daerah melalui dinas pariwisata mampu untuk mengelola potensi pariwisata yang terdapat di daerahnya. Peneliti menggunakan metode ini sebagai petunjuk wawancara yang hanya berisi petunjuk secara garis besar tentang proses dan isi wawancara untuk menjaga agar pokok-pokok yang direncanakan dapat seluruhnya tercakup. Pelaksanaan wawancara dan pengurutan pertanyaan disesuaikan dengan keadaan responden dalam konteks wawancara sebenarnya.

Peneliti menggunakan wawancara mendalam (*indepth interview*) dengan menggunakan *interview guide* yang pokok kemudian pertanyaan dikembangkan seiring atau sambil bertanya setelah informan tersebut menjawab sehingga terjadi wawancara yang interaktif antara peneliti dengan informan. Wawancara dilakukan sambil direkam sehingga data yang diperoleh dapat dikonfirmasi kembali.

²³¹ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (Bandung: Alfabeta, 2011), h. 310.

²³² Lexy Moleong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya..cet 2, 2010), h. 186.

3. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah salah satu metode pengumpulan data yang digunakan dalam metodologi penelitian sosial. Metode dokumentasi digunakan untuk mencari dokumen-dokumen kepariwisataan di Provinsi Sumatera Barat, misalnya jumlah wisatawan dan destinasi wisata, juga data dari statistic pariwisata Sumatera Barat dari Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Sumatera Barat. Selain dari data dari pemerintah, peneliti juga mengambil data dokumen dari agen-agen travel, komunitas-komunitas, dan dari media-media.

J. Instrumen Penelitian

Instrumen penelitian yang digunakan adalah lembar observasi, lembar wawancara (*interview*), dokumen tertulis, brosur, literasi penunjang, laporan-laporan lainnya. Instrumen utama dalam penelitian ini adalah peneliti sendiri yang dibantu dan didukung oleh instrumen lainnya. Untuk metode kualitatif, peneliti menggunakan instrumen lembar wawancara dan lembar observasi.

1. Lembar wawancara digunakan untuk untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu menemukan gambaran mengenai persepsi lima stake holder yang tergabung dalam Penta Helix tentang pariwisata halal dan perkembangannya di Sumatera Barat.
2. Lembar Observasi digunakan untuk melihat apakah Panta Helix sudah melakukan sesuatu yang signifikan untuk perkembangan pariwisata halal di Sumatera Barat.

K. Teknik Analisis Data

Menurut Janice McDrury dalam J Moleong,²³³ tahapan analisis data kualitatif adalah sebagai berikut:

- 1) Membaca/mempelajari data, menandai kat-kat kunci dan gagasan yang ada dalam data,
- 2) Mempelajari kata-kata kunci itu, berupaya menemukan tema-tema yang

²³³ Janice McDrury, *Collaborative Group Analysis of Data*, (1999) dalam J Moelong, *Metodologi Penelitian Kualitatif* (Bandung: Rosda Karya, 2017), h. 248.

berasal dari data.

- 3) Menuliskan “model” yang ditemukan
- 4) Koding yang telah dilakukan

Menurut Seiddel pula dalam J Moleong, proses analisis data kualitatif adalah sebagai berikut:

- 1) Mencatat yang menghasilkan catatan lapangan, dengan hal itu diberi kode agar sumber datanya tetap dapat ditelusuri,
- 2) Mengumpulkan, memilah-milah, mengklasifikasikn, mensintesiskan, membuat ikhtisar dan membuat indeksnya
- 3) Berpikir, dengan jalan membuat agar kategori data itu mempunyai makna, mencari dan menemukan pola dan hubungan-hubungan dan membuat temuan-temuan umum.

Dari beberpa pendapat ini, penulis dalam penelitian ini akan mengemukakan proses, menjelaskan tentang komponen-komponen yang perlu ada dalam satu analisa data.

a. Analisis Data Kualitatif

Analisis data yang dilaksanakan dalam penelitian ini digunakan dua pendekatan, yakni pendekatan kualitatif dan kuantitatif. Menurut Miles dan Hubermas, data kualitatif diperoleh dari data *reduction*, data *display* dan *conclusion drawing/verification*.²³⁴ Reduksi data adalah proses pemilihan, pemusatan perhatian, pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan tertulis di lapangan. Proses ini berlangsung terus menerus selama penelitian berlangsung, bahkan sebelum data benar-benar terkumpul sebagaimana terlihat dari kerangka penelitian, permasalahan studi dan pendekatan pengumpulan data yang dipilih peneliti. Mereduksi data dengan cara seleksi ketat atas data, ringkasan atau uraian data singkat dan menggolongkan dalam pola yang lebih luas.

Menurut Sugiyono,²³⁵ analisis data merupakan proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara,

²³⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian*, h. 334.

²³⁵ *Ibid.*, h.335-336.

observasi, dan dokumentasi, dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan di pelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri dan orang lain. Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan sejak sebelum memasuki lapangan, selama di lapangan dan setelah selesai di lapangan.

Miles dan Huberman dalam Sugiyono²³⁶ mengemukakan bahwa analisis data dalam penelitian kualitatif, dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Pada saat wawancara, peneliti sudah melakukan analisis terhadap jawaban yang diwawancarai. Bila jawaban yang diwawancarai setelah dianalisis terasa belum memuaskan, maka peneliti akan melanjutkan lagi sampai tahap tertentu hingga diperoleh data yang dianggap kredibel. Selain itu, aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, sehingga datanya sudah jenuh.

Tahapan analisis data yang dilakukan selama proses penelitian kualitatif (wawancara) adalah sebagai berikut:

1. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Peneliti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, mencari tema dan polanya dan membuang yang tidak perlu, sehingga data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya.

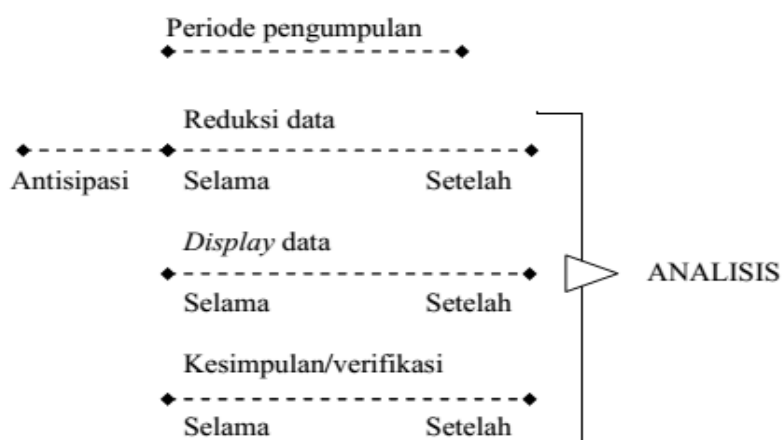
2. Penyajian data (*Data Display*)

Setelah data direduksi, peneliti menyajikan data dalam bentuk uraian singkat atau dengan teks yang bersifat naratif.

3. Kesimpulan

Peneliti menarik kesimpulan dengan didukung bukti-bukti yang valid dan konsisten agar diperoleh kesimpulan yang kredibel.

²³⁶ *Ibid.*, , h. 337-338.



Gambar 1: Komponen dalam Analisis Data (*Flow Model*)

Berdasarkan gambar tersebut terlihat bahwa, setelah peneliti melakukan pengumpulan data, maka peneliti melakukan antisipatori sebelum melakukan reduksi data. Selain itu, dapat disimpulkan juga bahwa langkah-langkah analisis data antara yang satu dengan yang lainnya saling berhubungan satu sama lain. Langkah-langkah tersebut tidak dapat dipisahkan atau pun kerjakan secara tidak urut. Agar dapat menghasilkan data yang baik maka peneliti dalam menganalisis data harus sesuai dengan langkah-langkah yang ada.

Analisis data kualitatif ini dimaksudkan untuk menjawab rumusan masalah mengenai bagaimana Bagaimana persepsi lima *stakeholder* Penta Helix pariwisata tentang pariwisata halal, apa peran dan usaha yang sudah dilakukan oleh *stakeholder* Penta Helix terhadap pengembangan pariwisata halal di Sumatera Barat, apa saja faktor-faktor pendukung dan penghambat dalam pengembangan pariwisata halal di Provinsi Sumatera Barat, serta bagaimana perkembangan Pariwisata Halal di Sumatera Barat sebelum dan sesudah ditetapkannya sebagai destinasi pariwisata halal terbaik dunia.

L. Keabsahan Data

Pemeriksaan terhadap keabsahan data pada dasarnya, selain digunakan untuk menyanggah balik yang dituduhkan kepada penelitian kualitatif yang mengatakan tidak ilmiah, juga merupakan sebagai unsur yang tidak terpisahkan dari tubuh pengetahuan penelitian kualitatif (Moleong, 2007:320). Keabsahan data dilakukan untuk membuktikan apakah penelitian yang dilakukan benar-benar merupakan

penelitian ilmiah sekaligus untuk menguji data yang diperoleh. Uji keabsahan data dalam penelitian kualitatif meliputi uji, *credibility*, *transferability*, *dependability*, dan *confirmability*²³⁷ (Sugiyono, 2007:270). Agar data dalam penelitian kualitatif dapat dipertanggungjawabkan sebagai penelitian ilmiah perlu dilakukan uji keabsahan data. Adapun uji keabsahan data yang dapat dilaksanakan.

1) Perpanjangan Pengamatan

Perpanjangan pengamatan dapat meningkatkan kredibilitas/kepercayaan data. Dengan perpanjangan pengamatan berarti peneliti kembali ke lapangan, melakukan pengamatan, wawancara lagi dengan sumber data yang ditemui maupun sumber data yang lebih baru. Perpanjangan pengamatan berarti hubungan antara peneliti dengan sumber akan semakin terjalin, semakin akrab, semakin terbuka, saling timbul kepercayaan, sehingga informasi yang diperoleh semakin banyak dan lengkap. Perpanjangan pengamatan untuk menguji kredibilitas data penelitian difokuskan pada pengujian terhadap data yang telah diperoleh. Data yang diperoleh setelah dicek kembali ke lapangan benar atau tidak, ada perubahan atau masih tetap. Setelah dicek kembali ke lapangan data yang telah diperoleh sudah dapat dipertanggungjawabkan/benar berarti kredibel, maka perpanjangan pengamatan perlu diakhiri.

2) Meningkatkan kecermatan dalam penelitian

Meningkatkan kecermatan atau ketekunan secara berkelanjutan maka kepastian data dan urutan kronologis peristiwa dapat dicatat atau direkam dengan baik, sistematis. Meningkatkan kecermatan merupakan salah satu cara mengontrol/mengecek pekerjaan apakah data yang telah dikumpulkan, dibuat, dan disajikan sudah benar atau belum. Untuk meningkatkan ketekunan peneliti dapat dilakukan dengan cara membaca berbagai referensi, buku, hasil penelitian terdahulu, dan dokumen-dokumen terkait dengan membandingkan hasil penelitian yang telah diperoleh. Dengan cara demikian, maka peneliti akan semakin cermat dalam membuat laporan yang pada akhirnya laporan yang dibuat akan semakin berkualitas.

²³⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian*, h. 270.

3) Triangulasi

Wiliam Wiersma (1986) mengatakan triangulasi dalam pengujian kredibilitas diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai waktu. Dengan demikian terdapat triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data, dan waktu (Sugiyono, 2007:273).

a) *Triangulasi Sumber*

Untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber. Data yang diperoleh dianalisis oleh peneliti sehingga menghasilkan suatu kesimpulan selanjutnya dimintakan kesepakatan (*member check*) dengan tiga sumber data.²³⁸

b) *Triangulasi Teknik*

Untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Misalnya untuk mengecek data bisa melalui wawancara, observasi, dokumentasi. Bila dengan teknik pengujian kredibilitas data tersebut menghasilkan data yang berbeda, maka peneliti melakukan diskusi lebih lanjut kepada sumber data yang bersangkutan untuk memastikan data mana yang dianggap benar.

c) *Triangulasi Waktu*

Data yang dikumpulkan dengan teknik wawancara di pagi hari pada saat narasumber masih segar, akan memberikan data lebih valid sehingga lebih kredibel. Selanjutnya dapat dilakukan dengan pengecekan dengan wawancara, observasi atau teknik lain dalam waktu atau situasi yang berbeda. Bila hasil uji menghasilkan data yang berbeda, maka dilakukan secara berulang-ulang sehingga sampai ditemukan kepastian datanya.²³⁹ Dalam hal ini penulis akan menggunakan triangulasi sumber saja.

BAB IV HASIL PENELITIAN

²³⁸ *Ibid.*, 274.

²³⁹ *Ibid.*

A. Temuan Umum Penelitian

1. Gambaran Umum Provinsi Sumatera Barat

Nama Provinsi Sumatera Barat bermula pada zaman *Vereenigde Oostindische Compagnie* (VOC), di mana sebutan wilayah untuk kawasan pesisir barat Sumatera adalah *Hoofdcomptoir van Sumatra's westkust*. Sumatera Barat (disingkat Sumbar) adalah sebuah provinsi di Indonesia yang terletak di Pulau Sumatera dengan ibukota Padang.

Provinsi Sumatera Barat terletak sepanjang pesisir barat Sumatera bagian tengah, dataran tinggi Bukit Barisan di sebelah timur, dan sejumlah pulau di lepas pantainya seperti Kepulauan Mentawai. Dari utara ke selatan, provinsi dengan wilayah seluas 42.297,30 km² ini berbatasan dengan empat provinsi, yakni Sumatera Utara, Riau, Jambi, dan Bengkulu. Sumatera Barat adalah rumah bagi etnis Minangkabau, walaupun wilayah adat Minangkabau sendiri lebih luas dari wilayah administratif Provinsi Sumatera Barat saat ini. Provinsi ini berpenduduk sebanyak 4.846.909 jiwa dengan mayoritas beragama Islam. Provinsi ini terdiri dari 12 kabupaten dan 7 kota dengan pembagian wilayah administratif sesudah kecamatan di seluruh kabupaten (kecuali Kabupaten Kepulauan Mentawai) dinamakan sebagai nagari.

Selanjutnya dalam perkembangan administrasi pemerintahan kolonial Hindia Belanda, daerah ini tergabung dalam *Gouvernement Sumatra's Westkust*, termasuk di dalamnya wilayah *Residentie Bengkulu* yang baru diserahkan Inggris kepada Belanda. Kemudian diperluas lagi dengan memasukkan Tapanuli dan Singkil. Namun pada tahun 1905, wilayah Tapanuli ditingkatkan statusnya menjadi *Residentie Tapanuli*, sedangkan wilayah Singkil diberikan kepada *Residentie Atjeh*.

Pada tahun 1914, *Gouvernement Sumatra's Westkust*, diturunkan statusnya menjadi *Residentie Sumatra's Westkust*, dan menambahkan wilayah Kepulauan Mentawai di Samudera Hindia ke dalam *Residentie Sumatra's Westkust*, serta pada tahun 1935 wilayah Kerinci juga digabungkan ke dalam *Residentie Sumatra's Westkust*. Pasca pemecahan *Gouvernement Sumatra's Oostkust*, wilayah Rokan

Hulu dan Kuantan Singingi diberikan kepada Residentie Riouw, dan juga dibentuk Residentie Djambi pada periode yang hampir bersamaan. Pada masa pendudukan tentara Jepang, Residentie Sumatra's Westkust berubah nama menjadi Sumatora Nishi Kaigan Shu. Atas dasar geostrategis militer, daerah Kampar dikeluarkan dari Sumatora Nishi Kaigan Shu dan dimasukkan ke dalam wilayah Rhio Shu.

Pada awal kemerdekaan Indonesia pada tahun 1945, wilayah Sumatera Barat tergabung dalam provinsi Sumatera yang berpusat di Bukittinggi. Empat tahun kemudian, Provinsi Sumatera dipecah menjadi tiga provinsi, yakni Sumatera Utara, Sumatera Tengah, dan Sumatera Selatan. Sumatera Barat beserta Riau dan Jambi merupakan bagian dari keresidenan di dalam Provinsi Sumatera Tengah. Pada masa PRRI, berdasarkan Undang-undang darurat nomor 19 tahun 1957, Provinsi Sumatera Tengah dipecah lagi menjadi tiga provinsi yakni Provinsi Sumatera Barat, Provinsi Riau, dan Provinsi Jambi. Wilayah Kerinci yang sebelumnya tergabung dalam Kabupaten Pesisir Selatan Kerinci, digabungkan ke dalam Provinsi Jambi sebagai kabupaten tersendiri. Begitu pula wilayah Kampar, Rokan Hulu, dan Kuantan Singingi ditetapkan masuk ke dalam wilayah Provinsi Riau. Selanjutnya ibu kota provinsi Sumatera Barat yang baru ini masih tetap di Bukittinggi. Kemudian berdasarkan Surat Keputusan Gubernur Sumatera Barat No. 1/g/PD/1958, tanggal 29 Mei 1958 ibu kota provinsi dipindahkan ke Padang.

2. Keadaan Geografi

Sumatera Barat yang biasa disingkat Sumbar, adalah salah satu provinsi di Indonesia yang terletak di Pulau Sumatera dengan Padang sebagai ibu kotanya. Provinsi Sumatera Barat terletak sepanjang pesisir barat Sumatera bagian tengah, dataran tinggi Bukit Barisan di sebelah timur, dan sejumlah pulau di lepas pantainya seperti Kepulauan Mentawai. Dari utara ke selatan, provinsi dengan wilayah seluas 42.297,30 km² ini berbatasan dengan empat provinsi, yakni Sumatera Utara, Riau, Jambi, dan Bengkulu. Sumatera Barat adalah rumah bagi etnis Minangkabau, walaupun wilayah adat Minangkabau sendiri lebih luas dari wilayah administratif Provinsi Sumatera Barat saat ini. Provinsi ini berpenduduk sebanyak 4.846.909 jiwa dengan mayoritas beragama Islam. Provinsi

ini terdiri dari 12 kabupaten dan 7 kota dengan pembagian wilayah administratif sesudah kecamatan di seluruh kabupaten (kecuali Kabupaten Kepulauan Mentawai) dinamakan sebagai nagari.

Sumatera Barat terletak di pesisir barat di bagian tengah pulau Sumatera yang terdiri dari dataran rendah di pantai barat dan dataran tinggi vulkanik yang dibentuk oleh Bukit Barisan. Provinsi ini memiliki daratan seluas 42.297,30 km² yang setara dengan 2,17% luas Indonesia. Dari luas tersebut, lebih dari 45,17% merupakan kawasan yang masih ditutupi hutan lindung. Garis pantai provinsi ini seluruhnya bersentuhan dengan Samudera Hindia sepanjang 2.420.357 km dengan luas perairan laut 186.580 km².^[6] Kepulauan Mentawai yang terletak di Samudera Hindia termasuk dalam provinsi ini. Seperti daerah lainnya di Indonesia, iklim Sumatera Barat secara umum bersifat tropis dengan suhu udara yang cukup tinggi, yaitu antara 22,6 °C sampai 31,5 °C. Provinsi ini juga dilalui oleh Garis khatulistiwa, tepatnya di Bonjol, Pasaman. Di provinsi ini berhulu sejumlah sungai besar yang bermuara ke pantai timur Sumatera seperti Batang Hari, Siak, Inderagiri (disebut sebagai Batang Kuantan di bagian hulunya), dan Kampar. Sementara sungai-sungai yang bermuara ke pesisir barat adalah Batang Anai, Batang Arau, dan Batang Tarusan. Terdapat 29 gunung yang tersebar di 7 kabupaten dan kota di Sumatera Barat, dengan Gunung Kerinci di kabupaten Solok Selatan sebagai gunung tertinggi, yang mencapai ketinggian 3.085 m. Selain Gunung Kerinci, Sumatera Barat juga memiliki gunung aktif lainnya, seperti Gunung Marapi, Gunung Tandikat, dan Gunung Talang. Selain gunung, Sumatera Barat juga memiliki banyak danau.

Sumatera Barat berbatasan langsung dengan Provinsi Sumatera Utara, Provinsi Riau, Provinsi Jambi, Provinsi Bengkulu dan Samudera Indonesia. Sumatera Barat mempunyai 19 Kabupaten/Kota dengan Kabupaten Kepulauan Mentawai memiliki wilayah terluas, yaitu 6,01 ribu Km² atau sekitar 14,21 % dari luas Provinsi Sumatera Barat. Sedangkan Kota Padang Panjang, memiliki luas daerah terkecil, yakni 23,0 Km² (0,05%). Sumatera Barat memiliki 4 danau yaitu danau Singkarak yang terluas (13,01 ribu Ha), danau Diatas (3,15 ribu Ha), danau Di bawah (1,4 ribu Ha) dan danau Maninjau (9,9 ribu Ha). Danau terluas

adalah Singkarak di kabupaten Solok dan kabupaten Tanah Datar, disusul Maninjau di kabupaten Agam. Dengan luas mencapai 130,1 km², Singkarak juga menjadi danau terluas kedua di Sumatera dan kesebelas di Indonesia. Danau lainnya terdapat di kabupaten Solok yaitu Danau Talang dan Danau Kembar (julukan dari Danau Di atas dan Danau Dibawah).

Gambar 4. 1

Peta wilayah Provinsi Sumatera Barat



Jumlah kabupaten / kota di Sumatera Barat berjumlah 19 Kabupaten/ Kota. terdiri dari 12 Kabupaten dan 7 kota.

3. Iklim Sumatera Barat

Sumatera Barat berdasarkan letak geografisnya tepat dilalui oleh garis khatulistiwa tepatnya di Kecamatan Bonjol Kabupaten Pasaman. Karena itu Sumatera Barat mempunyai iklim tropis dengan rata-rata suhu udara 25,13°C dan rata-rata kelembaban yang tinggi yaitu 86,91%. Suhu udara ditentukan oleh tinggi rendahnya daratan dari permukaan laut dan jaraknya dari pantai.

Kondisi topografi bervariasi dari 0 mdpl s.d 3.100 mdpl. Berdasarkan ketinggian wilayah tersebut, fisiografi Provinsi Sumatera Barat dapat diklasifikasikan datar, landai, bergelombang dan bergunung-gunung. Dataran tinggi di wilayah Sumatera Barat berada di punggung Bukit Barisan dengan topografi bergelombang. Pada dataran rendah intensitas penggunaan lahan dapat lebih maksimal, perairan pantai barat Sumatera umumnya landai kecuali di beberapa tempat terdapat bagian yang curam seperti di bagian selatan Kota Padang dan sebagian pantai di Kabupaten Pesisir Selatan, karena berhadapan langsung dengan Samudera Hindia maka ancaman abrasi menjadi salah satu isu penanganan daya rusak air oleh Dinas Pengelolaan Sumber Daya Air Provinsi Sumatera Barat.

Tabel 4.1

Luas Wilayah menurut Kabupaten/Kota

Kabupaten/Kota Regency/Municipality	Luas (km ²) Total Area (square.km)	Persentase Percentage	
(1)	(2)	(3)	
Kabupaten/Regency			
1. Kep. Mentawai	6 011,35	14,21	
2. Pesisir Selatan	5 794,95	13,70	
3. Solok	3 738,00	8,84	
4. Sijunjung	3 130,80	7,40	
5. Tanah Datar	1 336,00	3,16	
6. Padang Pariaman	1 328,79	3,14	
7. Agam	2 232,30	5,28	
8. Lima Puluh Kota	3 354,30	7,93	
9. Pasaman	3 947,63	9,33	
10. Solok Selatan	3 346,20	7,91	
11. Dharmasraya	2 961,13	7,00	
12. Pasaman Barat	3 887,77	9,19	
Kota/Municipality			
1. Padang	694,96	1,64	
2. Solok	57,64	0,14	
3. Sawahlunto	273,45	0,65	
4. Padang Panjang	23,00	0,05	
5. Bukittinggi	25,24	0,06	
6. Payakumbuh	80,43	0,19	
7. Pariaman	73,36	0,17	
Jumlah/Total	2017	42 297,30	100,00
	2016	42 297,30	100,00

Sumber: BPS Sumatera Barat

4. Pemerintah dan Ibukota Kabupaten/ kota

Secara Administratif, Provinsi Sumatera Barat terdiri dari 12 Kabupaten dan 7 Kota. Berikut ini adalah daftar Kabupaten dan Kota di Provinsi Sumatera Barat beserta Ibukota

Tabel 4.2

Jumlah Kecamatan, nagari, Kelurahan, dan Desa Menurut Kabupaten/Kota di Provinsi Sumatera Barat, 2017.

No	Kabupaten/Kota Kabupaten	Ibukota	Jumlah Kec.	Jumlah Nagari	Jumlah Kel.	Jumlah Desa
1	Kep. Mentawai	Tua Pajat	10	-	-	43
2	Pesisir Selatan	Painan	15	182	-	
3	Solok	Aro Suka	14	74	-	
4	Sijunjung	Muaro Sijunjung	8	61	-	1
5	Tanah Datar	Batusangkar	14	75	-	-
6	Padang Pariaman	Pariaman	17	103	-	-

7	Agam	Lubuk Basung	16	82	-	-
8	Lima Puluh Kota	Sarilamak	13	79	-	-
9	Pasaman	Lubuk Sikaping	12	37	-	-
10	Solok Selatan	Padang Aro	7	39	-	-
11	Pasaman Barat	Pulau Punjung	11	52	-	-
12	Dharmasraya	Simpang Empat	11	19	-	-
	Kota					
1	Padang	Padang	11		104	
2	Solok	Solok	2		13	
3	Sawahlunto	Sawahlunto	4		10	
4	Bukittinggi	Bukittinggi	3		24	
5	Pariaman	Pariaman	4		16	
6	Padang Panjang	Padang Panjang	2		16	
7	Payakumbuh	Payakumbuh	5		48	
	Jumlah/Total	2017	179	803	231	126
		2016	179	760	231	126

Sumber: BPS Provinsi Sumatera Barat

5. Pendidikan

Sumatra Barat pernah menjadi pusat pendidikan di pulau Sumatra, terutama pendidikan Islam dengan surau sebagai basis utamanya.²⁴⁰ Pada masa kolonial Hindia Belanda, selain pendidikan Islam berkembang pula pendidikan model Barat. Pada tahun 1856, pemerintah Hindia Belanda mendirikan *Sekolah Raja* di Bukittinggi. Selain sekolah yang dikelola oleh pemerintah, banyak pula sekolah yang dikelola oleh swasta, seperti Sekolah Adabiah di Padang, INS Kayutanam, Sumatra Thawalib, MTI Canduang di Kecamatan Canduang, dan Diniyyah Puteri di Padang Panjang. MAN Kotobaru Padang Panjang, Pada tahun 1987, Menteri Agama RI (Ketika itu H. Munawir Sazali, MA) menunjuk MAN Kotobaru Padang Panjang untuk mengelola salah satu program yakni Madrasah Aliyah Program Khusus (MAPK) dengan maksud untuk mengatasi

²⁴⁰ Marsden, William, (2009), *The History of Sumatra*, BiblioBazaar, ISBN 978-0-559-09304-3.

kelangkaan Ulama, selanjutnya program ini berganti nama dengan Madrasah Aliyah Keagamaan (MAKN) sampai tahun 2008, dan saat ini berganti nama dengan Madrasah Aliyah Program Keagamaan (MAPK) dengan Kurikulum Permenag 2008 dengan maksud tetap untuk mencetak Kader Ulama dan persiapan melanjutkan Pendidikan ke Timur Tengah. Sehingga pada saat itu, Sumatra Barat merupakan salah satu wilayah Hindia Belanda yang memiliki jumlah sekolah dan pelajar cukup besar.²⁴¹

Setelah masa kemerdekaan, di Sumatra Barat juga banyak didirikan universitas dan sekolah tinggi.²⁴² Bermula dari Universitas Andalas pada tahun 1955, selanjutnya juga berdiri UIN Imam Bonjol Padang, Universitas Negeri Padang, dan IPDN Bukittinggi. Beberapa universitas swasta terkemuka di provinsi ini antara lain Universitas Bung Hatta dan Universitas Muhammadiyah Sumatra Barat. Kini hampir disetiap kabupaten dan kota di Sumatra Barat telah memiliki perguruan tinggi, dengan jumlah terbesar berada di Padang. Pada tahun 2006, angka melek huruf latin di provinsi ini mencapai 96,35%. Angka partisipasi sekolah untuk usia 19-24 tahun, atau yang mengambil jenjang perguruan tinggi mencapai 27,8%. Angka ini berada di atas rata-rata nasional yang hanya sebesar 16,13%.

6. Suku bangsa

Mayoritas penduduk Sumatra Barat merupakan Suku Minangkabau. Di daerah Pasaman selain etnis Minang, juga berdiam suku Mandailing. Kebanyakan dari mereka pindah ke Sumatra Barat pada masa Perang Paderi. Di beberapa daerah hasil transmigrasi, seperti di Sitiung, Lunang Silaut, dan Padang Gelugur, tinggal juga sekelompok suku Jawa, sebagian dari mereka ialah keturunan imigran asal Suriname yang memilih kembali ke Indonesia pada akhir tahun 1950-an. Oleh Presiden Soekarno saat itu, diputuskan untuk menempatkan mereka di sekitar

²⁴¹ Graves, Elizabeth E., (2007), *Asal usul elite Minangkabau modern: respons terhadap kolonial Belanda abad XIX/XX*, Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, ISBN 978-979-461-661-1.

²⁴² Asnan, Gusti, (2007), *Memikir ulang regionalisme: Sumatra Barat tahun 1950-an*, Yayasan Obor Indonesia, ISBN 978-979-461-640-6.

daerah Sitiung. Hal ini juga tidak terlepas dari situasi politik pasca pemberontakan PRRI. Di Kepulauan Mentawai yang mayoritas penduduknya beretnis Mentawai, jarang dijumpai masyarakat Minangkabau. Etnis Tionghoa hanya terdapat di kota-kota besar, seperti Padang, Bukittinggi, dan Payakumbuh. Di Padang dan Pariaman, juga terdapat masyarakat Nias dan Tamil dalam jumlah kecil.^{243[10]}

7. Bahasa

Bahasa yang digunakan dalam keseharian di Sumatra Barat ialah Bahasa Minangkabau yang memiliki beberapa dialek, seperti dialek Bukittinggi, dialek Pariaman, dialek Pesisir Selatan, dan dialek Payakumbuh. Di daerah Pasaman dan Pasaman Barat yang berbatasan dengan Sumatra Utara, juga dituturkan Bahasa Batak dialek Mandailing. Sementara itu di daerah kepulauan Mentawai banyak digunakan Bahasa Mentawai. Bahasa Tamil dituturkan oleh orang Tamil di Padang.

8. Agama

Islam adalah agama mayoritas yang dianut oleh 98% penduduk Sumatra Barat. Penduduk yang beragama Kristen, terutama di kepulauan Mentawai, berjumlah 1,6%, Buddha sekitar 0,26%, dan Hindu sekitar 0,01%, yang dianut oleh masyarakat pendatang. Berbagai tempat ibadah, yang didominasi oleh masjid dan musala, dapat dijumpai di setiap kabupaten dan kota di Sumatra Barat. Masjid terbesar adalah Masjid Raya Sumatra Barat di Padang. Sedangkan masjid tertua diantaranya adalah Masjid Raya Ganting di Padang, Masjid Bingkudu di Kabupaten Agam, dan Masjid Tuo Kayu Jao di kabupaten Solok. Arsitektur khas Minangkabau mendominasi baik bentuk masjid maupun musala.

²⁴³ <http://www.jambi-independent.co.id> Kampung Keling, Tempat Tinggal Muslim India di Pariaman dan Padang.

Masjid Raya Sumatra Barat memiliki bangunan berbentuk gonjong, dihiasi ukiran Minang sekaligus kaligrafi. Ada juga masjid dengan atap yang terdiri dari beberapa tingkatan yang makin ke atas makin kecil dan sedikit cekung.

9. Perekonomian

Secara bertahap perekonomian Sumatra Barat mulai bergerak positif setelah mengalami tekanan akibat dampak gempa bumi tahun 2009 yang melanda kawasan tersebut. Dampak bencana ini terlihat pada triwulan IV-2009, di mana pertumbuhan ekonomi hanya mencapai 0,90%. Namun kini perekonomian Sumatra Barat telah membaik, dengan tingkat pertumbuhan di atas rata-rata nasional. Pada tahun 2012 ekonomi Sumatra Barat tumbuh sebesar 6,35%, lebih baik dibandingkan tahun sebelumnya yang hanya sebesar 6,25%. Dan pada triwulan I-2013 perekonomian Sumatra Barat telah tumbuh mencapai 7,3%. Tingginya pertumbuhan ekonomi Sumatra Barat dalam tiga tahun terakhir, telah menurunkan tingkat kemiskinan di provinsi ini dari 8,99% (2011) menjadi 8% (2012). Untuk Pendapatan Domestik Regional Bruto (PDRB), pada tahun 2012 provinsi ini memiliki PDRB mencapai Rp 110,104 triliun, dengan PDRB per kapita sebesar Rp 22,41 juta.²⁴⁴

10. Kabupaten/Kota yang menjadi objek Penelitian

Adapun wilayah yang menjadi objek penelitian adalah Kota Padang, Kota Bukittinggi, Kabupaten Agam, Kabupaten/Kab. Solok, Kabupaten Tanah Datar, dan Kabupaten Lima Puluh Koto. Dipilihnya beberapa kota dan kabupaten tersebut disebabkan daerah-daerah tersebut merupakan daerah-daerah yang menjadi prioritas Provinsi Sumatera Barat dalam pengembangan pariwisata yang tertuang dalam Rencana Induk Pariwisata Daerah (Ripparda) Provinsi Sumatera Barat. Selain itu, daerah-daerah ini juga mempunyai destinasi-destinasi wisata yang sangat menarik dan layak dijual ke dunia internasional. Berikut penjelasan lokasi-lokasi penelitian yang peneliti jadikan objek penelitian:

²⁴⁴ BPS Sumatera Barat

Kota Padang: Padang merupakan ibukota Provinsi Sumatera Barat. Kota Padang terletak di pantai barat pulau Sumatra, dengan luas keseluruhan 694,96 km² atau setara dengan 1,65% dari luas provinsi Sumatera Barat. Lebih dari 60% dari luas Kota Padang berupa perbukitan yang ditutupi oleh hutan lindung. Hanya sekitar 205,007 km² wilayah yang merupakan daerah efektif perkotaan. Daerah perbukitan membentang di bagian timur dan selatan kota. Bukit-bukit yang terkenal di Kota Padang di antaranya adalah Bukit Lampu, Gunung Padang, Bukit Gado-Gado, dan Bukit Pegambiran.

Kota Padang memiliki garis pantai sepanjang 68,126 km di daratan Sumatra. Selain itu, terdapat pula 19 buah pulau kecil, di antaranya yaitu Pulau Sikuai dengan luas 4,4 ha di Kecamatan Bungus Teluk Kabung, Pulau Toran seluas 25 ha dan Pulau Pisang Gadang di Kecamatan Padang Selatan. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) pada 2017, kota ini memiliki jumlah penduduk sebanyak 927.168 jiwa. Padang merupakan kota inti dari pengembangan wilayah metropolitan Palapa. Sejarah Kota Padang tidak terlepas dari peranannya sebagai kawasan rantau Minangkabau, yang berawal dari perkampungan nelayan di muara Batang Arau lalu berkembang menjadi bandar pelabuhan yang ramai setelah masuknya Belanda di bawah bendera *Vereenigde Oostindische Compagnie* (VOC).

Hari jadi kota ini ditetapkan pada 7 Agustus 1669, yang merupakan hari terjadinya pergolakan masyarakat Pauh dan Koto Tangah melawan monopoli VOC. Selama penjajahan Belanda, kota ini menjadi pusat perdagangan emas, teh, kopi, dan rempah-rempah. Memasuki abad ke-20, ekspor batu bara dan semen mulai dilakukan melalui Pelabuhan Teluk Bayur. Saat ini, infrastruktur Kota Padang telah dilengkapi oleh Bandar Udara Internasional Minangkabau, serta jalur kereta api yang terhubung dengan kota lain di Sumatra

Barat. Sentra perniagaan kota ini berada di Pasar Raya Padang, dan didukung oleh sejumlah pusat perbelanjaan modern dan 16 pasar tradisional. Padang merupakan salah satu pusat pendidikan terkemuka di luar Pulau Jawa, ditopang dengan keberadaan puluhan perguruan tinggi, termasuk tiga universitas negeri. Sebagai kota seni dan budaya, Padang dikenal dengan legenda Malin Kundang dan novel Sitti Nurbaya, dan setiap tahunnya menyelenggarakan berbagai festival untuk menunjang sektor kepariwisataan. Di kalangan masyarakat Indonesia, nama kota ini umumnya diasosiasikan dengan etnis Minangkabau dan masakan khas mereka yang umumnya dikenal sebagai masakan Padang.

Kota Padang Panjang: Kota Padang Panjang adalah kota dengan luas wilayah terkecil di Sumatra Barat, Indonesia. Kota ini memiliki julukan sebagai *Kota Serambi Mekkah*, dan juga dikenal sebagai *Mesir van Andalus* (Egypte van Andalus). Sementara wilayah administratif kota ini dikelilingi oleh wilayah administratif Kabupaten Tanah Datar. Kota ini pernah menjadi pusat pemerintahan sementara Kota Padang, setelah Kota Padang dikuasai Belanda pada masa agresi militer Belanda sekitar tahun 1947. Kota ini juga disebut kota dingin. Kota ini berada di daerah ketinggian yang terletak antara 650 sampai 850 meter di atas permukaan laut, berada pada kawasan pegunungan yang berhawa sejuk dengan suhu udara maksimum 26.1& °C dan minimum 21.8& °C, serta berhawa dingin dengan suhu udara yang pada umumnya minimum 17& °C, dengan curah hujan yang cukup tinggi dengan rata-rata 3.295& mm/tahun. Di bagian utara dan agak ke barat berjejer tiga gunung: Gunung Marapi, Gunung Singgalang dan Gunung Tandikek.

Secara topografi kota ini berada pada dataran tinggi yang bergelombang, di mana sekitar 20,17 % dari keseluruhan wilayahnya merupakan kawasan relatif landai (kemiringan di bawah 15 %),

sedangkan selebihnya merupakan kawasan miring, curam dan perbukitan, serta sering terjadi longsor akibat struktur tanah yang labil dan curah hujan yang cukup tinggi. Namun pada kawasan yang landai di kota ini merupakan tanah jenis andosol yang subur dan sangat baik untuk pertanian. Menurut hasil proyeksi penduduk hasil Sensus Penduduk 2010, pada tahun 2019 Kota Padang Panjang memiliki jumlah penduduk sebanyak 52.994. Kota ini didominasi oleh etnis Minangkabau, Melayu, Batak, dan terdapat juga etnis Jawa dan Tionghoa. Pada kota ini terdapat Pusat Dokumentasi dan Informasi Kebudayaan Minangkabau (PDIKM) yang terletak berdampingan dengan objek wisata Perkampungan Minangkabau (*Minang Village*) yang menyediakan berbagai informasi dan dokumentasi tentang sejarah dan budaya Minangkabau baik berupa buku-buku, mikrofilm, foto dan sebagainya. Selain itu pada kota ini juga terdapat kawasan rekreasi keluarga yang dikenal dengan Mifan yang terdiri dari taman air dengan wahana kolam ombak, kolam arus, kolam renang khusus wanita, kolam renang khusus anak-anak, ember tumpah dan *slide tower*. Saat ini Pemkot Padang Panjang berencana untuk membangun kereta gantung dari kawasan Lembah Anai hingga ke lokasi Mifan di kawasan Silaing Bawah.

Kota Bukittinggi: Kota Bukittinggi adalah kota dengan perekonomian terbesar kedua di Provinsi Sumatra Barat, Indonesia. Kota ini pernah menjadi ibu kota Indonesia pada masa Pemerintahan Darurat Republik Indonesia. Kota ini juga pernah menjadi ibu kota Provinsi Sumatra dan Provinsi Sumatra Tengah. Kota ini pada zaman kolonial Belanda disebut dengan *Fort de Kock* dan mendapat julukan sebagai *Parijs van Sumatra*. Bukittinggi dikenal sebagai kota perjuangan bangsa dan merupakan tempat kelahiran beberapa tokoh pendiri Republik Indonesia, di antaranya adalah Mohammad Hatta dan Assaat yang masing-masing merupakan proklamator dan pejabat presiden

Republik Indonesia. Kota Bukittinggi terletak pada rangkaian Pegunungan Bukit Barisan atau sekitar 90 km arah utara dari Kota Padang. Kota ini berada di tepi Ngarai Sianok dan dikelilingi oleh dua gunung yaitu Gunung Singgalang dan Gunung Marapi. Lokasinya pada ketinggian 909–941 meter di atas permukaan laut menjadikan Bukittinggi kota berhawa sejuk dengan suhu berkisar antara 16.1–24.9 °C. Luas Bukittinggi secara *de jure* adalah 145,29 km², mengacu pada Peraturan Pemerintah nomor 84 tahun 1999. Namun, karena penolakan sebagian masyarakat Kabupaten Agam, luas wilayah secara *de facto* saat ini adalah 25,24 km², yang menjadikan Bukittinggi sebagai salah satu kota dengan wilayah tersempit di Indonesia. Kota Bukittinggi merupakan salah satu pusat perdagangan grosir terbesar di Pulau Sumatra. Pusat perdagangan utamanya terdapat di Pasar Ateh, Pasar Bawah, dan Pasar Aur Kuning. Dari sektor perekonomian, Bukittinggi merupakan kota dengan PDRB terbesar kedua di Sumatra Barat, setelah Kota Padang. Tempat wisata yang ramai dikunjungi adalah Jam Gadang, yaitu sebuah menara jam yang terletak di jantung kota sekaligus menjadi simbol bagi Bukittinggi.

Kabupaten Agam: Kawasan kabupaten ini bermula dari kumpulan beberapa nagari yang pernah ada dalam kawasan *Luhak Agam*, pada masa pemerintahan Hindia Belanda, kawasan ini dijadikan *Onderafdeeling Oud Agam* dengan kota Bukittinggi sebagai ibu kotanya pada masa itu. Kemudian berdasarkan Peraturan Pemerintah Nomor 8 Tahun 1998, ditetapkan pada 7 Januari 1998, ibu kota kabupaten Agam secara resmi dipindahkan ke Lubuk Basung. Kabupaten Agam terletak pada koordinat 00°01'34"– 00°28'43" LS dan 99°46'39"– 100°32'50" BT dengan luas 2.232,30 km², atau setara dengan 5,29% dari luas provinsi Sumatra Barat yang mencapai 42.297,30 km². Kabupaten ini dilalui wilayah pegunungan yang terbentuk dari 2

jalur basin, yaitu *Batang Agam* di bagian utara dan *Batang Antokan* di bagian selatan. Pulau Tengah dan pulau Ujung adalah 2 pulau yang ada di kabupaten Agam dengan luas masing-masing 1 km².

Kabupaten Agam memiliki garis pantai sepanjang 43 km dan sungai berukuran kecil yang bermuara di Samudera Hindia, seperti *Batang Agam*, dan *Batang Antokan*. Di kabupaten ini menjulang 2 gunung, yaitu gunung Marapi di kecamatan Banuhampu dan gunung Singgalang di kecamatan IV Koto yang masing-masing memiliki tinggi 2.891 meter dan 2.877 meter. Selain itu, membentang pula sebuah danau di kecamatan Tanjung Raya, yaitu danau Maninjau yang memiliki luas 9,95 km². Kabupaten Agam memiliki ketinggian yang sangat bervariasi, yaitu antara 0 meter sampai 2.891 meter di atas permukaan laut dengan gunung Marapi di kecamatan Banuhampu sebagai titik tertinggi. Topografi bagian barat kabupaten ini relatif datar dengan kemiringan kurang dari 8%, sedangkan bagian selatan dan tenggara relatif curam dengan kemiringan lebih dari 45%. Seperti daerah lainnya di Sumatra Barat, kabupaten Agam mempunyai iklim tropis dengan kisaran suhu minimum 25 °C dan maksimum 30 °C. Tingkat curah hujan di kabupaten Agam mencapai rata-rata 3.200 mm per tahun, di mana daerah sekeliling gunung lebih tinggi curah hujannya dibanding daerah pantai.

Kabupaten Solok: Kabupaten Solok adalah sebuah kabupaten di provinsi Sumatra Barat, Indonesia. Kabupaten ini merupakan salah satu sentra produksi beras terbesar di Sumatra Barat, yang dikenal dengan nama *Bareh Solok*. Dahulu wilayah Solok (termasuk kota Solok dan kabupaten Solok Selatan) merupakan wilayah rantau dari Luhak Tanah Datar, yang kemudian terkenal sebagai

Luhak Kubuang Tigo Baleh. Disamping itu wilayah Solok juga merupakan daerah yang dilewati oleh nenek moyang Alam Surambi Sungai Pagu yang berasal dari Tanah Datar yang disebut juga sebagai nenek kurang aso enam puluh (artinya enam puluh orang leluhur alam surambi Sungai Pagu). Perpindahan ini diperkirakan terjadi pada abad 13 sampai 14 Masehi.

Kabupaten Solok bukanlah daerah baru karena Solok telah ada jauh sebelum undang-undang pembentukan wilayah ini dikeluarkan. Pada masa penjajahan Belanda dulu, tepatnya pada tanggal 9 April 1913, nama Solok telah digunakan sebagai nama sebuah unit administrasi setingkat kabupaten yaitu *Afdeeling* Solok sebagaimana disebut di dalam *Besluit* Gubernur Jenderal Belanda yang kemudian dimuat di dalam *Staatsblad van Nederlandsch-Indie*. Sejak ditetapkannya nama Solok setingkat kabupaten pada tahun 1913 hingga saat ini Solok tetap digunakan sebagai nama wilayah administratif pemerintahan setingkat kabupaten/kota. Pada tahun 1970, ibu kota Kabupaten Solok berkembang dan ditetapkan menjadi sebuah kotamadya dengan nama Kota Solok. Berubah statusnya Ibu kota Kabupaten Solok menjadi sebuah wilayah pemerintahan baru tidak diiringi sekaligus dengan pemindahan ibu kota ke lokasi baru.

Pada tahun 1979 Kabupaten Solok baru melakukan pemindahan pusat pelayanan pemerintahan dari Kota Solok ke Koto Baru, Kecamatan Kubung, namun secara yuridis Ibu kota Kabupaten Solok masih tetap Solok. Dengan dikeluarkannya Undang-undang nomor 22 tahun 1999 tentang Pemerintahan Daerah, pemerintah kabupaten/kota diberikan kewenangan yang nyata dan luas serta tanggung jawab penuh untuk mengatur daerahnya masing-masing. Kabupaten Solok yang saat itu memiliki luas 7.084,2 Km² memiliki kesempatan untuk melakukan penataan terhadap wilayah

administrasi pemerintahannya. Penataan pertama dilakukan pada tahun 1999 dengan menjadikan wilayah kecamatan yang pada tahun 1980 ditetapkan sebanyak 13 kecamatan induk ditingkatkan menjadi 14 sementara jumlah desa dan kelurahan masih tetap sama. Penataan wilayah administrasi pemerintahan berikutnya terjadi pada tahun 2001 sejalan dengan semangat “babaliak banagari” di Kabupaten Solok.

Pada penataan wilayah administrasi kali ini terjadi perubahan yang cukup signifikan di mana wilayah pemerintahan yang mulanya terdiri dari 14 kecamatan, 11 Kantor Perwakilan Kecamatan, 247 desa dan 6 kelurahan di tata ulang menjadi 19 kecamatan, 86 Nagari, dan 520 jorong. Wilayah administrasi terakhir ini ditetapkan dengan Perda nomor 4 tahun 2001 tentang pemerintahan Nagari dan Perda nomor 5 tahun 2001 tentang Pemetaan dan Pembentukan Kecamatan. Pada akhir tahun 2003, Kabupaten Solok kembali dimekarkan menjadi dua kabupaten yaitu Kabupaten Solok dan Kabupaten Solok Selatan. Pemekaran ini dilakukan berdasarkan Undang-undang Nomor 38 tahun 2003 dan menjadikan luas wilayah Kabupaten Solok berkurang menjadi 4.594,23 Km². Pemekaran inipun berdampak terhadap pengurangan jumlah wilayah administrasi Kabupaten Solok menjadi 14 Kecamatan, 74 Nagari dan 403 Jorong. Dengan berbagai pertimbangan dan telaahan yang mendalam atas berbagai momentum lain yang sangat bersejarah bagi Solok secara umum, pemerintah daerah dan masyarakat menyepakati peristiwa pencantuman nama Solok pada tanggal 9 April 1913 sebagai sebuah nama unit administrasi setingkat kabupaten pada zaman Belanda sebagai momentum pijakan yang akan diperingati sebagai hari jadi Kabupaten Solok. Kesepakatan inipun dikukuhkan dengan Perda Nomor 2 tahun 2009 tentang Penetapan Hari Jadi Kabupaten Solok.

Pada tanggal 9 April 2010, merupakan kali pertama Kabupaten Solok memperingati hari jadinya yang ke 97.

Kabupaten Tanah Datar: Kabupaten Tanah Datar merupakan salah satu kabupaten yang berada dalam Provinsi Sumatera Barat, Indonesia, dengan ibu kota Batusangkar $0^{\circ}27'12''\text{S}$ $100^{\circ}35'38''\text{E}$. Kabupaten ini merupakan kabupaten terkecil kedua untuk luas wilayahnya di Sumatera Barat, yaitu 133.600 Ha (1.336 km²). Jumlah penduduk di kabupaten ini berdasarkan sensus pada tahun 2006 adalah 345.383 jiwa yang mendiami 14 kecamatan, 75 nagari, dan 395 jorong. Kabupaten Tanah Datar merupakan daerah agraris, lebih 70% penduduknya bekerja pada sektor pertanian, baik pertanian tanaman pangan, perkebunan, perikanan, maupun peternakan. Kabupaten Tanah Datar merupakan Tujuh Kabupaten Terbaik di Indonesia dari 400 kabupaten yang ada. Penghargaan ini diberikan pada tahun 2003 oleh Lembaga International Partnership dan Kedutaan Inggris. Lembaga Ilmu Pengetahuan Indonesia (LIPI) menobatkan Kabupaten Tanah Datar sebagai satu dari empat daerah paling berprestasi dan berhasil melaksanakan otonomi daerah. *Luhak Nan Tigo*, nama lain dari Kabupaten Tanah Datar, saat ini di Kabupaten Tanah Datar masih banyak terdapat peninggalan sejarah seperti prasasti atau batu bersurat terutama peninggalan zaman Adityawarman.

Tanah Datar merupakan kabupaten yang memiliki destinasi pariwisata. *Luhak Nan Tuo*, nama lain dari Kabupaten Tanah Datar. Masyarakat Minangkabau meyakini bahwa asal usul orang Minangkabau dari Kabupaten Tanah Datar, tepatnya dari Dusun Tuo Pariangan, Kecamatan Pariangan. Banyak bukti yang masih terdapat di Kabupaten Tanah Datar ini seperti Sawah Satampang Baniah, Lurah Nan Indak Barangin, Galundi Nan Baselo, dan Kuburan

Panjang Datuk Tantejo Gurhano yang dikenal sebagai arsitek rumah gadang. Kemudian dari Luhak Tanah Datar inilah kemudian orang Minangkabau berkembang dan berpindah ke daerah lain seperti Luhak 50 kota dan Luhak Agam. Di Kabupaten Tanah Datar saat ini masih banyak terdapat peninggalan sejarah adat Minangkabau tersebut, baik berupa benda maupun tatanan budaya adat Minangkabau. Ikrar “Adat Basandi Syarak, Syarak Basandi Kitabullah” ini disebut juga dengan Sumpah Satie yang juga di Tanah Datar dilahirkan, yaitu tempatnya di Bukit Marapalam Puncak Pato, Kecamatan Lintau Buo Utara.

Kabupaten Tanah Datar sebagai tempat asal mula suku Minangkabau banyak sekali memiliki tempat sejarah. Industri wisata di Kabupaten Tanah Datar ini sangat potensial untuk dikembangkan. Tempat wisata sejarah yang terdapat di Kabupaten Tanah Datar ini antara lain Istana Pagaruyung, Balairuang Sari, Puncak Pato, Prasasti Adityawarman, Batu Angkek-angkek, Rumah Gadang Balimbing, Kincir Air, Batu Basurek, Nagari Tuo Pariangan, Benteng van der Capellen, Batu Batikam, dan Istana Rajo. Sedangkan untuk wisata alam dan budaya di Kabupaten Tanah Datar adalah Lembah Anai, Panorama Tabek Pateh, Desa Pariangan, Danau Singkarak Bukit Batu Patah, dan Ngalau Pangian.

Kabupaten Lima Puluh Kota: Kabupaten Lima Puluh Kota adalah sebuah kabupaten di Provinsi Sumatra Barat, Indonesia. Ibu kota kabupaten ini terletak di Sarilamak. Kabupaten ini memiliki luas wilayah 3.354,30 km² dan berpenduduk sebanyak 348.555 jiwa (Sensus Penduduk 2010). Kabupaten ini terletak di bagian timur wilayah provinsi Sumatra Barat atau 124 km dari Kota Padang, ibu kota provinsi. Penduduk Kabupaten Lima Puluh Kota berdasarkan Sensus Penduduk Tahun 2010, berjumlah 348.555 jiwa yang terdiri atas 172.571 Laki-Laki dan 175.984 Perempuan. Kabupaten Lima

Puluh Kota memiliki kepadatan penduduk 98 jiwa per km², dan pertumbuhan penduduk dari tahun ke tahun sekitar 1,11 persen per tahun. Objek Cagar Budaya adalah Kawasan megalit Belubus, Kawasan Megalit maek, Cagar alam adalah Lembah Harau/Harau Valley, Kolam Ranang/ Pemandian Batang Tabik, Panorama Selat Malaka, Danau Buatan Koto Panjang, Kapalo Banda.

11. Pariwisata di Provinsi Sumatera Barat

Salah satu tujuan utama pariwisata di Indonesia adalah Sumatera Barat. Fasilitas wisatanya yang cukup baik, serta sering diadakannya berbagai festival dan even internasional, menjadi pendorong datangnya wisatawan ke provinsi ini. Kegiatan-kegiatan internasional yang diselenggarakan untuk menunjang pariwisata Sumatera Barat adalah lomba balap sepeda *Tour de Singkarak*, even paralayang *Event Fly for Fun in Lake Maninjau*, serta kejuaraan selancar *Mentawai International Pro Surf Competition*, dan masih banyak lagi.

Sumatra Barat memiliki hampir semua jenis objek wisata alam seperti laut, pantai, danau, gunung, dan ngarai. Selain itu pariwisata Sumatra Barat juga banyak menjual budayanya yang khas, seperti Festival Tabuik, Festival Rendang, permainan kim, dan seni bertenun. Disamping wisata alam dan budaya, Sumatra Barat juga terkenal dengan wisata kulinernya. Sumatra Barat memiliki akomodasi wisata, seperti hotel dan agen perjalanan yang cukup baik. Pada akhir tahun 2012, provinsi ini telah memiliki 221 hotel dengan jumlah kamar mencapai 5.835 unit. Namun hotel-hotel berbintang lima dan empat, hanya terdapat di Padang dan Bukittinggi. Sedangkan untuk agen perjalanan di bawah keanggotaan ASITA, Sumatra Barat sudah memiliki lebih dari 100 agen. Untuk melengkapi fasilitas penunjang pariwisata, pemerintah juga menyediakan kereta api wisata yang beroperasi pada waktu tertentu.

Untuk berbagai informasi serta literatur sejarah dan kebudayaan Minangkabau, wisatawan dapat memperolehnya di Pusat Dokumentasi

dan Informasi Kebudayaan Minangkabau (PDIKM) yang terletak di Perkampungan Minangkabau, Padang Panjang. Di PDIKM terdapat berbagai dokumentasi berupa foto mikrograf, surat kabar, pakaian tradisional, kaset rekaman lagu daerah, dokumentasi surat-surat pemerintahan, dan alur sejarah masyarakat Minangkabau sejak abad ke-18 hingga tahun 1980-an.

12. Data Ekonomi Pariwisata Provinsi Sumatera Barat.

Dalam mengetahui potensi wisata halal di Sumatera Barat khususnya pada pembangunan destinasi, diperlukan analisa mengenai trend pariwisata dari perspektif demand atau wisatawan terhadap intensi berkunjung ke Sumatera Barat.

Data ekonomi pariwisata dilihat dari parameter :

1. Jumlah kunjungan wisatawan mancanegara dan nusantara Sumatera Barat.

Dilihat dari trend jumlah wisatawan mancanegara, pertumbuhan wisatawan terlihat fluktuatif, hal ini disebabkan karena pengaruh faktor eksternal terutama terkait krisis dan bencana secara global, nasional dan international, seperti krisis moneter, gempa bumi, bencana kabut asap. Untuk jumlah kunjungan wisatawan mancanegara pada pintu kedatangan di Pulau Sumatera masih tergolong rendah, dengan pertumbuhan sekitar 13% dan angka terakhir menunjukkan bahwa jumlah kunjungan wisatawan mancanegara berada pada angka 49.686 orang, angka yang masih rendah dibandingkan dengan jumlah wisatawan mancanegara dari provinsi Sumatera Utara. Data series tahun 1997 -2016 memperlihatkan penurunan wisatawan pada tahun 1998 yang berkemungkinan disebabkan oleh krisis moneter yang terjadi pada tersebut.

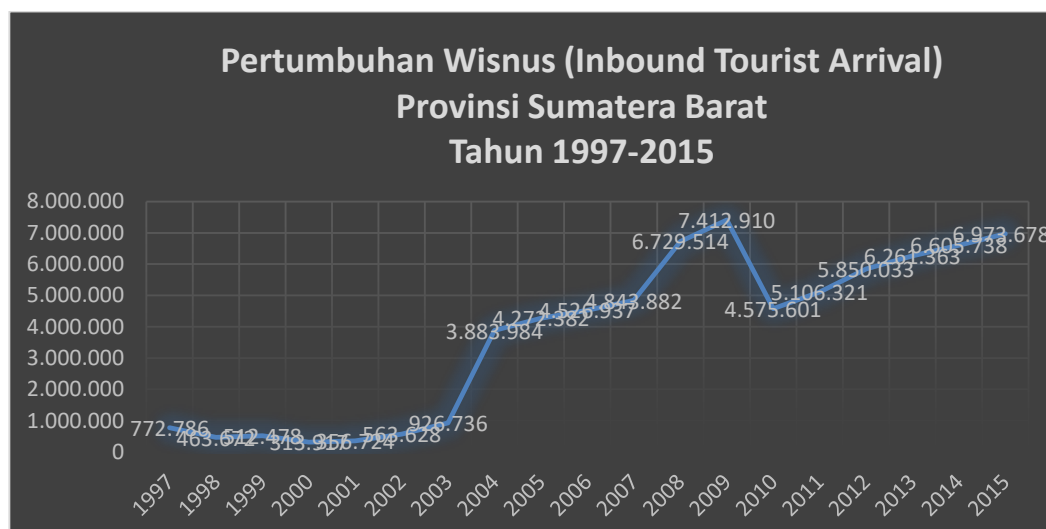
Kemudian jumlah wisatawan kembali meningkat dan mencapai puncak pada tahun 2005 sebesar 84.646 orang, dan kondisi kembali menurun pada tahun 2006. Tahun 2009 terjadi penurunan menjadi 27.091 akibat gempa bumi 7.8 SR yang terjadi di Sumatera Barat. Setelah itu bertumbuh positif secara perlahan sampai mencapai titik 56.111 pada tahun 2015 wisatawan dan menurun pada tahun 2015 yang diprediksikan karena bencana kabut asap di akhir tahun, dan terakhir 2016 jumlah wisatawan

mancanegara mencapai angka 49.686 wisman sebagaimana gambar 3.1 berikut.

Gambar 4.2.
Pertumbuhan Wisman Inbound Tourism Arrival Provinsi Sumatera Barat Tahun 1997 - 2016)



Untuk wisatawan nusantara grafik 4.2 di atas menunjukkan bahwa pertumbuhan wisnus pada Provinsi Sumatera Barat dari tahun 1997 – 2002 tidak terlalu signifikan perkembangannya dan mulai meningkat secara perlahan dari 2003 naik pesat menunjukn angka dari 926,736 – 3,883,984 di tahun 2004 dan seiring jalan nya waktu perlahan pertumbuhan wisnus mulai bertumbuh positif dari tahun 2004 – 2008 mencapai angka 7,412,910 ini merupakan pertumbuhan wisatawan yang paling tinggi dari tahun sebelumnya. Kondisi ini mengalami penurunan kembali pada 2009 – 2010 pada angka 4,575,601 dan pertumbuhan wisnus di propinsi Sumatera Barat ini mengalami naik dan turun pada tahun 2011 sampai 2015 mengalami kenaikan sampai mencapai angka 6,973,678.



Gambar 4.3
Pertumbuhan Wisnus *Inbound Tourism Arrival* Provinsi Sumatera Barat
Tahun 1997 - 2015

2. Lama tinggal wisatawan mancanegara dan nusantara Provinsi Sumatera Barat Sedangkan untuk parameter rata rata menginap wisatawan mancanegara masih berkisar 2.42 hari dengan pengeluaran sebesar 283 \$ per hari tahun 2015 atau sekitar 3juta IDRper hari. Sedangkan rata rata menginap wisatawan nusantara adalah 1.53 hari dengan pengeluaran 2015 rata rata pada angka 704856 IDR. Skala rata rata menginap wisatawan dapat diperpanjang melalui penguatan focus jumlah titik destinasi unggulan dan nilai dari experience yang ditawarkan. Untuk jumlah wisatawan dapat diekspansi dengan penguatan pasar *Business-Leisure* melalui sinergi dengan perguruan tinggi, asosiasi, swasta melalui kegiatan terkait bidang MICE.
3. Pengeluaran wisatawan mancanegara dan nusantara Provinsi Sumatera Barat. Untuk parameter rata rata pengeluaran wisatawan mancanegara masih berkisar sebesar 283 \$ per hari tahun 2015 atau sekitar 3juta IDRper hari. Sedangkan rata rata pengeluaran wisatawan nusantara pada tahun 2015 pada angka 704.856 IDR.

13. Positioning Destinasi Wisata

Ada 3 zonasi kawasan yang telah ditetapkan oleh PERDA no 3 tahun 2014 di Sumatera Barat; Kawasan Utama Pariwisata Provinsi, Kawasan Strategis Pariwisata Provinsi, Kawasan Potensial Pariwisata Provinsi. Ketiga kawasan ini dibagi berdasarkan indeks kesiapan pembangunan pariwisata. Dari ke -19 kabupaten kota tersebut, terdapat lima pembagian koridor destinasi pariwisata, Berdasarkan Perda no 3 tahun 2014, terdapat lima pembagian kawasan yang terdiri dari:

- **Wilayah 1:** Kota Padang, Kabupaten Pesisir Selatan, Kabupaten Padang Pariaman, Kota Pariaman;
- **Wilayah 2:** Kota Bukittinggi, Kabupaten Agam, Kabupaten Lima Puluh Kota, Kabupaten Pasaman, Kabupaten Pasaman Barat, Kota Payakumbuh;
- **Wilayah 3:** Kabupaten Tanah Datar, Kota Padang Panjang, Kabupaten Solok, Kota Solok, Kabupaten Solok Selatan ;
- **Wilayah 4:** Kota Sawahlunto, Kabupaten Si Dari lima wilayah yang telah dibagi, terdapat lima jenis keunggulan koridor pariwisata di Sumatera Barat, dan
- **Wilayah 5:** Tua Pejat, Sipora, Siberut, Pagai Utara dan Sekitarnya.

14. Segmentasi Pasar Wisatawan

Pariwisata merupakan salah satu industri yang terbesar pertumbuhannya di dunia dan merupakan salah satu hal terpenting dalam peningkatan pendapatan daerah. Dalam melakukan strategi pemasaran sektor pariwisata, memahami segmentasi, target dan positioning pasar adalah hal yang pertama kali harus dilakukan oleh perencana pariwisata. Dalam hal ini pemahamana segmentasi dapat dibagi menjadi dua bagian:

- a. Segmentasi geodemografis
- b. Segmentasi psikografis

Pada umumnya segmentasi yang sering dilakukan adalah geodemografis, dalam artian data kunjungan wisatawan dilihat dari country of origin, pendapatan, gender, jarak tempuh, Pendidikan dan lainnya. Sedangkan segmentasi psikografis adalah

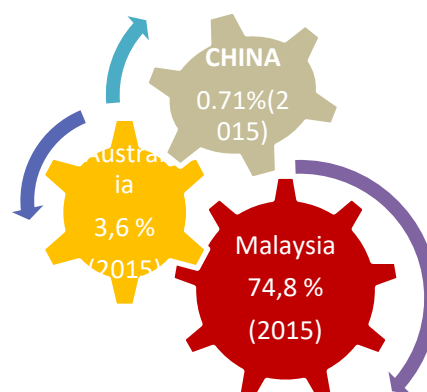
memahami pasar dengan data psikografis seperti companionship, atau melakukan perjalanan wisata dengan siapa, motivasi melakukan kunjungan wisata, personality, personality dan destinasi yang dipilih dan lainnya. Pada umumnya perencana pariwisata di Indonesia tidak banyak yang mau melakukan Analisa segmen pasar secara psikografis.

a. Wisatawan Mancanegara

Untuk segmentasi geodemografis, pasar wisatawan di Provinsi Sumatera Barat masih didominasi secara kesamaan rumpun dan aksesibilitas terdekat yaitu Malaysia sebesar 74.8% terhadap total kunjungan. Dalam hal ini Malaysia lebih didominasi oleh wisata keluarga, dan psikografis wisata berbelanja. Wisatawan Malaysia didominasi oleh pasar muslim. Salah satu faktor tingginya kunjungan wisatawan dari Malaysia ke Provinsi Sumatera Barat adalah akses penerbangan yang tidak sulit dan mudah dan harga terjangkau sehingga wisatawan Malaysia merupakan salah satu wisatawan asing yang paling banyak datang ke Sumatera Barat.

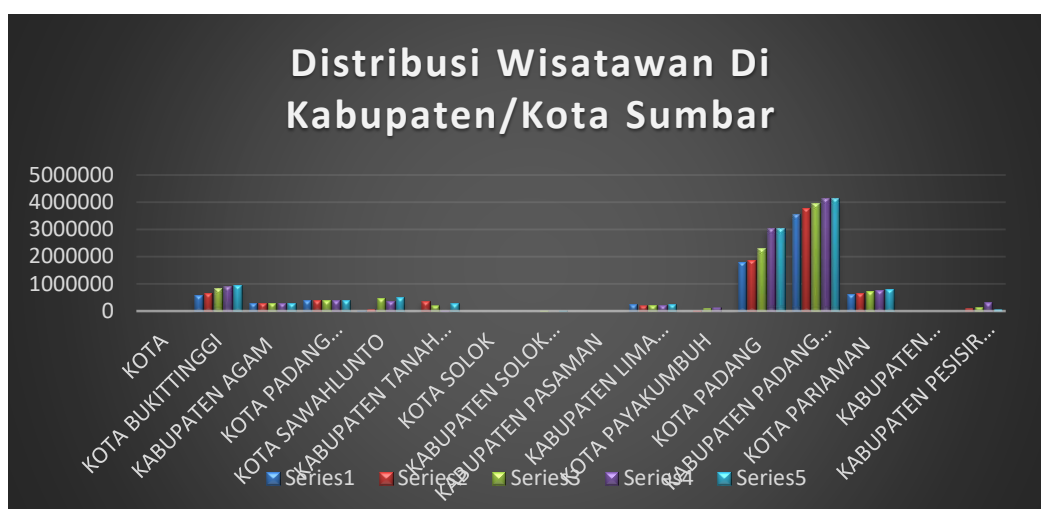
Pasar Australia berkisar sekitar 3.6% dan pada umumnya berkunjung karena faktor psikografis yaitu motivasi sebagai bagian personality adventurer untuk minat melakukan wisata olahraga surfing. Untuk pasar China merupakan pasar potensial terbesar yang dapat dikembangkan, karena China merupakan emerging market yang dapat digarap oleh pariwisata Sumatera Barat.

Gambar 4.5 Wisatawan Mancanegara Ke Sumatera Barat



Untuk Provinsi Sumatera Barat, distribusi wisatawan masih didominasi oleh kota Padang dan Bukittinggi. Kota Padang sebagai ibukota merupakan hub dari destinasi lain di kabupaten kota yang ada di Sumatera Barat. Kota Padang secara umum menguasai sekitar 3 juta kunjungan wisatawan dengan Pendapatan Asli daerah tertinggidiikuti oleh kota Bukittinggi sebagai tujuan destinasi wisatawan mancanegara ke Provinsi Sumatera Barat. Berikut grafik distribusi kunjungan wisatawan (nusantara dan mancanegara) ke kabupaten dan kota yang ada di Provinsi Sumatera barat.

Gambar 3.6 Distribusi Wisatawan Di Kabupaten / Kota Sumatera Barat



Sumber: Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat

b. Wisatawan Nusantara

Untuk segmentasi pasar wisata nusantara 3 besar pasar adalah: Pekanbaru, Jakarta, dan Jambi. Segmentasi pasar wisatawan nusantara ini masih didominasi dengan aksesibilitas darat, dan diikuti oleh akses udara. Segmentasi pasar wisata nusantara terbanyak berasal dari Pekanbaru dengan jenis wisata keluarga. Sedangkan untuk segmentasi Jakarta berasal dari jalur udara pada umumnya berasal dari wisata bisnis untuk tujuan MICE dan group. Uniknya wisatawan nusantara ini

didominasi oleh perantau (orang memiliki keturunan Minangkabau) yang tinggal didaerah luar Sumatera Barat.

15. Wilayah dan Destinasi Wisata

Dari zonasi yang telah ditetapkan oleh Perda no 3 tahun 2014 tentang Rencana Induk Pengembangan Pariwisata Provinsi Sumatera Barat telah ditetapkan 3 Kawasan yang memiliki keunggulan masing masing, berikut gambar zonasi rencana pariwisata Sumatera Barat, yang dibagi menjadi Kawasan Utama, Kawasan Strategis dan Kawasan

Gambar 3.3 Pembagian Zona Kawasan Pariwisata Sumatera Barat RIPPAPROV 2014-2020



Sumber: Naskah Akademik Ranperda Pariwisata Halal Provinsi Sumatera Barat

Wilayah destinasi yang ada di Sumatera Barat saat ini sudah terdapat 411 jumlah objek wisata di 19 kabupaten kota. Ke 411 objek wisata tersebut belum memiliki pengelolaan secara khusus, dan keseluruhan objek terdiri dari berbagai jenis destinasi mencakup, alam, bahari, buatan, budaya, sejarah yang masih belum memiliki keunggulan kompetitif dan komparatif. Ke 411 merupakan potensi yang dapat digarap oleh pemerintah Sumatera Barat.

Tabel 4.1 Jumlah Objek Wisata Sumatera Barat

No	Kabupaten/kota	Jumlah
1	Kab.Pesisir Selatan	35
2	Kota Payakumbuh	23
3	Kab.Lima Puluh Kota	54
4	Kota Bukittinggi	14
5	Kabupaten Solok	26
6	Kota Solok	19
7	Kab. Solok Selatan	11
8	Kab. Agam	20
9	Kab. Padang Pariaman	83
10	Kab. Dharmasraya	33
11	Kota Sawahlunto	8
12	Kab. Tanah datar	15
13	Kota Pariaman	13
14	Kota Padang	17
15	Kota Padang Panjang	6
16	Kab. Pasaman	4
17	Kab. Pasaman Barat	16
18	Kab. Sijunjung	7
19	Kab. Kepulauan Mentawai	7

	<i>Jumlah</i>	411
--	---------------	-----

Dari data destinasi unggulan tersebut, berikut data nama destinasi unggulan pada 18 kabupaten kota se – Sumatera Barat yang di ajukan untuk menjadi destinasi unggulan pada koridor pengembangan Pariwisata halal Provinsi Sumatera Barat.

Tabel 4.2 Destinasi Unggulan Pembangunan Pariwisata Halal Provinsi Sumatera Barat

No	Nama Kabupaten/ Kota	Nama Destinasi
1	Kota Padang	- Taman Raya Bung Hatta
		- Pantai Padang
		- Pantai Air Manis
2	Kota Pariaman	- Pantai Gondorih
3	Kabupaten Padang Pariaman	- Air Terjun Nyarai
4	Kota Padang Panjang	- Mesjid Asasi Padang Panjang
		- Mifan
		- PDIKM
5	Kota Bukittinggi	- Taman Marga Satwa & Kinantan
		- Lobang Jepang
		- Jam Gadang
6	Kabupaten Agam	- Ambun Tanai
7	Kabupaten Tanah Datar	- Istano Baso Pagaruyung
		- Nagari Tuo Pariangan
		- Kampung Minang Sumpu
8	Kota Payakumbuh	
9	Kabupaten Lima Puluh Kota	- Lembah Harau
		- Batang Tabik
		- Fly Over
10	Kabupaten Pasaman	- Taman Equator Bonjol
11	Kabupaten Pasaman Barat	- Pantai Air Bangis
		- Kawasan Silokek
12	Kabupaten Sijunjung	- Perkampungan Adat Padang
		- Arung Jeram Sisawah
13	Kota Sawahlunto	- Museum Goedang Ransum
		- Puncak Cemara
		- Info Box
14	Kabupaten Dharmasraya	- Sport Center Area
		- Candi Padang Roco
		- Rest Area
15	Kota Solok	- Masjid Agung Almuksinin

16	Kabupaten Solok	- Alahan Panjang
17	Kabupaten Solok Selatan	- Air Terjun Kembar
		- Seribu Rumah Gadang
		- Goa Batu Kapal
18	Kabupaten Pesisir Selatan	- Pantai Carocok
		- Mande Rubiah
		- Jembatan Akar

Sumber: Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat

B. Hasil Wawancara

Hasil wawancara penulis dengan beberapa stakeholder yang terdiri dari unsur Penta Helix, dapat penulis jelaskan satu-persatu pada penjelasan berikut ini:

1) Akademisi

Akademisi dalam hal ini adalah pihak universitas dan atau perguruan tinggi terutama perguruan tinggi yang berada di daerah tersebut. Akademisi dipercaya sebagai konseptor dan pembuat ide-ide dan inovasi-inovasi baru untuk bisa dijalankan stakeholders lainnya. akademisi bertanggung jawab menjadi pengkaji arah pariwisata halal di Sumatera Barat, mengkaji kebijakan-kebijakan yang perlu diambil oleh *stakeholder* lainnya serta mengkaji regulasi-regulasi yang dianggap penting dan tepat dalam pengembangan pariwisata halal di Sumbar. Peran perguruan tinggi juga dilakukan melalui pelatihan dan kursus bagi pelaku usaha dan masyarakat, melakukan pemetaan potensi, identifikasi permasalahan, rumusan strategi dan penyuluhan, sosialisasi dan pembentukan kelompok binaan.²⁴⁵

Pada penelitian ini, penulis menemukan bahwa akademisi di Sumatera Barat umumnya sudah mengetahui dan mendengar bahwa Sumatera Barat pernah mendapat pengharagaan destinasi pariwisata halal terbaik dunia. Namun sebagian dari mereka, belum bisa membedakan antara pariwisata biasa atau konvensional, pariwisata halal maupun pariwisata syariah. Anggapan mereka selama ini, bahwa

²⁴⁵Opini Jamaluddin Jahid yang ditulis dalam sebuah harian online <https://fajar.co.id/2019/06/17/destinasi-wisata-butuh-sinergi-dan-peran-penta-helix/>, yang ditulis pada 17 Juni 2019, diunduh pada tanggal 2 Desember 2019.

pariwisata halal yang ada di Sumatera Barat selama ini adalah sudah memenuhi standar pariwisata halal maupun syariah. Persepsi mereka ini didasari bahwa mayoritas penduduk Sumatera Barat beragama Islam dan Sumatera Barat mempunyai filosofis Adat basandi syara' syara' basandi kitabullah, yang mana ini sangat relevan dan sejalan dengan ajaran agama Islam. Membedakan antara pariwisata konvensional dan halal saja mereka masih bingung, apalagi membedakan antara pariwisata halal dan pariwisata syariah.

Seperti yang diungkapkan salah satu akademisi dari UIN Imam Bonjol bapak Wira sebagai berikut:²⁴⁶

“Itu yang polemik awalnya, karena dari mana kita akan memulai dan melaksanakannya. Pada akhirnya disepaktilah bahwa dalam Naskah Akademik tersebut kita buat naskah akademik berdasarkan nilai syariah, ada naskah akademik bernilai adat, dan naskah akademik dengan nilai pariwisata secara umum.. Tapi namanya tetap kita memakai Peraturan Daerah (Perda) Penyelenggaraan Pariwisata Halal. Karena ini mengacu pada Fatwa DSN-MUI yang berbunyi Fatwa Tentang Penyelenggaraan Pariwisata Syariah. Beda dengan NTB yang mengusung Pariwisata Halal murni.”

Dari keterangan akademisi ini, diketahui bahwa pelaksanaan Pariwisata Halal sangat menekankan nilai-nilai syariah, pemahaman terhadap pariwisata halal ini sangat perlu bagi stakeholder agar dalam mengimplementasikan salah satu ceruk pariwisata ini bisa dilaksanakan dengan baik dan tanpa perdebatan di area pemahaman. Karena kalau pemahaman stakeholder masih berbeda dan belum satu visi, maka dipastikan implementasi dari pariwisata halal ini akan jalan di tempat.

Misalnya melokalisir pantai-pantai yang bebas bagi wisatawan non muslim yang berpakaian minim (bikini) di beberapa pantai di Sumatera Barat. Pantai Padang misalnya, pantai ini tidak dibolehkan bagi wisatawan Barat yang biasa dengan pakaian minim (bikini) untuk mandi atau berjemur dengan pakaian yang

²⁴⁶ Wawancara dengan Bapak Dr. Wira, beliau adalah Dosen tetap di UIN Imam Bonjol Padang juga sebagai anggota tim Naskah Akademik Rancangan Peraturan Daerah (Ranperda) pariwisata halal Sumatera Barat, dan juga sebagai salah satu Ninik Mamak yang selalu dipatuhi menurut adat Minangkabau di Sumatera Barat, pada tanggal 10 April 2018.

minim (bikini), karena masyarakat Padang tidak terbiasa dan menjadi tabu melihat pemandangan ini.²⁴⁷

Peran akademisi juga menjadi fasilitator sumber daya manusia pariwisata yang berkualitas. Sebagaimana diketahui bahwa perguruan tinggi adalah salah satu lembaga formal yang mencetak sumber daya manusia yang unggul. Karena di perguruan tinggi ada tiga unsur penting yang harus dilakukan oleh pihak perguruan tinggi, yaitu: pendidikan, penelitian dan pengabdian masyarakat. Pendidikan adalah usaha sadar dan terencana untuk mewujudkan suasana belajar dan proses pembelajaran agar peserta didik secara aktif mengembangkan potensi dirinya untuk memiliki kekuatan spiritual keagamaan, pengendalian diri, kepribadian, kecerdasan, akhlak mulia, serta keterampilan yang diperlukan dirinya, masyarakat, bangsa, dan negara.

Di Sumatera Barat ada beberapa perguruan tinggi yang menyelenggarakan fakultas maupun program studi pariwisata, diantaranya: Universitas Negeri Padang (UNP) dengan Fakultas Pariwisata dan Perhotelan,²⁴⁸ Universitas Muhammadiyah Sumatera Barat (UMSB) dengan Fakultas Pariwisata,²⁴⁹ Politeknik Negeri Padang (PNP) dengan Program Studi Usaha Perjalanan Wisata²⁵⁰, Institut Agama Islam Negeri (IAIN) Bukittinggi dengan Program Studi Pariwisata Syariah²⁵¹ serta Akademi Pariwisata Bunda dengan Program Studi Perhotelan, Kursus Perhotelan, dan Usaha Perjalanan Wisata.

Tugas akademisi selanjutnya adalah menganalisa konsep, program dan strategi pariwisata. Tugas yang sangat penting dan krusial sekali, karena dalam hal ini akademisi ikut andil dalam menentukan bagaimana konsep pariwisata halal di Sumatera Barat. dari hasil wawancara penulis dengan beberapa akademisi yang turut

²⁴⁷ Hal ini pernah terjadi pada tahun 2017, dimana ada salah satu wisatawan dari Australia yang ingin mandi dan berjemur di Pantai Padang dengan pakaian minim (bikini), maka wisatawan tersebut langsung mendapat peringatan dari aparat Satpol PP dari Kota Padang, dan mendapat penjelasan dari aparat. Sehingga wisatawan tersebut tidak jadi mandi di pantai tersebut.

²⁴⁸ website <http://unp.ac.id/id/hal/pariwisata-dan-perhotelan>, diakses pada tanggal 30 November 2019

²⁴⁹ website <https://www.umsb.ac.id/berita/info/71-fakultas-pariwisata>, diakses pada tanggal 1 Desember 2019.

²⁵⁰ website <https://www.pnp.ac.id/>, diakses pada tanggal 1 Desember 2019.

²⁵¹ <http://febi2.iainbukittinggi.ac.id/pariwisata-syariah-s1/>, diakses pada tanggal 1 Desember 2019.

andil dalam membuat naskah akademik (NA) rancangan peraturan daerah (Ranperda) pariwisata halal Sumatera Barat adalah bahwa pelaksanaan pariwisata halal di Sumatera Barat agak berbeda dengan provinsi-provinsi lainnya, seperti Nusa Tenggara Barat (NTB) dan Provinsi Aceh.

Pariwisata halal di Sumatera Barat akan menitikberatkan pada syariah, adat dan pariwisata. Karena Sumatera Barat mempunyai filosofis yang tak bisa ditinggalkan, yaitu “Adat Basandi Syara’, Syarak Basandi Kitabullah” atau disingkat menjadi ABS-SBK. Memang menurut Dewan Syariah Nasional Fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) tentang Penyelenggaraan Pariwisata Berdasarkan Prinsip Syariah²⁵² dikatakan bahwa yang dimaksud dengan Pariwisata Syariah adalah pariwisata yang sesuai dengan prinsip syariah.

Hal lain yang menjadi tugas dari perguruan tinggi dan akademisi adalah, sebagai penyedia jasa konsultasi pariwisata bagi pemerintah, industri dan masyarakat. Menurut Sari Lenggogeni, salah satu dosen tetap Universitas Andalas Padang, perguruan tinggi harus menjadi tempat konsultasi baik bagi pemerintah, industri pariwisata maupun masyarakat. Karena pemerintah dan masyarakat mempercayai bahwa kampus atau perguruan tinggi adalah sebagai pioner dalam menciptakan pakar-pakar melalui penelitian-penelitian dan pengabdian masyarakat yang pernah dilakukan. Misalnya akademisi dilibatkan dalam pembuatan naskah akademik rancangan peraturan daerah, pemerintah melibatkan akademisi dalam pengabdian masyarakat dan lain sebagainya.²⁵³

Mengenai pemahaman dan persepsi akademisi terhadap pariwisata halal di Sumatera Barat masih berbeda pendapat. Beliau mengatakan:

“Saat ini dikalangan akademisi masih berbeda pendapat tentang pariwisata halal di Sumatera Barat. Ada yang beranggapan bahwa pariwisata halal adalah pariwisata syariah, jadi yang tidak sesuai syariah maka dilarang. Ada pula yang menganggap pariwisata halal adalah eksklusif hanya untuk wisatawan Muslim saja, non Muslim dilarang ke tempat destinasi itu”

²⁵²Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN_MUI), No: 1 08/DSN-MUI/X/2 016 tentang Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata Berdasarkan Prinsip Syariah.

²⁵³ Wawancara dengan Sari Lenggogeni, Dosen Universitas Andalas Padang, 8 Mei 2019.

Hal yang sama disampaikan oleh Sari Lenggogeni dari Unand yang juga sebagai Ketua Tim Naskah Akademik Rancangan Peraturan Daerah (NA Ranperda) Pariwisata Halal Sumatera Barat ini, pihak kampus masih banyak yang beranggapan bahwa untuk apa melabeli Sumatera Barat dengan pariwisata halal, bukannya masyarakat Sumatera Barat saat ini sudah *islami* ataupun sudah memegang teguh syariat Islam, pariwisata halal justru akan mengurangi wisatawan yang akan datang ke Sumatera Barat nantinya dan terjadi diskriminasi terhadap wisatawan non muslim.

“Para akademisi kebanyakan masih bingung dengan pariwisata halal yang diterapkan di Sumbar, mereka merasa khawatir nanti dengan adanya pariwisata halal, akan mematikan pariwisata di Sumbar dan akan menjadi diskriminasi terhadap wisatawan. Nah...disini para akademisi belum paham apa yang dimaksud dengan pelaksanaan pariwisata halal, yang pada hakekatnya adalah pariwisata yang menguntungkan bagi perkembangan pariwisata di Sumatera Barat”.

Penjelasan dari Sari mengukuhkan bahwa pemahaman dan persepsi para akademisi di kampus masih belum satu dalam memahami pariwisata halal. Bahkan masih banyak para akademisi beranggapan bahwa dengan memilih pariwisata halal akan mengurangi jumlah wisatawan yang datang ke Sumatera Barat, karena terkesan eksklusif dan terkesan pariwisata di Sumatera Barat hanya diperuntukkan hanya bagi orang Islam saja. Persepsi lain dari akademisi adalah apakah Sumatera Barat akan memilih pariwisata halal atau syariah. Karena menurut mereka masih banyak perdebatan antara pariwisata halal atau pariwisata syariah.

Kalau seandainya pariwisata halal yang dipilih, maka Sumatera Barat juga tidak mau menjadi seperti NTB, yang mana NTB dikenal nomor satu dalam pariwisata halal, namun masih kita melihat para wisatawan mancanegara khususnya dari Barat yang memakai pakaian yang minim seperti di negeri mereka. Hal ini sangat bertentangan dengan budaya di Sumatera Barat kecuali di Kabupaten Kepulauan Mentawai yang mayoritas beragama Kristen dan bukan suku Minangkabau.

Kalau seandainya Sumatera Barat mengambil posisi pariwisata syariah, maka itu juga akan menjadi ambigu. Sumatera Barat tidak sama dengan Propinsi Aceh yang menerapkan hukum syariat Islam dalam Qanunnya, Sumatera Barat masih bisa bertoleransi bagi agama lain dan suku lain selama masih dalam koridor wajar dan sopan sesuai adat ketimuran.

Bahkan salah satu dosen lain dari Univeristas Andalas ada yang mengatakan: “Pariwisata halal tidak akan membuat pariwisata di Sumbar menjadi maju, karena akan menjadi eksklusif dan rentan terhadap diskriminasi. Menurut saya lebih baik kita tidak menggunakan simbol agama tertentu, agar tidak terjadi kerancuan dan membuat pariwisata itu menjadi *exclusive*, dan ini akan merugikan kita...kan lebih baik kita mengembangkan pariwisata olahraga, tempat meeting dan conference”²⁵⁴

Sumatera Barat mempunyai filosofis yang tak bisa ditinggalkan, yaitu “Adat Basandi Syara’, Syarak Basandi Kitabullah” atau disingkat menjadi ABS-SBK. Memang menurut Dewan Syariah Nasional Fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI) tentang Penyelenggaraan Pariwisata Berdasarkan Prinsip Syariah²⁵⁵ dikatakan bahwa yang dimaksud dengan Pariwisata Syariah adalah pariwisata yang sesuai dengan prinsip syariah.

Pemahaman terhadap pariwisata halal ini sangat perlu bagi stakeholder agar dalam menimplementasikan salah satu ceruk pariwisata ini bisa dilaksanakan dengan baik dan tanpa perdebatan di area pemahaman. Karena kalau pemahaman stakeholder masih berbeda dan belum sastu visi, maka dipastikan implementasi dari pariwisata halal ini akan jalan di tempat.

Adapun tentang peran dan usaha yang sudah dilakukan oleh akademisi di Sumatera Barat diantaranya adalah dengan dilibatkan dalam menyusun Naskah Akademik Rancangan Peraturan Daerah (NA Ranperda) Pariwisata Halal yang masih dalam pembahasan di DPRD Provinsi Sumatera Barat. Ada 3 orang akademisi yang masuk dalam anggota tim penyusun naskah akademik. Mereka

²⁵⁴ Wawancara dengan Bapak Edy Suwandi, Dosen tetap Univeritas Andalas Padang pada tanggal 6 Oktober di Hotel Grand Inna Padang.

²⁵⁵ Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN_MUI), No: 1 08/DSN-MUI/X/2 016 tentang Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata Berdasarkan Prinsip Syariah.

dipercaya untuk memberikan ide-ide dan inovasi baru dalam pengembangan pariwisata halal di Sumatera Barat.

Peran lain yang telah dilakukan oleh akademisi dan perguruan tinggi adalah dengan banyaknya perguruan tinggi membuka program studi pariwisata, baik pariwisata konvensional maupun pariwisata halal atau syariah. Ini membuktikan bahwa pihak perguruan tinggi dan akademisi sangat sadar akan kebutuhan sumber daya manusia dalam hal pariwisata, khususnya pariwisata halal.

Peran lain yang dilakoni oleh akademisi dalam pengembangan pariwisata halal di Sumatera Barat adalah dengan terlibatnya beberapa akademisi dari berbagai kampus untuk menjadi narasumber dalam acara-acara seminar maupun lokakarya yang berkaitan dengan pariwisata halal, baik yang diadakan oleh pemerintah maupun swasta. Edukasi dan sosialisasi seperti sangat dibutuhkan oleh masyarakat agar masyarakat bisa memahami pariwisata halal secara komprehensif dan membawa pemahaman pariwisata halal berdasarkan persepsi pengunjung bukan berdasarkan persepsi masyarakat lokal.

Peran lain yang dilakukan akademisi dan perguruan tinggi adalah dengan banyaknya mahasiswa-mahasiswa yang magang di beberapa tempat bisnis pariwisata, dan para mahasiswa yang mengadakan pengabdian masyarakat (Kuliah Kerja Nyata), yang mana dalam ini para mahasiswa ini juga diberi pemahaman tentang pariwisata halal yang utuh dan bukan berdasarkan persepsi masyarakat lokal. Peran ini sangat membantu dalam mensosialisasikan pariwisata halal kepada masyarakat.

Faktor pendukung dalam pengembangan pariwisata halal di Sumatera Barat bagi akademisi dan perguruan tinggi adalah, baiknya hubungan perguruan tinggi dan pemerintah sebagai pihak yang menjalankan dan menentukan arah kebijakan pariwisata halal Sumatera Barat, sehingga akademisi sering dilibatkan dalam mengambil keputusan tentang pariwisata halal. Selain itu juga, hubungan akademisi dengan *stakeholder* lain juga cukup terjaga, seperti hubungan dengan pihak swasta, komunitas dan media. Misalnya dengan pebisnis atau swasta. Beberapa kali pihak membuat swasta dalam hal ini hotel, membuat kesepakatan dengan pihak kampus untuk magang mahasiswa di beberapa hotel di kota Padang maupun kota Bukittinggi.

Perguruan tinggi merasa terbantu dengan adanya tempat praktek mahasiswa program studi pariwisata, begitu pula dengan pihak swasta dalam hal ini pihak hotel, mereka merasa terbantu dengan banyaknya mahasiswa yang mengambil program studi pariwisata, ini akan memudahkan mereka dalam mencari sumber daya manusia pariwisata, selain itu juga mereka terbantu dengan adanya tenaga ekstra diluar pegawai tetap dalam melayani tamu dan membantu dalam hospitaliti tamu hotel.

Faktor-faktor penghambat dalam pelaksanaan pariwisata halal di Sumatera barat bagi akademisi adalah kurangnya komunikasi antara stakehoders, dan terkesan berjalan secara parsial. Misalnya, pemerintah hanya datang ke kampus dan memohon bantuan kepada akademisi ketika perencanaan suatu proyek saja, akan tetapi setelah proyek berjalan, akademisi tidak lagi diajak dan terkesan ditinggalkan.

“Memang kita pihak akademisi sering diajak pemerintah untuk seminar maupun membuat perencanaan-perencanaan, tapi biasanya setelah seminar, implementasinya tak ada. Biasanya hanya seminar tentang pariwisata halal saja, pulang dari seminar, tak tau lagi” ujar Wira dosen tetap UIN Imam Bonjol Padang.

Hal yang sama juga diamini oleh Ketua Program Studi Pariwisata Syariah IAIN Bukittinggi, Amsah Hendri Doni²⁵⁶

“Kita sudah mengadakan MoU dengan pemerintah Bukittinggi, dibidang pariwisata halal, namun sampai saat ini belum ada implementasi dari MoU Tersebut, kami berharap bisa berkontribusi untuk kemajuan pariwisata halal khususnya di kota Bukittinggi ini”

Dari hasil wawancara penulis dengan beberapa informan dari kalangan akademisi, hampir semua menyatakan bahwa saat ini memang sudah ada kerjasama-kerjasama antara akademisi dengan pihak pemerintah, namun semua masih hanya diatas kertas, belum ada implementasinya, sehingga apa yang sudah di programkan bersama, biasanya hanya berakhir diatas kertas saja. Menurut beberapa informan,

²⁵⁶ Wawancara dengan Bapak Amsah Hendri Doni, Ketua Program Studi Pariwisata Syariah IAIN Bukittinggi, tanggal 30 Oktober 2019.

pemerintah sebagai leader harusnya memberikan pengarahannya dan pelaksanaan yang jelas kepada *stakeholder* lainnya, agar hal ini bisa diimplementasikan dan bisa berjalan dengan bersama-sama.

Faktor yang menghambat lainnya dalam perkembangan pariwisata halal di Sumatera Barat adalah pemahaman masyarakat tentang pariwisata halal itu sendiri. Tidak sedikit yang mencibir pelaksanaan pariwisata halal ini, karena masyarakat sudah merasa *Islami*, jadi bagi mereka tidak perlu lagi adanya pariwisata halal di Sumatera Barat ini, semua orang sudah tahu bahwa masyarakat Sumatera Barat mayoritas beragama Islam dan taat beragama, apalagi Sumatera Barat mempunyai filosofis ABS-SBK (Adat Basandi Syara' -Syara' Basandi Kitabullah). Jadi perlu lagi yang namanya sertifikasi halal untuk restoran atau rumah makan misalnya, tak perlu lagi diatur mesjid atau mushollanya, dan sebagainya.

“Hal yang menjadi tantangan kita dalam mengembangkan pariwisata halal di Sumatera Barat ini adalah karena penduduknya mayoritas Muslim. Kalau kita lihat pengembangan pariwisata halal di negara-negara mayoritas non muslim, disana malah mudah melaksanakannya, seperti Korea, Jepang, Singapura dan lain-lain. Mereka sangat mudah menerima karena bagi mereka itu sesuatu hal yang baru yang perlu dikembangkan, tapi bagi kita di Indonesia terutama di Sumatera Barat, hal ini menjadi tantangan, karena banyak tidak menerima karena minimnya pemahaman mereka tentang pariwisata halal” ujar Sari Lenggogeni, akademisi dari Universitas Andalas Padang.²⁵⁷

2) Pemerintah

Pemerintah pada model *Penta Helix* berperan sebagai regulator. Pemerintah berperan sebagai regulator sekaligus berperan sebagai kontroler yang memiliki peraturan dan tanggung jawab dalam mengembangkan usaha. Dalam hal ini melibatkan semua jenis kegiatan seperti perencanaan, pelaksanaan, pemantauan, pengendalian, promosi, alokasi keuangan, perizinan, program, Undang-Undang, pengembangan dan pengetahuan, kebijakan inovasi publik, dukungan untuk jaringan inovasi dan kemitraan publik-swasta. Pemerintah juga memiliki peran

²⁵⁷ Wawancara dengan Ibu Sari Lenggogeni, pada tanggal 24 Mei 2019.

dalam mengkoordinasi para pemangku kepentingan yang berkontribusi pada pengembangan pariwisata halal di Sumatera Barat.²⁵⁸

“Kami pemerintah memperkuat dalam hal regulasi, dan apabila regulasi ini sudah ada, maka ini akan menjadi pedoman bagi kabupaten kota untuk melakukan pariwisata halal ini. Kami juga melakukan sertifikasi halal. respon masih sedikit restoran yang respon, karena di Sumatera Barat ini menganggap sudah Islam dan sudah pasti halal, memang halal, tapi berdasarkan ranperda ini nanti, harus ada sertifikasinya, dan itu dibunyikan dalam ranperda kita itu” ujar pak Doni, Kabid Destinasi Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat.

Selanjutnya pak Doni juga menuturkan bahwa, setiap tahun pemerintah provinsi memberikan subsidi kepada pelaku usaha, terutama rumah makan atau restoran untuk mengajukan sertifikat halal untuk usahanya, ini supaya kita bisa mengejar sertifikasi halal seluruh rumah makan yang terdaftar di Sumatera Barat.

“Sejak tahun 2017 kita sudah bantu beberapa rumah makan untuk mengurus sertifikat halal sebanyak 8 rumah makan dan tahun 2018 sekitari 9 atau 10 restoran. kita bantu 2 juta tiap restoran. kita berharap restoran lain akan mengurus sertifikat halal ini dengan kesadarannya masing-masing. jadi sebagai stimulan lah. Atau semacam penyemangat, yang bayarannya dari 3 juta lebih, kita bantu 2 juta”.

Namun dalam kenyataan di lapangan, banyak dari industri usaha terutama dari restoran dan rumah makan, yang beranggapan tidak perlu adanya sertifikat halal, karena menganggap kita sudah mayoritas muslim. Sedangkan, Kepala Bidang Destinasi, Doni Hendra menyampaikan bahwa:²⁵⁹

“Seperti yang saya katakan tadi, pariwisata kita dikembangkan berdasar kondisi budaya yang memiliki nilai-nilai Islam, kultur masyarakat kita yang menganggap pariwisata halal itu tidak perlu sertifikat halal karena mayoritas penduduk muslim harus diluruskan, maksud pariwisata halal ini kan menjamin kita semua, agar wisatawan merasa aman, kalau mereka merasa aman itu artinya meningkat pula citra kita dan masyarakat sendiri yang merasakan hasilnya”

²⁵⁸ Wawancara dengan Bapak Doni Hendra, Kepala Bagian Destinasi Dinas Pariwisata Prov. Sumatera Barat, 12 April 2019.

²⁵⁹ Wawancara dengan Bapak Doni Hendra, Kepala Bagian Destinasi Dinas Pariwisata Prov. Sumatera Barat, 12 April 2019.

Dengan demikian, sistem pengetahuan lokal sangat dipengaruhi oleh budaya, hal ini disamping sebagai kendala juga mencerminkan kearifan tradisi budaya suatu masyarakat dapat dijadikan sebagai alternatif untuk memecahkan masalah-masalah yang dihadapi masyarakat, khususnya dalam memanfaatkan sumber daya alam, ekonomi dan sosial yang tersedia guna memajukan pariwisata halal di NTB. Pemberdayaan masyarakat melalui sosialisasi atau pembimbingan merupakan faktor yang mempengaruhi tingkat kesadaran masyarakat guna mengarah pada perubahan perilaku.

Pemerintah menjadi ujung tombak dalam semua kebijakan dan menjadi *political power* untuk menentukan kebijakan tersebut. Model Penta Helix memang menetapkan pemerintah (*government*) sebagai penggabungan ilmu pengetahuan dengan demokrasi. Karena tanpa adanya peran pemerintah, mustahil suatu pembangunan masyarakat bisa tercapai. Pemerintah menjadi *leader* dalam menciptakan pembangunan wilayah dan masyarakat termasuk dalam pembangunan dan pengembangan pariwisata.

Jika ingin menjadikan pariwisata halal menjadi unggulan Provinsi Sumatera Barat, maka program pariwisata halal harus dimasukkan dalam Visi dan Misi serta Rentra Provinsi termasuk juga dalam Ripparda (Rencana Induk Pariwisata Daerah), dengan demikian jika suatu daerah memang menganggap pariwisata halal adalah unggulan maka tuangkan itu dalam perencanaan strategis dan dikelola dengan baik. Dari hasil interview yang dilakukan penulis ditemukan bahwa *stakeholder* yang lain sangat memiliki harapan yang besar pada pemimpin daerah untuk merealisasikan pariwisata halal untuk Sumatera Barat.²⁶⁰

Dalam penyelenggaraan pariwisata halal di Sumatera Barat, pemerintah daerah melalui Dinas Provinsi telah memasukkan materi rancangan peraturan daerah tentang pariwisata halal sudah dimasukkan dalam Ripparda yang kebetulan berakhir pada tahun 2018. Hasil wawancara penulis dengan Ibuk Anastasia Kepala Seksi Kerjasama dan Produk Pariwisata Dinas Pariwisata Provinsi, beliau mengatakan:

²⁶⁰ Sari Lenggogeni dalam Creatourism, *Pariwisata Halal: Konsep, Destinasi dan Industri* (Padang: PT. Mujur Jaya, Tourism Development Center, Andalas University), hal. 227-237.

“Kebetulan Ripparda kita berakhir pada tahun 2018 ini, dan perlu adanya pembaharuan, maka kami dinas pariwisata memasukkan materi pariwisata halal dalam Ripparda tersebut, sehingga kami mempunyai payung hukum untuk menerapkan rancangan peraturan daerah tentang penyelenggaraan pariwisata halal di Sumatera Barat”.

Pengembangan pariwisata daerah, termasuk pengembangan pariwisata halal di daerah, maka yang dimaksud pemerintah disini adalah Pemerintah Provinsi Sumatera Barat, DPRD Provinsi Sumatera Barat, Pemerintah Kabupaten/Kota, Kantor Wilayah (Kanwil) Kementerian Agama RI Provinsi Sumatera Barat, dan Majelis Ulama Indonesia (MUI) Provinsi Sumatera Barat.²⁶¹

Peran yang harus dilakukan pemerintah diantaranya adalah *pertama*, merancang, menata dan menentukan arah, kebijakan strategi dan regulasi pariwisata (*macro level*).²⁶² *Kedua*, penyediaan fasilitas rumah makan.²⁶³ *Ketiga* adalah penyedia dan pengembang infrastruktur.²⁶⁴ *Keempat*, perencanaan dalam meningkatkan promosi untuk menarik wisatawan.²⁶⁵ *Kelima*, penata zonasi pariwisata halal. *Keenam*, fasilitator investasi pariwisata halal, *Ketujuh*, penegak hukum, aturan dan regulasi.²⁶⁶

Bagi destinasi-destinasi yang sulit terjangkau oleh masyarakat, maka pemerintah perlu mengambil inisiatif untuk menyediakan tempat untuk berjualan makanan. tetapi untuk di Sumatera Barat, karena masyarakatnya terbiasa dengan berdagang, maka seperti yang penulis pantau selama penelitian, tidak ada kendala jauh ataupun terpencil bagi mereka untuk membuka “lapak makanan”, mereka

²⁶¹ Meskipun MUI bukan lembaga pemerintah, tapi MUI saat ini sangat berperan penting dalam mengeluarkan fatawa halal bagi rumah makan dan restoran, hotel dan destinasi pariwisata. Karena perannya dalam hal ini adalah pembuat regulasi dan pengontrol regulasi, dalam hal ini sertifikat halal, maka penulis dalam penelitian ini memasukkan organisasi masyarakat ini (ormas) ini ke dalam unsur pemerintah.

²⁶² Hafiz Rahman, *Memperkenalkan Quadruple Helix Plus (QH*) dalam arah dan Kebijakan Pariwisata*, dalam CreaToursm: Mendukung Pembangunan Kepariwisata Berkelanjutan, Tourism Development Center, Andalas University (Padang: PT. Mujur Jaya, 2017), h. 41-62.

²⁶³ Ahmad Affandi dkk, *Peran Pemerintah Daerah Dalam Pengembangan Destinasi Wisata Bahari Pulau Gili Noko Kabupaten Gresik* (Studi Pada Dinas Kebudayaan, Pariwisata, Pemuda dan Olahraga Kabupaten Gresik). Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)|Vol. 49 No.1 Juli 2017.

²⁶⁴ *Ibid.*

²⁶⁵ *Ibid.*

²⁶⁶ *Ibid.*

selalu ada berjualan makanan walaupun dengan seadanya, sehingga hal ini membantu wisatawan untuk mengisi perutnya yang kosong.

Dalam konteks pariwisata halal, pemerintah dalam hal ini juga bertanggung jawab terhadap regulasi pariwisata halal, diantaranya dengan membantu menstimulus biaya sertifikasi, atau membantu dengan ikut memberikan sosialisasi kepada pemilik rumah makan dan restoran. Karena diketahui, saat ini sertifikasi halal belum diwajibkan bagi seluruh rumah makan dan restoran. Akan tetapi pada tahun 2020, Undang-undang RI No. 23 tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal akan mulai diterapkan.

Adapun relevansinya undang-undang tersebut dengan wisata halal, antara lain adalah karena menyentuh berbagai kebutuhan wisatawan (Muslim) seperti tempat penginapan, restoran, kolam renang, spa dan faktor pendukung lain sebagainya. Selama di hotel, mereka dijamu makanan dan minuman sesuai fasilitas yang disediakan yang kesemuanya harus dijamin kehalalannya.

Demikian pula untuk restoran atau rumah makan dengan segala macamnya yang dijual kepada wisatawan selaku konsumen harus jelas pula kehalalannya agar mereka tidak tercederai akidahnya karena telah menikmati produk yang haram dikonsumsi. Keharaman produk itu baik yang berkaitan dengan bahan baku maupun proses pembuatannya.²⁶⁷ Sebab itu untuk menjamin kehalalan itu diperlukan kejujuran, keterbukaan dan niat baik para pelaku usaha, produsen maupun para penjual dalam memproduksi dan menjual segala macam produk kepada wisatawan yang berkunjung.

Kejujuran adalah merupakan sikap subjektif yang sulit dibuktikan keabsahannya sehingga dengan demikian perlu didukung pula dengan niat baik dan tulus dari para produsen dalam mengeluarkan sebuah produk agar konsumen tidak merasa tertipu. Sedangkan keterbukaan antara lain dapat dibuktikan dengan adanya sertifikasi halal

²⁶⁷ Dalam hal ini lihat, Muhammad Djakfar, *Hukum Bisnis Membangun Wacana Integrasi Perundangan Nasional dengan Syariah*, edisi revisi (Malang: UIN-Maliki Press, 2016), h. 227-229.

dari badan yang berwenang bagi setiap produk yang dimakan, diminum dan dipakai oleh pengunjung.

Adanya penghargaan (*reward*) bagi yang mematuhi dan ada sanksi (*punishment*) bagi yang tidak mematuhi. Hal ini dimaksudkan agar peraturan itu mempunyai sifat memaksa dan tidak dilanggar oleh siapa pun saja yang terkena ketentuan-ketentuannya. Kelaziman ini berlaku pula pada penerapan undang-undang JPH sebagaimana telah tersurat dalam bunyi pasal sebagaimana telah disinggung di atas.²⁶⁸

Dari hasil interview penulis ditemukan bahwa para *stakeholder* memiliki harapan yang besar pada pimapinan daerah untuk merealisasikan ini untuk daerah. Disamping itu para partisipan juga menyatakan bahwa sangat diperlukan seorang kepada daerah yang memiliki kemampuan untuk membangun kerja sama dengan daerah sekitarnya (membangun suatu kawasan wisata) agar pengembangan kepariwisataan bisa dilakukan secara holistic ketimbang hanya bergantung pada keunggulan conventional dan sektoral, program kepariwisataan harus dikembangkan secara sinergitik karena dalam jangka panjang ini akan lebih aman bagi perkembangan sektor kepariwisataan secara keseluruhan terutama konsep pariwisata halal.

Kedepan dibutuhkan kerjasama antar kabupaten/kota, antar provinsi dan bahkan secara nasional kita harus mampu memetakan keunggulan dan sistem perencanaan yang *holistic*, bersinergi serta berkelanjutan. Ini hanya bisa dilakukan

²⁶⁸ Adapun ketentuan sanksi hukuman bagi yang melanggar yang telah ditetapkan dalam peraturan perundangan JPH ini, secara tegas tercantum dalam Bab IX tentang Ketentuan Pidana, tepatnya Pasal 56 yang berbunyi:

“Pelaku Usaha yang tidak menjaga kehalalan produk yang telah memperoleh Sertifikat Halal sebagaimana dimaksud dalam Pasal 25 huruf b, dipidana dengan pidana kurungan paling lama 5 (lima) tahun atau pidana denda paling banyak Rp 2.000.000.000,- (dua miliar rupiah).”

Dalam pasal ini, hukuman yang dikenakan kepada pelanggar cukup berat, baik dalam bentuk hukuman kurungan atau denda, sehingga dengan demikian dibutuhkan kehati-hatian kepada para pelaku usaha agar benar-benar melindungi kepentingan konsumen.

jika semua *stakeholder* satu pandangan dan melibatkan semua pihak agar timbul tanggungjawab dan komitmen secara bersama-sama.

Sebagian informan yang berasal dari *stakeholder* lain menyatakan²⁶⁹, bahwa kurangnya komunikasi yang intens antara Dinas Pariwisata dengan instansi terkait akan berdampak pada kurang terintegrasinya program pariwisata untuk kabupaten/kota. Lemahnya komunikasi antar dinas dan instansi terkait juga mengakibatkan lemahnya koordinasi antar instansi terkait. Hal yang menyebabkan lemahnya komunikasi ini diamini oleh Kepala Seksi Pengembangan Objek dan Atraksi Dinas Pariwisata Sumatera Barat Ibuk Asistasia²⁷⁰, beliau mengatakan bahwa kendala yang mereka hadapi adalah kurangnya komunikasi dengan instansi lain baik yang ada di lingkungan Provinsi Sumatera barat sendiri, maupun di kabupaten/kota. Hal ini disebabkan karena payung hukum yang belum jelas.

Peraturan daerah tentang Pariwisata Halal hingga saat ini belum juga terealisasi, ini membuat instansi-intansi lain tak bisa berbuat banyak untuk mengembangkan pariwisata halal di daerah mereka. Hambatan lain yang menghambat perkembangan pariwisata halal adalah minimnya dana untuk sosialisasi dan infrastruktur yang diperlukan untuk pengembangan pariwisata halal, hal ini juga disebabkan oleh karena tidak adanya regulasi yang mengatur, sehingga mereka tidak berani untuk menganggarkan pariwisata halal dalam Rancangan Belanja dan Pendapatan Daerah (APBD) mereka.

Adapun anggota Dewan Perwakilan Rakyat Daerah (DPRD) Sumatera Barat yang penulis wawancara, mengatakan bahwa mayoritas anggota dewan mendukung adanya Perda Pariwisata Halal Sumatera Barat, hal ini dibuktikan bahwa saat ini anggota dewan sedang dalam membahas rancangan peraturan daerah tersebut. Berikut hasil wawancara penulis dengan salah seorang wakil ketua DPRD Provinsi Sumatera Barat, Bapak Irsad Safar:²⁷¹

²⁶⁹ Diantara yang diwawancarai adalah Bapak Iyan Hanafiah (Ketua Asita Sumbar), Ketua PHRI Sumbar yang diwakili Bapak Elvis, saudara Tanri Eka Putra dari Gerakan Pesona Indonesia (GenPi Sumbar), tanggal 12 April 2019.

²⁷⁰ Wawancara dengan Ibuk Asistasia, tanggal 12 April 2019.

²⁷¹ Wawancara dengan Bapak Irsan Safar, Wakil Ketua DPRD Sumatera Barat dari Partai PKS, tanggal 20 Oktober 2019.

“...dulu sudah pernah kita ajukan ke Kemendagri, tapi Kemendagri minta nama Perda nya diubah menjadi Peraturan Daerah (Perda) Penyelenggaraan Pariwisata Halal, hal ini karena ditakutkan adanya persepsi diskriminatif dalam perda tersebut nanti.”ujar Pak Irsad.

“persepsi anggota dewan saat ini masih belum sama ya...karena kita baru membahasnya...baru tahun ini kita diberi oleh pemerintah draf ranperda tersebut, jadi wajar masih belum sama persepsinya”ujarnya lagi.

Menurut Bapak Irsad, Sumatera Barat didukung dengan kultur keIslaman yang kuat dan kesadaran masyarakat dalam beragama, terutama masyarakat di perkotaan. Selain itu juga didukung oleh pendidikan masyarakat yang sudah bisa menerima perbedaan serta mau akan perubahan kepada yang lebih baik. Adapun kendala-kedala atau hambatan dalam pelaksanaan pariwisata halal diantaranya kesadaran pemilik rumah makan atau restoran untuk mendapatkan sertifikasi halal dari otoritas yang berhak memberinya, karena mayoritas pemilik rumah makan dan restoran masih menganggap tidak perlu sertifikasi halal, karena mereka selama ini sudah merasa sudah melakukan dan menyediakan halal menurut mereka. Kendala yang lain adalah masih kurangnya sinergi antar lembaga-lembaga dan stakeholder pariwisata dalam mengembangkan pariwisata halal.

Majelis Ulama Indonesia (MUI) sebagai pemegang hak fatwa selama ini sebelum diberlakukannya Undang-undang nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, sudah terlibat dan menjadi bagian pemerintah walaupun pada hakekatnya adalah sebuah organisasi non pemerintah. Namun dalam stakeholder Penta Helix, MUI yang dalam hal ini diwakili oleh LPPOM-MUI, lembaga ini masuk dalam unsur pemerintah, karena LPPOM MUI termasuk salah satu yang bertanggung jawab dalam merealisasikan dan menjamin produk halal dalam pariwisata. Dalam konteks Sumatera Barat, LPPOM MUI sudah bekerjasama dengan beberapa instansi pemerintah dalam mensosialisasikan sertifikasi halal kepada masyarakat dan memberi penyuluhan tentang keuntungan sertifikat halal di rumah makan maupun restoran.

Saifullah Zulkyer selaku Ketua LPPOM MUI-Sumatera Barat berkaitan

dengan pertumbuhan sertifikasi halal menyampaikan bahwa:²⁷²

“Proses sertifikasi dilakukan MUI bekerjasama dengan Dinas Pariwisata Propinsi Sumatera Barat, serta Dinas Kesehatan kabupaten dan kota di Sumatera Barat. Majelis Ulama Provinsi Sumatera Barat telah menerbitkan 375 sertifikasi halal sejumlah restoran hotel, Restorandan rumah makan serta UMKM diseluruh kabupaten kota yang ada di Sumatera Barat. Jumlah tersebut hasil sertifikasi halal mulai tahun 2016 sampai 2019. Untuk tahun selanjutnya, diharapkan akan terus meningkat dengan banyaknya kesadaran masyarakat pentingnya mendapatkan sertifikasi halal. Diakui bahwa capaian ini masih sangat minim sekali, karena masih banyak restoran hotel dan rumah makan serta UMKM yang enggan untuk mengajukan sertifikat halal, karena mereka menanggap bahwa tidak perlu adanya sertifikat halal kerana kita sudah muslim. Oleh karena itu kita selalu gencar untuk mensosialisasikan sertifikasi halal ini kepada kalangan industri hotel maupun restoran” ujar Saifullah.

Pernyataan ketua LPPOM MUI Sumatera Barat ini menguatkan bahwa masih banyak dari kalangan industri pariwisata baik hotel maupun restoran yang masih belum memiliki sertifikat halal, ini disebabkan karena mereka masih merasa bahwa karena mereka sudah muslim maka tidak diperlukan lagi sertifikat halal, padahal keuntungan sertifikat halal adalah untuk memastikan wisatawan khususnya yang dari mancanegara akan kehalalan makanan mereka.

3) Bisnis

Bisnis pada model *Penta Helix* berperan sebagai *enabler*. Yang dimaksud *enabler* dalam hal ini adalah pebisnis menjadi stakeholder yang membantu dalam mencapai tujuan yang diinginkan. Bisnis merupakan entitas yang melakukan proses bisnis dalam menciptakan nilai tambah dan mempertahankan pertumbuhan yang berkelanjutan. Bisnis berperan sebagai *enabler* menghadirkan infrastruktur pariwisata yang dibutuhkan, terutama dalam hal ini kebutuhan pariwisata halal. Sektor swasta merupakan entitas yang melakukan proses bisnis dalam menciptakan nilai tambah dan mempertahankan pertumbuhan yang berkelanjutan. Sektor Swasta dapat berperan sebagai *enabler* menghadirkan infrastruktur teknologi dan modal.

²⁷² Wawancara dengan Saifullah Zulkyier, Ketua BPPOM MUI Sumatera Barat, 24 Mei 2019.

Dengan adanya perubahan ke era digital maka dapat membantu pengembangan potensi pariwisata menjadi lebih efektif, efisien, dan produktif.

Pemahaman dan persepsi pebisnis pariwisata di Sumatera Barat, masih sama dengan *stakeholder* lainnya. Sebagian mereka masih belum satu misi dan masih menganggap pariwisata halal akan menjadi penghambat pariwisata lainnya. Persepsi mereka masih belum memahami secara utuh tentang konsep pariwisata halal yang sebenarnya. Hal ini dijelaskan oleh Bang Iyan Hanafiah, Ketua ASITA Sumatera Barat dan Pemilik sebuah perusahaan perjalanan wisata yang mendapat penghargaan Abu Dhabi pada tahun 2016. Bang Iyan Hanafiah mengatakan:²⁷³

“Persepsi sebagian kawan-kawan pemain tour dan travel ini, mereka masih acuh terhadap pariwisata halal ini.....karena pemahaman mereka tentang pariwisata halal ini masih seperti pariwisata syariah, yang banyak larangan-larangan....jadi takut mereka jadinya..takut tak laku nanti....padahal kan tidak begitu...” ujar Iyan Bapak Iyan.

Dilanjutkan oleh Iyan, bahwa penerapan pariwisata halal di Sumatera barat masih minim sosialisasi, jangankan kepada masyarakat, bahkan para stakeholder pun masih banyak yang belum tahu tentang pariwisata halal. Mereka hanya tahu bahwa pariwisata di Sumatera Barat sudah “*Islami*” “dan tak perlu ditambah dengan label lain seperti label “halal”. Nah pemahaman seperti ini lah yang masih dimiliki oleh sebagian besar stakeholder pariwisata di Sumatera Barat terutama di kalangan agen pariwisata.

Salah satu pejabat dari pensinan dari Kemenag Provinsi Sumatera Barat bertanya kepada Bapak Iyan Hanafiah, beliau merasa sangat tersinggung kenapa restoran Minang harus disertifikasi halal, kan orang Minang sudah terkenal dengan beragama Islam dan taat dalam agamanya, mengapa harus bersertifikasi halal. Lalu pak Iyan menjelaskan bahwa yang dimaksud dengan pariwisata halal adalah *extended services and facilities dor Muslim traveler*, dan tetap seperti pariwisata yang biasanya.

²⁷³ Wawancara dengan Bapak Iyan Hanafiah, tanggal 13 April 2019.

“saya sebagai seorang Minang, tersinggung saya masak restoran minang harus di sertifikasi halal, ndak tau dia sejarah orang Minang ni....” Kata salah seorang pensiunan Kemenag Sumatera Barat kepada Bapak Iyan Hanafiah.

Dari pengalaman Bapak Iyan ini, dan dari hasil wawancara penulis dengan beberapa informan yang berasal dari bisnis, sebagian mereka masih beranggapan bahwa pariwisata halal hanya diperuntukkan bagi orang Muslim, seolah-olah pebisnis dari Sumatera Barat dilarang membawa turis-turis dari Barat yang notabene nya non muslim.

Ada lagi kawan-kawan dari Asita yang berkata:”wah kalau dah menang pariwisata halal, ndak boleh lagi *menghandle* bule tu ketua....”ujar teman saya dari Asita Sumbar. Maka saya jawab:”justru bule-bule senang dengan adanya pariwisata halal, contohnya di Lombok, bule tetap aja bertambah yang datang meskipun disana terkenal dengan wisata halal, karena mereka senang kalau bersih, kejujuran, teratur...dan lain-lain.... kalau makanan bersertifikat halal kan...mereka merasa terjamin kebersihannya”, jawab Pak Iyan.

Para pengusaha atau pebisnis di bidang perhotelan juga mempunyai persepsi yang sama. Dari wawancara penulis dengan beberapa manajer hotel, sebagian besar dari mereka juga masih berpikiran bahwa pariwisata halal akan bersifat syariah dan akan *ekklusive* bagi muslim saja. Sehingga akan mematikan bisnis mereka. Hingga saat ini hanya 8 hotel di Sumatera Barat yang sudah bersertifikat halal pada restorannya. Ini membuktikan bahwa sertifikat halal pada restoran belum menjadi prioritas bagi hotel-hotel yang ada di Sumatera Barat.

Namun sebagian dari pebisnis juga ada yang sudah memahami pariwisata halal ini. Ini dibuktikan dengan adanya sebuah hotel bintang 2 yang fully menerapkan konsep wisata syariah. Hotel Rangkayo Basa di kota Padang. Hotel ini didirikan oleh salah seorang pengusaha Jakarta yang berasal dari Sumatera Barat. Hotel ini pada awalnya dikelola oleh manajemen “Sofyan Hotel” Jakarta, tapi sekarang sudah berdiri dengan menejemen sendiri. Hotel ini menjadi langganan turis dari Malaysia, baik yang hendak belibur di kota Padang, maupun yang hendak berlibur di daerah lain di Sumatera Barat. Azan dikumandangkan dan tembuskan di setiap lantai hotel pada setiap masuknya waktu sholat, arah kiblat yang jelas,

sajadah, mukena, sholat jamaah di musholla yang telah disediakan dengan baik dan bersih, kran air untuk berwudhu.

Di bulan Ramadhan, hotel ini menyelenggarakan buka bersama setiap hari, mengaji bagi anak-anak, khatam Qur'an, tahajjud bersama, dan santapan rohani Ramadhan. Suasana hotel dibuat sedemikian rupa sehingga terasa berada di kampung sendiri untuk menyelenggarakan ibadah di bulan Ramadhan.²⁷⁴

Adapun peran dan usaha pihak bisnis di Sumatera Barat adalah dengan diajak berpartisipasi dalam hal merumuskan pariwisata halal pada masa awal dulu. Pelaku usaha menginginkan mereka selalu diajak dalam menentukan arah dan kebijakan pariwisata di Sumatera Barat ini, sehingga mereka bisa menyesuaikan target dan kebutuhan wisatawan yang akan berkunjung di provinsi ini.

Pak Widadi berharap:” ya....memang seharusnya kita sebagai pelaku usaha terus dilibatkan di setiap momen pengambilan kebijakan pariwisata, memeng sih....kami kalau ada seminar selalu diajak, tapi kalau untuk tim untuk pengembangan pariwisata halal, kayaknya belum ada (dilibatkan)...”ujar Pak Widadi.²⁷⁵

Usaha lain yang adalah dengan berusaha untuk mensosialisasikan kepada masyarakat terutama pelaku bisnis, tentang pariwisata halal, agar tidak salah persepsi dan bisa satu visi dalam memajukan pariwisata halal. Hal lain yang perlu ditekankan oleh para pelaku usaha ini adalah, tentang regulasi. Menurut mereka, kejelasan regulasi akan memudahkan mereka dalam mengambil kebijakan dan investasi. Hal lain yang tak kalah penting bagi mereka adalah infrastruktur pariwisata halal. Menurut mereka, infrastruktur seperti toilet di pantai, fasilitas kebersihan harus menjadi hal yang perlu diperhatikan pemerintah, karena masih banyak toilet dan kamar mandi di destinasi pariwisata yang masih jauh dari standar yang diharapkan dalam pariwisata halal serta standar kebersihannya.

Saat ini terdapat beberapa rumah makan dan restoran hotel yang sudah mendapat sertifikasi halal. Hal ini tidak terlepas dari usaha pemerintah dan pelaku usaha dalam mensosialisasikan pentingnya sertifikat halal bagi restoran dan rumah

²⁷⁴ Wawancara dengan Bapak Widadi, General Manager Hotel Rangkayo Basa (Halal Hotel), tanggal 29 Oktober 2019.

²⁷⁵ *Ibid.*

makan. Para pengusaha hotel menyambut baik atas bantuan pemerintah untuk membantu para pengusaha dalam mendapatkan sertifikat halal.

Peluang pelaksanaan pariwisata halal di Sumatera Barat menurut pebisnis ini adalah, provinsi ini diuntungkan dengan penduduk yang mayoritas beragama Islam. Dengan penduduk yang mayoritas muslim dan ketaatan akan menjalankan perintah agama (Islam) serta didukung dengan alam yang semula jadi, diyakini akan menambah nilai bagi Sumatera Barat untuk mengembangkan pariwisata halal. Peluang untuk menarik wisatawan dari negara-negara yang mayoritas berpenduduk agama Islam sangatlah besar seperti Malaysia, Brunei Darussalam dan negara-negara Timur Tengah. Hingga saat ini, mayoritas wisatawan luar negeri masih didominasi dari negara tetangga Malaysia. Selain faktor jarak yang dekat dan mengagumi alam raya Sumatera Barat, mereka juga mempunyai ikatan kekerabatan, yang mana banyak dari warganegara Malaysia yang nenek moyang mereka berasal dari Indonesia. Terutama dari daerah Negeri Sembilan yang terkenal dengan dealektika minagkabau pada percakapan sehari-hari mereka.

Negara-negara Timur Tengah sebenarnya menjadi incaran pariwisata halal di Sumatera Barat, namun hingga saat ini masih banyak wisatawan Timur Tengah yang belum mengetahui keindahan alam Sumatera Barat dan tidak mengetahui bahwa Sumatera Barat merupakan destinasi pariwisata halal terbaik dunia. Padahal banyak wisatawan Timur Tengah yang datang ke Malaysia untuk berlibur selama berbulan-bulan, akan tetapi mereka tidak mengetahui ada alam raya yang lebih indah dekat dengan Malaysia yaitu Sumatera Barat.

Menurut Riko salah seorang manajer hotel Royal Denai yang terletak di kota Bukittinggi, sebenarnya ada beberapa wisatawan yang datang ke Kota Bukittinggi untuk melihat pemandangan yang indah di Sumatera Barat.

“Wisatawan dari Timur Tengah ada..... sikit-sikit, biasanya mereka datang pada rentang bulan Agustus sampai Oktober. Mereka biasanya datang setelah berlibur di Malaysia, mungkin ada yang mengajak kesini, tapi belum terlalu banyak, mungkin karena belum banyak yang tau keindahan Sumbar” ujar Riko.²⁷⁶

²⁷⁶ Wawancara dengan Pak Riko, Salah satu manajer Hotel Royal Denai Bukittinggi, tanggal 2 Oktober 2019.

Ada beberapa faktor yang menyebabkan wisatawan Timur Tengah tidak banyak datang ke Sumatera Barat, antara lain adalah: 1). Kurangnya promosi dari *stakeholder*, terutama dari pemerintah, 2) Kurangnya fasilitas-fasilitas yang bernuansa Arab, seperti restoran, penginapan, penukaran uang, sehingga menyulitkan mereka untuk bersantai disana, 3) kurangnya pemandu wisata yang bisa berbahasa Arab maupun Inggris, sehingga akan menyulitkan bagi mereka untuk berinteraksi nantinya. 4) kurangnya paket-paket khusus bagi wisatawan Timur Tengah yang memudahkan mereka untuk mencari destinasi menarik dan hotel yang mereka inginkan. Untuk diketahui, biasanya wisatawan dari Timur Tengah lebih suka di hotel-hotel besar dan berbintang dan bisa tinggal berbulan-bulan dalam satu musim.²⁷⁷

Adapun kolaborasi dan kerjasama antar *stakeholder*, menurut beberapa informan dari unsur Bisnis ini menyatakan bahwa sudah ada kolaborasi dan kerjasama antara *stakeholder* pariwisata yang tergabung dalam Penta Helix, diantaranya dengan selalu diikutsertakan dalam seminar-seminar maupun sosialisasi pariwisata halal yang diundang oleh pihak pemerintah maupun pihak kampus. Namun para informan ini juga berharap agar kolaborasi dan kerjasama terus terjalin secara simultan dan berkelanjutan, baik dalam suasana formal maupun informal, sehingga terciptanya energi baru untuk memajukan pariwisata halal di Sumatera Barat.

4) Komunitas

Persepsi *stakeholder* terutama dari kalangan komunitas pariwisata sebenarnya sudah memahami pariwisata halal. Mereka sudah mengikuti beberapa kali seminar dan sosialisasi yang ditaja oleh Dinas Pariwisata Provinsi maupun Dinas Pariwisata Kabupaten/kota. Seperti yang disampaikan oleh Tanri Eka Putra, bahwa Gerakan Pesona Indonesia (GenPi) yang ia ketuai, sudah sering mengadakan sosialisasi pariwisata halal, apalagi setelah Sumatera Barat mendapat penghargaan sebagai destinasi pariwisata halal terbaik dunia tahun 2016 yang lalu.

²⁷⁷ Ibid.

“Saat ini persepsi masyarakat terutama kalangan komunitas di Generasi Pesona Indonesia (GenPi) Sumatera Barat tentang pariwisata halal, ada sebagian yang sudah faham dan mayoritas tahu bahwa Sumatera Barat mengusung Pariwisata Halal menjadi andalan pariwisata, namun diantara mereka masih belum mempunyai pemahaman yang sama tentang pengertian pariwisata halal. Mereka menganggap pariwisata halal sama saja dengan pariwisata yang ada selama ini. Mereka tidak tahu, bahwa dalam penerapan pariwisata halal diwajibkan sertifikasi makanan halal di setiap restoran atau rumah makan, ketersediaan tempat ibadah, kenyamanan bagi wanita untuk berenang di kolam renang dan lain sebagainya”, ujar Tanri Eka Putra.

Berdasarkan keterangan ketua GenPi Sumatera Barat ini, diketahui masyarakat terutama di kalangan komunitas pariwisata saja masih banyak yang tidak mengerti apa pariwisata halal dan bagaimana penyelenggaraannya dalam kehidupan sehari-hari. Anggapan bahwa pariwisata halal sama saja dengan pariwisata pada umumnya, sebenarnya tidak salah, akan tetapi ada tambahan fasilitas dan pelayanan dalam penyelenggaraan pariwisata halal. Tambahan fasilitas dan pelayanan inilah yang harus diketahui dan dipahami oleh masyarakat khususnya komunitas pariwisata.

Adapun peran dan partisipasi GenPi Sumatera Barat adalah ikut serta dalam mensukseskan partisipasi Sumatera Barat dalam ajang internasional pada tahun 2016. GenPi mendapat kepercayaan untuk mengawal suara pemilih untuk memilih Sumatera Barat sebagai destinasi pariwisata halal terbaik dunia. Sehingga padatahun itu, Sumatera Barat berhasil meraih 3 penghargaan tertinggi sekaligus, yaitu World’s Best Halal Destination, World’s Best Cullinary, dan World Best Tour and Travel. Peran GenPi sangat penting pada waktu itu, karena GanPi menjadi garda terdepan untuk mensosialisasikan Sumatera Barat sebagai finalis yang direkomendasikan oleh Kementerian Pariwisata Republik Indonesia.

Organisasi yang terdiri dari para pemandu wisata yang bernama HPI (Himpunan Pramuwisata Indonesia) juga memberikan pandangan yang sama terhadap pelaksanaan pariwisata halal di Sumatera Barat. Menurut Yoseptian Suheri, HPI Kabupaten Batusangkar mengatakan:

“Persepsi masyarakat tentang pariwisata halal yang masih berbeda-beda. Masyarakat masih mempunyai pandangan-pandangan masing-masing tentang apa sebenarnya pariwisata halal itu. Ini disebabkan mungkin sosialisasi Pemda masih

minim, ditambah lagi bahwa Sumatera Barat sudah mayoritas Islam, sehingga sebagian orang tak perlu lagi pakai kata “halal” dalam pariwisata”.

Menurut Yose, belum ada perubahan yang signifikan setelah Sumatera Barat mendapat penghargaan sebagai destinasi pariwisata halal dunia. Apa yang mereka lakukan sebelum maupun sesudah mendapat penghargaan selama ini sama saja. tidak ada perubahan fasilitas maupun layanan yang berbeda antara sebelum dan sesudah mendapat penghargaan destinasi pariwisata halal terbaik dunia. Mengenai perlunya sertifikat halal dari otoritas yang berwenang juga penting bagi Sumatera Barat, karena di Sumbar ada beberapa kelompok masyarakat yang hobi dan sudah tradisi untuk berburu babi.

“Di Sumatera Barat ini khususnya di Kabupaten Tanah Datar dan Kota Batusangkar ini, ada tradisi berburu babi, jadi setiap hari Minggu biasanya ramai yang memakai kendaraan pickup dan berdiri dibelakang mobil bersama dengan anjing-anjing peliharaan mereka, sampai ada yang memegang mulut anjing tu..... ini kalau lihat orang yang tak tau, terutama wisatawan, akan membuat salah persepsi, bagaimana orang Sumbar yang terkenal dengan agama Islamnya kok pegang-pegang anjing dengan tangan kosong, itu kan najis, maka perlu lah sertifikat halal tu.....untuk meyakinkan pengunjung”. Ujar Yose.

Dari keterangan informan ini, maka dapat diketahui bahwa sertifikat halal bagi makanan dan rumah potong hewan sangat penting dan bisa membantu meyakinkan kepada wisatawan akan kehalalan makanan yang di makan. Pemerintah Sumatera Barat sebenarnya sudah berusaha memberikan bantuan atau subsidi untuk meringankan biaya memperoleh sertifikat halal dari lembaga yang mempunyai otoritas untuk mengeluarkan sertifikat. Namun kenyataannya, masih banyak rumah makan, restoran dan rumah potong hewan yang masih enggan untuk mengurus sertifikasi halal, hal ini karena mereka merasa sudah “halal” dan tidak mempengaruhi pelanggan kalau tidak ada sertifikat halal. Hal lain yang mereka rasakan adalah pengurusan sertifikat halal dirasa sangat memberatkan mereka, karena harus mempersiapkan kebutuhan dari hulu ke hilir yang juga sama-sama harus bersertifikat halal. Ini membuat mereka akan mengeluarkan biaya tambahan

karena harus terikat pada supplier yang bersertifikat halal saja, dan tentu akan membuat harganya lebih mahal.

Berdasarkan Model Penta Helix dalam pariwisata Indonesia yang dikeluarkan pemerintah Indonesia dalam hal ini Kementerian Pariwisata Republik Indonesia, komunitas dimasukkan sebagai akselerator pengembangan pariwisata. Komunitas adalah kelompok organisme (orang dan sebagainya) yang hidup dan saling berinteraksi di dalam daerah tertentu, atau sering disebut masyarakat yang memiliki kesamaan pandangan, preferensi, dan kepedulian²⁷⁸. Menurut Crow dan Allan²⁷⁹, Komunitas dapat terbagi menjadi 3 komponen: Berdasarkan Lokasi atau Tempat, Berdasarkan Minat, dan Berdasarkan Komuni.²⁸⁰

1. Berdasarkan Lokasi atau Tempat

Wilayah atau tempat sebuah komunitas dapat dilihat sebagai tempat di mana sekumpulan orang mempunyai sesuatu yang sama secara geografis. Dan saling mengenal satu sama lain sehingga tercipta interaksi dan memberikan kontribusi bagi lingkungannya.

2. Berdasarkan Minat

Sekelompok orang yang mendirikan suatu komunitas karena mempunyai ketertarikan dan minat yang sama, misalnya agama, pekerjaan, suku, ras, hobi maupun berdasarkan kelainan seksual. Komunitas berdasarkan minat memiliki jumlah terbesar karena melingkupi berbagai aspek, contoh komunitas pecinta animasi dapat berpartisipasi diberbagai kegiatan yang berkaitan dengan animasi, seperti menggambar, mengkoleksi action figure maupun film.

²⁷⁸ Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Online.

²⁷⁹ <https://id.wikipedia.org/wiki/Komunitas>.

²⁸⁰ Komunitas Berdasarkan Lokasi atau Tempat, artinya Wilayah atau tempat sebuah komunitas dapat dilihat sebagai tempat di mana sekumpulan orang mempunyai sesuatu yang sama secara geografis. Dan saling mengenal satu sama lain sehingga tercipta interaksi dan memberikan kontribusi bagi lingkungannya. Komunitas Berdasarkan Minat adalah Sekelompok orang yang mendirikan suatu komunitas karena mempunyai ketertarikan dan minat yang sama, misalnya agama, pekerjaan, suku, ras, hobi maupun berdasarkan kelainan seksual. Komunitas berdasarkan minat memiliki jumlah terbesar karena melingkupi berbagai aspek, contoh komunitas pecinta animasi dapat berpartisipasi diberbagai kegiatan yang berkaitan dengan animasi, seperti menggambar, mengkoleksi action figure maupun film; dan Komunitas Berdasarkan Komuni, yaitu Komuni dapat berarti ide dasar yang dapat mendukung komunitas itu sendiri.

3. Berdasarkan Komuni

Komuni dapat berarti ide dasar yang dapat mendukung komunitas itu sendiri.

Dalam konteks pengembangan pariwisata halal yang juga berbasiskan pemberdayaan masyarakat maka keterlibatan masyarakat dalam pengambilan keputusan sangat diperlukan agar perencanaan dan program serta keuntungan yang akan mereka peroleh dapat diterima oleh masyarakat khususnya masyarakat sekitar. Dengan demikian sikap pasif dan penolakan serta *missinterpretasi* terhadap pengembangan pariwisata halal akan bisa dihindari.

Hal ini sesuai dengan konsep yang menjelaskan bahwa pemberdayaan masyarakat adalah penguatan dan peningkatan kapasitas, peran dan inisiatif masyarakat sebagai salah satu *stakeholder* penting di luar unsur pemerintah, akademisi dan bisnis, untuk dapat berpartisipasi dan berperan aktif dan strategis sebagai subjek maupun sebagai penerima manfaat dan pengembangan kepariwisataan secara berkelanjutan.²⁸¹

Karena dikelola oleh masyarakat sendiri yang membentuk komunitas, maka masyarakat dapat terlibat langsung di dalam setiap pengambilan keputusan, termasuk menentukan mana yang boleh untuk konsumsi wisatawan dan mana yang tidak boleh. Merupakan sebuah keputusan kelompok atau komunitas yang memiliki budaya tersebut. Apabila kondisi semacam itu dapat dipertahankan, maka kegiatan dapat menekan dampak sosial dan kultural yang ditimbulkan, sehingga ke depannya dapat diterima masyarakat. Karena diterima masyarakat, maka pariwisata berbasis masyarakat mempunyai peluang berumur panjang, dan menjadi *sustainable tourism*.²⁸²

5) Media

²⁸¹ Rahmi Fahmy, dkk, *Multipersepsi Pelaku Kepariwisata Terhadap Upaya Peningkatan Daya Saing Pariwisata* (Kasus Kota Bukittingi) dalam *CreaTourism: Mendukung Pembangunan Kepariwisata Berkelanjutan*, Tourism Development Center, Andalas University (Padang: PT. Mujur Jaya, 2017), h. 80.

²⁸² Fandeli, 2000:27 dalam Sumijati dkk, *Model Pariwisata Budaya Berbasis Tenun di Lombok*. Melalui web. <http://www.arkeologi.ugm.ac.id/24/01/2009>. diunduh tanggal 10 Desember 2019.

Media dalam Model Penta Helix memang tambahan dari model sebelumnya Triple Helix dan Quadruple Helix, yang mana media berperan sebagai *expenders* yaitu sebagai pemberi informasi keluar. Selain itu media juga berperan dalam mendukung publikasi dalam promosi dan membuat *brand image*.²⁸³ Media Massa juga merupakan penghubung penting antara negara dan masyarakat, perpaduan reporter pasif dan analis aktif memiliki tempat tersendiri dalam proses kebijakan publik untuk memberikan ruang bagi pemerintah dan masyarakat dalam memahami masalah sosial sekaligus untuk memecahkan permasalahan sosial tersebut.

Media-media digunakan untuk menyebarkan informasi pariwisata kepada masyarakat sekitar, wisatawan lokal dan wisatawan mancanegara guna menarik minat kunjungan dan dapat ikut serta dalam event-event pariwisata yang ada di Pesisir Selatan. Seperti yang di katakan oleh Yoeti,²⁸⁴ bahwa promosi dianggap oleh sebagian besar orang sebagai suatu kegiatan persuasif. Melalui event-event yang diadakan dan disebarkan menggunakan media-media yang ada Disparekrafpora berusaha untuk mempengaruhi, dan mengajak calon wisatawan untuk dapat ikut dalam kegiatan-kegiatan yang dilaksanakan.

Persepsi *stakeholder* pariwisata yang tergabung dalam Penta Helix ini tentang pariwisata halal pada umumnya sudah mengetahui tentang pariwisata halal. Namun demikian, masih ada juga para pewarta yang masih memandang pariwisata halal sangat sulit di laksanakan, karena sudah mayoritas muslim.

“Menurut saya, pariwisata halal kan harus ada sertifikat halal di rumah makan, kalau mewajibkan mereka untuk sertifikat halal, ini akan sulit, karena mereka menganggap mereka sudah halal karena beragama Islam, malah mereka tersinggung nanti” ujar salah satu redaktur Harian Singgalang Bapak Yose Rizal.²⁸⁵

Dari pemaparan insan media tersebut, dapat diketahui bahwa persepsi awak media tentang pariwisata halal sudah cukup paham bagaimana pariwisata halal, namun menurut panuturan Bapak Yose Rizal, diketahui masih banyak awak media yang tidak mengetahui bagaimana mengimplementasikan pariwisata halal di

²⁸³ Hafiz Rahman, *Memperkenalkan Quadruple*, h. 45.

²⁸⁴ Oka, Yoeti, *Pemasaran Pariwisata* (Bandung: Angkasa, 1996), h. 26.

²⁸⁵ Wawancara dengan Yose Rizal, tanggal 12 Oktober 2019.

Sumatera Barat. Yang mereka ketahui hanyalah pariwisata halal cocok untuk Sumatera Barat karena penduduknya mayoritas beragama Islam dan sangat menjunjung tinggi adat, disamping itu juga Sumatera Barat mempunyai filosofis Adat Basandi Syara', Syara' Basandi Kitabullah (ABS-SBK). Hal ini bisa membantu pengembangan pariwisata halal di Sumatera Barat.

Peran dan usaha yang sudah dilakukan oleh media untuk perkembangan pariwisata halal adalah dengan turut serta mensosialisasikan bahwa Sumatera Barat masuk nominasi World's Best Halal Destination 2016 dan World's Best Halal Culinary Destination 2016. Meskipun tidak disupport oleh Pemerintah Sumatera Barat dalam hal ini iklan di koran, tapi beberapa media di Sumatera Barat ikut andil dalam mensosialisasikan dan mempromosikan hal ini.

“Meskipun kami pada waktu itu tidak didukung oleh Pemda Sumbar untuk buat iklan, tapi kami dan teman-teman media lain, baik cetak maupun online, bersama-sama mensosialisasikan dan mempromosikan Sumbar masuk nominasi Pariwisata halal, dan akhirnya alhamdulillah menang.” ujar Yoze Rizal, redaktur Harian Singgalang.²⁸⁶

Pihak media menyatakan faktor-faktor pendukung pariwisata halal di Sumatera Barat adalah dengan adanya slogan Adat Basandi Syara', Syara' Basandi Kitabullah, slogan ini sebenarnya secara de facto membuktikan bahwa Sumatera Barat sudah menerapkan pariwisata halal dalam kepariwisataannya, dan menurut Yoze Rizal, Sumatera Barat tidak perlu lagi membuat Peraturan Daerah (Perda) Pariwisata halal, karena sudah jelas menjalankan pariwisata halal dalam kesehariannya.

Menurut saya Sumatera Barat sudah menjalankan pariwisata halal dalam kepariwisataannya, karena adanya slogan “Adat Basandi Syara' Syara' Basandi Kitabullah”, jadi menurut saya tidak perlu lagi adanya Peraturan Daerah Pariwisata Halal itu”.

²⁸⁶ Ibid.

Faktor-faktor penghambat bagi media dalam mengembangkan pariwisata halal adalah kurangnya sosialisasi dari pemerintah tentang pariwisata halal. Minimnya perhatian pemerintah terhadap fasilitas-fasilitas pendukung pariwisata halal juga menjadi penghambat dalam pengembangan pariwisata halal di Sumatera Barat.

C. ANALISIS DAN PEMBAHASAN

1. Terminologi dan Konsep Pariwisata Halal

Istilah **pariwisata halal** baru mulai dikenal sejak 2015 ketika sebuah event World Halal Tourism Summit (WHTS) digelar di Abu Dhabi, Uni Emirat Arab. Sebelumnya dunia pariwisata hanya mengenal sebagai muslim tour atau semisalnya. Dalam event ini WHTS berusaha menyadarkan bahwa pangsa pasar dari wisata halal amatlah besar dan perlu untuk terus dikembangkan. Namun dalam khazanah pariwisata halal ini, masih banyak perdebatan-perdebatan dalam merumuskan pariwisata halal yang bukan hanya betul-betul menjalankan syariah, namun juga sekaligus ajang bisnis yang menjanjikan dan terus meningkatkan kualitas pariwisata di seluruh dunia khususnya bagi umat Islam.

Pariwisata halal mengacu pada penyediaan produk dan layanan pariwisata yang memenuhi kebutuhan wisatawan Muslim untuk memfasilitasi ibadah dan persyaratan diet yang sesuai dengan ajaran Islam. Oleh karena itu pariwisata halal menurut Asad Mohsin adalah jenis pariwisata yang menganut nilai-nilai Islam, dan dalam arti perbandingan dapat dibuat dengan pertumbuhan praktik perbankan Islam di mana keduanya memungkinkan bahwasanya orang yang berpegang teguh kepada agama bisa berhasil menjadi bagian dari dunia kontemporer dan konsisten dengan nilai-nilai dan praktik mereka dalam beragama.²⁸⁷

Industri pariwisata halal juga perlu mengubah persepsi umum bahwa 'Wisata Islami' bukan semata-mata merujuk pada kunjungan tempat-tempat suci Islam, dan situs bersejarah dan keagamaan di negara-negara Muslim. Melainkan lebih dari itu, bahkan bisa meliputi sektor lainnya seperti kebersihan,

²⁸⁷ Asad Mohsin, *Halal tourism: Emerging Opportunities*, (Jurnal Tourism Management Perspectives 19, 2016), hal. 137–143.

keramahtamahan, kesopanan, keamanan dan halal *lifestyle* yang sedang digandrungi oleh umat Islam sekarang terutama dikalangan milenial.²⁸⁸ Pariwisata Muslim atau Islam dan perlu memperluas persepsi ini, dalam mencapai tujuan pariwisata halal. Perlu pengembangan yang universal dan pemahaman yang komprehensif tentang istilah 'pariwisata Islami' karena umat Islam juga dapat mengunjungi tempat-tempat yang indah dan berpetualang bahkan saat itu mencari makanan halal dan layanan terkait lainnya dari pariwisata halal.

Konsep pariwisata halal menurut Carboni dan Moh Idrisi adalah “*as tourism in accordance with Islam, involving people of the Muslim faith who are interested in keeping with their personal religious habits whilst travelling*”. Pariwisata halal merupakan sub kategori dari kegiatan kepariwisataan yang ditujukan ke arah keluarga muslim (*Moslem families*) yang diatur dengan aturan Islami (*Rules of Islam*).²⁸⁹ Dalam konsep halal tourism, destinasi pariwisata tidak membolehkan adanya minuman dan makanan yang mengandung dan beraroma alkohol, dan fasilitas pariwisata yang memisahkan antara kegiatan turis laki-laki dengan perempuan.

President Islamic Nutrition Council of America, Muhammad Munir Caudry, menyampaikan bahwa, “Wisata halal merupakan konsep baru pariwisata. Ini bukanlah wisata religi seperti umroh dan menunaikan ibadah haji. Wisata halal adalah pariwisata yang melayani liburan, dengan menyesuaikan gaya liburan sesuai dengan kebutuhan dan permintaan traveler muslim”. Dalam hal ini hotel yang mengusung prinsip halal tidak melayani minuman beralkohol dan memiliki kolam renang dan fasilitas spa terpisah untuk pria dan wanita.²⁹⁰

Menurut Duran dalam Akyol & Kiliç, pariwisata memiliki bermacam dampak sosial dan budaya. Wisata halal adalah suatu produk baru dari pasar

²⁸⁸ Laporan Global Muslim Travel Index (GMTI) 2019, yang diterbitkan oleh Crescentrating Singapore.

²⁸⁹ Michelle Carboni, M'hammed Idrissi Janati, *Halal Tourism de facto: A case from Fez*, (Tourism Management Perspectives, 2016), h. 155-159.

²⁹⁰ <http://travel.detik.com:read/2013/10/30/152010/239509/1382/wisata-halal-konsep-baru-kegiatan-wisata-di-indonesia>.

muslim dan non-muslim.²⁹¹ Menurutnya, pasar halal diklasifikasikan kedalam 3 (tiga) kategori yaitu: makanan, gaya hidup (kosmetik, tekstil, dan lain-lain), dan pelayanan (paket wisata, keuangan, transportasi).²⁹²

Menurut Pavlove dalam Razzaq, Hall & Prayag,²⁹³ menyatakan bahwa Halal atau *Islamic Tourism* didefinisikan sebagai pariwisata dan perhotelan yang turut diciptakan oleh konsumen dan produsen sesuai dengan ajaran Islam. Menurut mereka banyak negara di dunia Islam yang memanfaatkan kenaikan permintaan (*demand*) untuk layanan wisata ramah Muslim ini, kalau tidak ada dicari, kalau ada, bisa membuat rasa aman. Wisata halal bisa bergandengan dengan yang sektor lainnya, sifatnya bisa berupa *komplementer* (melengkapi), atau bisa berupa produk sendiri. Misalnya ada hotel halal, berarti membuat orang yang mencari hotel yang menjamin kehalalan produknya akan mendapatkan opsi yang lebih luas. Ini justru memperluas pasar, bukan mengurangi. Dari yang tadinya tidak ada, menjadi ada.

Pemilik jaringan hotel syariah Sofyan yang juga pengarah Tim Percepatan Penyelenggaraan Pariwisata Halal Kementerian Pariwisata RI bapak Sofyan mengatakan bahwa,²⁹⁴ definisi wisata halal lebih luas dari wisata religi yaitu wisata yang didasarkan pada nilai-nilai syariah Islam. Konsumen wisata halal bukan hanya umat Muslim saja, tetapi non Muslim juga menikmati dengan tujuan ingin menikmati kearifan lokal.

Azhari Akmal Tarigan²⁹⁵ berpendapat bahwa kata kunci wisata halal sesungguhnya pada kata pelayanan. Bagaimana kita bisa memberikan layanan yang maksimal dan prima bagi wisatawan yang memang memilih halal sebagai gaya hidupnya. Menurutnya, pariwisata halal bukanlah semata-mata berkaitan dengan agama, pariwisata halal juga berkaitan dengan gaya hidup. Pada implementasi

²⁹¹Akyol dan Kiliç, Akyol. *Internet and Halal Tourism Marketing* (International Periodical For the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic Volume 9/8 Ankara-Turkey, 2014), hal. 171-186.

²⁹² Ibid.

²⁹³ Razzaq, S., Hall, C. M., & Prayag, G. *The Capacity of New Zealand to Accommodate the Halal Tourism Market or Not* (Tourism Management Perspectives, 2016), h. 2-97.

²⁹⁴ Riyanto Sofyan, *Prospek Bisnis Pariwisata Syariah*. (Jakarta: Republika, 2012). h. 3

²⁹⁵ Azhari Akmal Tarigan, *Etika dan Spritualitas Bisnis* (Medan: FEBI UIN-SU Press, 2014), h. 115-116.

pariwisata halal, tidak hanya diadopsi oleh negara dimana muslim sebagai mayoritas atau negara kelompok OIC, namun juga peluang pariwisata halal juga diadopsi oleh negara dimana muslim sebagai minoritas atau kelompok non OIC. Negara yang non OIC yang saat ini berada pada negara peringkat atas adalah Singapore, Thailand, United Kingdom, South Afrika, Hongkong.²⁹⁶

Menurut Nirwandar (2015) keberadaan wisata halal adalah perpanjangan jasa, merupakan pelengkap dari pariwisata secara umum. Sifatnya bisa berupa komplementer, seperti hotel Syariah. Pada prinsipnya pariwisata halal adalah memperluas pasar, bukan mengurangi pasar wisatawan. Dari hasil kajian ini dapat disimpulkan bahwa pariwisata halal adalah pariwisata yang pada umumnya menargetkan wisatawan muslim yang menyediakan produk dan jasa dalam industry pariwisata sesuai dengan kaidah ajaran Islam.

Sedangkan Battour²⁹⁷ mengatakan bahwa pariwisata halal merupakan objek atau tindakan yang diizinkan menurut ajaran agama Islam untuk digunakan atau diadopsi oleh Muslim dalam industry pariwisata. Definisi ini mempertimbangkan hukum Syariah sebagai dasar dalam menyampaikan produk dan jasa pada target wisatawan terutama muslim seperti hotel halal (*shariah compliant hotel*) atau resort halal, restaurant halal, trip halal. Sementara dan pendapat lain juga dikemukakan Word Travel Meeting tahun 2007, bahwa wisata halal adalah tipe dari wisata religi yang menyesuaikan dengan ajaran agama Islam terkait perilaku, pakaian, aturan dan makanan, dimana terdapat dukungan ketersediaan produk dan jasa wisata sesuai dengan kaidah atau norma islam, serta kenyamanan untuk melaksanakan ibadah saat melakukan perjalanan wisata.

Menurut Noel Scott Pariwisata harus dibarengi dengan pengakuan dan keikutsertaan masyarakat. termasuk dalam pengembangan pariwisata halal ini, masyarakat harus sepakat untuk memajukan pariwisata halal di daerah mereka, dalam rangka meningkatkan perekonomian mereka, dan ini harus terus dilakukan

²⁹⁶ Laporan Pariwisata Halal dari Cressent Rating- Master Card, (2017).

²⁹⁷ Mohammed Battour, Mohd. Nazari Ismail, *Halal Tourism: Concepts, Practices, Challenges and Future* ([Tourism Management Perspectives](#) · December 2015), hal. 1-5

secara masif dan berkelanjutan. dengan cara menjaga keamanan, kebersihan, pemberlakuan sertifikat halal pada makanan, ramah amah terhadap pelancong dan lain sebagainya. menurutnya, pariwisata dan Islam bisa sejalan, ini dibuktikan dengan ramahnya masyarakat Muslim di negara-negara mayoritas muslim dalam menyambut wisatawan dari luar negeri, terutama wisatawan non muslim. Dalam hal penyebutan nama juga Noel berpendapat, bahwa itu tergantung pasar yang ingin disasar. kalau seandainya menginginkan pasar dari timur tengah, maka pakai istilah halal tourism, tetapi apabila ingin menyasar pasar Eropa dan Amerika atau negara-negara non muslim, maka pakailah istilah family friendly tourism. Karena istilah juga akan mempengaruhi pasar yang akan kita sasar.²⁹⁸

Dalam kontek Sumatera Barat, berdasarkan hasil dari hasil FGD dan wawancara, pada awalnya para tim penyusun naskah akademik Perda Pariwisata Halal Sumatera Barat memperdebatkan, bahwa Sumatera Barat menggunakan “pariwisata syariah” atau “pariwisata halal”. Keduanya memiliki kelebihan dan kekurangan. Kalau menggunakan term “pariwisata syariah”, ini akan memperjelaskan bahwa Sumatera Barat sangat berpegang teguh pada syariat Islam dalam penyelenggaraan pariwisata, hal ini sejalan dengan prinsip yang selalu dipegang di Sumatera Barat yaitu : Adaik Basandi Syara’, Syara’ Basandi Kitabullah”. Filosofis ini berasal dari dua kelompok masyarakat di Minangkabau, yang mana satu masyarakat memegang teguh pada agama yang disebut dengan Padri, dan kelompok satu lagi memegang teguh kepada adat. Sebelum kemerdekaan, kedua kelompok ini terlibat perang saudara yang disebut dengan Perang Padri. VOC Belanda mengambil kesempatan ini untuk memecah belah masyarakat Minangkabau dengan berpihak kepada salah satu kelompok yaitu kelompok adat. Menyadari bahwa mereka diadudomba oleh VOC Belanda, maka kedua kelompok ini menempuh jalan perdamaian yang melahirkan sebuah perjanjian yang dikenal dengan nama sumpah setia di Bukit Marapalam yang disepakati oleh *tigo tungku sajarangan*, yaitu tiga unsur pemegang kekuasaan

²⁹⁸ Wawancara dengan Noel Scott (Profesor dalam bidang Pariwisata dari Cowan University Australia) dalam acara .Bukittinggi , 1 Oktober 2019.

tradisional dalam masyarakat Minangkabau: *niniak mamak* (pemuka adat), *alim ulama*, dan *cadiak pandai* (cendekiawan).

Sumpah setia tersebut berbunyi “Adat Basandi Syara’, Syara’ Basandi Kitabullah”, artinya bahwa seluruh adat yang digunakan oleh masyarakat Minangkabau harus “bersendikan” kepada syariat Islam, yang pada gilirannya didasarkan pada al-Quran dan Sunnah (*syarak basandi Kitabullah*). Versi yang lebih lengkap dari doktrin ini juga memuat fakta historis bahwa Islam tiba di wilayah Minangkabau melalui laut dan bertemu dengan pengaruh adat di tanah tinggi (*syarak mandaki adaik manurun*).²⁹⁹

Namun disuatu sisi, penggunaan istilah “wisata syariah” dinilai belum jelas batasannya, akan terkesan ekstrim/fanatik dan dapat mempersulit Sumatera Barat dalam melakukan promosi karena target pasar yang diperoleh nantinya hanya wisatawan muslim saja. Sebaiknya konsep wisata membuat wisatawan merasa “welcome” di destinasi wisata. Benchmark syariah di dalam masyarakat Sumatera Barat sendiri sulit diterima, karena hal tersebut berarti hukum syariah yang berlaku dan diterapkan sehingga masih ada ketakutan sendiri di masyarakat apalagi wisatawan. Label syariah bukan hanya sekedar kata tetapi maknanya sangat dalam.

Maka berdasarkan hasil diskusi para penyusun Perda Pariwisata Halal Sumatera Barat menyatakan bahwa branding “halal” menjadi pilihan utama dalam branding pariwisata Sumatera Barat dibandingkan penggunaan branding “syariah”, atau Islamic tourism. Jika branding syariah digunakan, dikhawatirkan akan menghilangkan konsep syar’i itu sendiri, yang ada malah hanya akan menghidupkan wisata konvensional saja. Dapat dilihat pula melalui media internet, jika di google dengan menggunakan keywords “halal tourism” diperoleh ± 13 juta hint lebih banyak dibandingkan dengan “syariah tourism” hanya 338 ribu hint. Dengan demikian, konten halal yang harus dihidupkan mulai dari produk makanan hingga sarana/fasilitas pendukung pariwisata.

²⁹⁹ E [Djamaris](#), *Pengantar Sastra Rakyat Minangkabau*. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia., 2002), h. 19.

2. Persepsi Penta Helix Tentang Pariwisata Halal

Persoalan yang berkaitan dengan persepsi adalah merupakan cara tersendiri untuk mengetahui sebenarnya ke mana arah dari pilihan stakeholders pada sebuah tujuan wisata.³⁰⁰ Tidak hanya pilihan akan kuliner atau tempat tinggal, namun juga pandangan terhadap kebersihan, estetika, serta yang berkaitan dengan kondisi dan pemeliharaan daerah tujuan wisata³⁰¹. Tanpa diketahui bagaimana persepsi stakeholders terhadap berbagai aspek yang mesti tersedia dalam mendukung keberadaan daerah tujuan wisata, maka dalam jangka panjang kawasan tujuan wisata akan tumbuh tidak sejalan dengan perkembangan sesungguhnya. Hal ini akan berdampak kepada penurunan image dan pencitraan³⁰². Kawasan wisata tumbuh tanpa terkendali “*overcrowded*”, dalam jangka panjang justru kualitas kawasan wisata bisa mengalami penurunan.

Dalam hal persepsi, akademisi di Sumatera Barat sudah memahami tentang pariwisata halal, meskipun masih ada perbedaan pendapat tentang penyebutan apakah pariwisata halal atau pariwisata syariah, atau pariwisata Islam. Namun disisi lain persepsi mereka tentang pariwisata halal masih mengusung persepsi masing-masing, sehingga belum ada kesamaan persepsi diantara stakeholder. Hal ini membuat para akademisi belum bisa menarik garis terang apa dan bagaimana sebenarnya pariwisata halal dijalankan. Hal yang sama juga dilontarkan persepsi pariwisata halal dari kalangan pemerintah. Umumnya pemerintah juga sudah memahami apa yang dimaksud dengan pariwisata halal. Menurut pemerintah, Sumatera Barat selama ini sudah menjalankan secara tidak langsung apa yang disebut dengan pariwisata halal, seperti ketersediaan rumah ibadah yang cukup banyak, fasilitas berwudhu di tempat-tempat wisata, rumah makan yang dijamin halal (meskipun masih dilakukan “*self claim*”), penduduk yang ramah tamah dan lain sebagainya. Bagi pemerintah pariwisata halal adalah pariwisata yang paling cocok untuk Sumatera barat, karena Sumatera Barat mempunyai filosofis “ Adat

³⁰⁰Ashworth, GJ, Products, Places and Promotion: Destination Images in Analysis of the Tourism Industry: An International Analysis (Wallingford, CAB International, 1991), h. 121-142.

³⁰¹ Ibid.

³⁰²Parasuraman Zeithaml VA dan LL Berry, Delivering Quality Service, Balancing Customer Perception and Expectation (New York: The Free Press, 1990).

Basandi Syarak, Syarak Basandi Kitabullah”, yang mana segala tatanan kehidupan sehari-hari masyarakat Sumatera Barat yang mayoritas bersuku Minangkabau termasuk pariwisata, harus sesuai dengan adat yang berlaku, dan adat di dalam tradisi Minangkabau harus sejalan dengan Syara’ (syariat Islam).

Persepsi stakeholder selanjutnya adalah dari Bisnis. Para pebisnis atau wirawasta pariwisata di Sumatera Barat juga mempunyai pandangan yang berbeda dengan stakeholder lainnya. Mayoritas mereka berpandangan pariwisata halal adalah pariwisata yang berasal dari Islam, yaitu mengikuti ajaran Islam dengan tidak berbuat apa yang telah diharamkan. Sebagian besar mereka tidak mengetahui perbedaan antara pariwisata halal dengan pariwisata yang ada selama ini ada. Namun menurut mereka, Sumatera Barat layak menerapkan pariwisata halal, karena mayoritas beragama Islam. Mayoritas setuju pelaksanaan pariwisata halal di Sumatera Barat karena sesuai dengan mayoritas masyarakat dan yakin akan mendatangkan wisatawan yang lebih banyak lagi karena jaminannya.

Dari jawaban para responden dapat disimpulkan bahwa komunitas pariwisata di Sumbar sudah memahami tentang pariwisata halal, meskipun masih ada perbedaan pendapat tentang penyebutan apakah pariwisata halal atau pariwisata syariah. Namun disisi lain persepsi mereka tentang pariwisata halal masih mengusung persepsi masing-masing, sehingga belum ada kesamaan persepsi diantara stakeholder. Sedangkan dari jawaban para responden praktisi media di Sumbar sudah memahami tentang pariwisata halal, namun disisi lain persepsi mereka tentang pariwisata halal belum masih mengusung persepsi masing-masing, sehingga belum ada kesamaan persepsi diantara stakeholder. Perbedaan pariwisata halal dengan pariwisata yang ada selama ini menurut responden dari media adalah tentang kenyamanan dan ketaatan wisatawan muslim untuk menjalankan kewajibannya dan meninggalkan apa yang dilarang agama Islam.

Terjadinya *misspresepsi* atau ketidaksamaan visi dan persepsi stakeholder pariwisata dalam pariwisata halal disebabkan kurangnya komunikasi pihak pemerintah sebagai leading sector untuk melibatkan stakeholder lain dalam sosialisasi dan memahami pariwisata halal secara komprehensif. Maka perlu

adanya tokoh yang bias dijadikan panutan bagi setiap lapisan masyarakat di Sumatera Barat. Kepemimpinan Tungku Tigo Sajaringan (Ninik Mamak, Alim Ulama, Cerdik Pandai) disetiap daerah di Sumatera Barat merupakan suatu solusi untuk memecah kebuntuan ini. Keterlibatan Tungku Tigo Sajaringan dalam menjalankan dan menjaga adat menjadi penguat bahwa kepemimpinan ini sangat didengar dan dipatuhi bagi masyarakat, khususnya di tempat-tempat wisata. Mereka akan selalu memberikan pertimbangan-pertimbangan dan sosialisasi berkenaan dengan pariwisata halal. Karena selama ini masalah utama dalam persepsi pariwisata halal adalah dalam hal pemahaman tentang pariwisata halal itu sendiri. Memberi pemahaman kepada non muslim tentang pariwisata halal lebih mudah daripada memberi pemahaman kepada Muslim. Karena non Muslim selama ini memang minim pengetahuan tentang halal haram. Berbeda dengan Muslim sendiri, sebagian masih menganggap bahwa pariwisata halal merupakan pariwisata yang tidak jelas dan tidak perlu. Maka diperlukan sosok atau pemimpin yang bias didengar petatah-petitihnya sehingga persepsi terhadap pariwisata halal di Sumatera Barat bisa disatukan.

3. Peran dan Usaha Stakeholder dalam Pengembangan Pariwisata Halal

Istilah peran dalam “Kamus Besar Bahasa Indonesia” mempunyai arti pemain sandiwara (film), tukang lawak pada permainan makyong, perangkat tingkah yang diharapkan dimiliki oleh orang yang berkedudukan di masyarakat. Menurut Abu Ahmad³⁰³ peran adalah suatu kompleks pengharapan manusia terhadap caranya individu harus bersikap dan berbuat dalam situasi tertentu yang berdasarkan status dan fungsi sosialnya. Pengertian peran menurut Soerjono Soekant³⁰⁴, yaitu peran merupakan aspek dinamis kedudukan (status), apabila seseorang melaksanakan hak dan kewajibannya sesuai dengan kedudukannya, maka ia menjalankan suatu peranan. Dari hal diatas lebih lanjut kita lihat pendapat lain tentang peran yang telah ditetapkan sebelumnya disebut sebagai peranan normatif. Sebagai peran normatif

³⁰³Abu Ahmadi, *Sosiologi Pendidikan: Membahas Gejala Pendidikan Dalam Konteks Struktur Sosial Masyarakat*, (Jakarta: Bina Ilmu, 1982).h. 22.

³⁰⁴ Soekanto, Soerjono, *Teori Peranan*, (Jakarta, Bumi Aksara, 2002), h. 243.

dalam hubungannya dengan tugas dan kewajiban dinas perhubungan dalam penegakan hukum mempunyai arti penegakan hukum secara total *enforcement*, yaitu penegakan hukum secara penuh.³⁰⁵

Akademisi berperan dalam tim penyusun naskah akademik perda pariwisata halal Sumatera Barat. Berdirinya beberapa program studi pariwisata, sebanyak 4 program studi dan 1 akademi pariwisata sudah didirikan di beberapa kampus di Sumatera Barat, ini menunjukkan sangat antusiasnya akademisi dan pihak perguruan tinggi dalam pariwisata. Peran lain adalah akademisi terlibat sebagai narasumber di acara-acara seminar dan lokakarya yang diadakan oleh pemerintah maupun swasta. Adapun usaha-usaha yang sudah dilakukan pihak akademisi adalah menjalin kerjasama dengan dinas pariwisata dalam mensosialisasikan pariwisata halal ke masyarakat, memberikan edukasi tentang pariwisata halal, memberikan dorongan kepada pemilik rumah makan dan restoran untuk mendapatkan sertifikat halal.

Peran dan usaha pemerintah diantaranya adalah pemerintah Sumatera Barat melalui dinas Pariwisata telah memasukkan meteri pariwisata halal ke dalam RIPPARDA Sumbar, sebagai payung hukum dibentuknya tim naskah akademik Ranperda pariwisata halal dan payung hukum bagi Peraturan Daerah Pariwisata Halal di Provinsi Sumatera Barat. Pemerintah Sumatera Barat melalui Dinas Pariwisata sangat setuju sekali konsep pariwisata halal sebagai ceruk yang cocok dengan pariwisata di Sumatera Barat. Falsafah Adat Basandi Syara', Syara Basandi Kitabullah sangat cocok dengan pariwisata halal. Pemerintah Daerah Sumatera Barat juga berperan dalam menyusun tim penyusun naskah akademik ranperda pariwisata halal Sumbar. Saat ini tim yang diketuai oleh Dr. Sari Lenggogeni dan bersama DPRD Provinsi, Pemerintah berhasil mengesahkan Peraturan Daerah (Perda) tentang Pelaksanaan Pariwisata Halal untuk Sumatera Barat. Adapun usaha-usaha yang telah dilakukan pemerintah adalah dengan mengadakan sosialisasi kepada masyarakat tentang pariwisata halal, dan telah berusaha untuk memenangkan Sumbar sebagai pemenang Word's Best Halal Destination 2016 dan

³⁰⁵ Ibid.

memenangkan dua kategori lainnya. Usaha ini didahului dengan membentuk Kelompok Kerja (Pokja) pariwisata halal pada tahun 2016. Usaha lain adalah dengan memberikan subsidi yang diambil dari anggaran APBD bagi restoran dan rumah makan untuk mengurus sertifikasi halal, usaha ini cukup efektif untuk memperbanyak jumlah restoran dan rumah makan yang bersertifikat halal dari MUI, maka setiap tahun adanya peningkatan restoran dan rumah makan yang bersertifikat halal.

Menurut pebisnis atau pengusaha dari kalangan tour dan travel, bahwa peran mereka adalah turut memberikan layanan yang sesuai dengan prinsip pariwisata halal, dan dari kalangan perhotelah mereka telah berperan dalam menerima magang mahasiswa dari prodi pariwisata khususnya prodi pariwisata syariah. Pihak pebisnis telah berusaha dalam memberikan fasilitas dan layanan terbaik bagi wisatawan muslim, membuat paket-paket khusus bagi wisatawan timur tengah yang mayoritas muslim, bahkan sampai memberikan layanan ekstra seperti sholat jamaah, azan setiap lantai dan buka bersama bagi penyewa kamar. Usaha lain adalah dengan ikut serta dengan pemerintah dan stakeholder lainnya dalam memenangkan Sumbar sebagai destinasi pariwisata halal terbaik dunia pada tahun 2016.

Sedangkan peran komunitas adalah membantu pemerintah dalam sosialisasi pariwisata halal ke masyarakat, dan bersama pemerintah juga memberikan ide-ide tentang destinasi pariwisata halal. Bersama pemerintah mengusahakan dan memenangkan penghargaan dunia sebagai destinasi pariwisata halal terbaik dunia tahun 2016, sosialisasi kepada masyarakat dan bersama pemerintah mendorong untuk mengajukan sertifikasi halal bagi pemilik restoran dan rumah makan. Media berperan dalam tim kelompok kerja (Pokja) Pariwisata Halal dalam memenangkan Sumbar sebagai Destinasi Pariwisata Halal terbaik Dunia tahun 2016, dan berperan dalam mempromosikan titik-titik destinasi pariwisata di Sumbar. Bekerjasama dengan beberapa komunitas pariwisata seperti Genpi, Pokdarwis untuk memenangkan Sumbar sebagai destinasi pariwisata halal terbaik dunia, dan hasilnya Sumbar ditetapkan sebagai Destinasi Terbaik Pariwisata Halal Dunia pada tahun 2016.

Peran dan usaha stakeholder Penta Helix dalam pengembangan pariwisata halal di Sumatera Barat bisa dilihat ketika Sumatera Barat masuk nominasi dalam ajang internasional The World's Halal Tourism Award tahun 2016 di Abu Dhabi. Pemilihan dilakukan secara daring yang diikuti oleh 25 negara baik dari Negara berpenduduk mayoritas Muslim maupun non muslim. Dalam usaha memenangkan penghargaan tersebut, masing-masing stakeholder telah berperan dan ikut berpartisipasi dengan peran dan cara masing-masing, dan Sumatera Barat berhasil mendapat tiga penghargaan sekaligus yaitu destinasi pariwisata halal terbaik dunia, kuliner terbaik dan tour dan travel terbaik.³⁰⁶ Namun setelah mendapat penghargaan ini, ikon sebagai destinasi pariwisata halal terbaik dunia seolah tak nampak. Satu penyebabnya adalah masing-masing stakeholder saling menunggu untuk berbuat dalam pengembangan pariwisata halal. Konsep kepemimpinan Tungku Tigo Sajarangan yang dalam masyarakat Minangkabau Sumatera Barat perlu menjadi perhatian dalam pengembangan pariwisata halal ini. Tungku Tigo Sajarangan perlu dirangkul dan diberi peran dalam hal sosialisasi dan memberi pemahaman yang benar kepada masyarakat tentang pariwisata halal.³⁰⁷ Hal ini belum terjadi dan belum dilakukan secara menyeluruh di Sumatera Barat khususnya di tempat-tempat pariwisata, sehingga himbuan dan permintaan pemerintah dalam pengembangan pariwisata halal sering terabaikan. Sesungguhnya dengan keterlibatan Tungku Tigo Sajarangan, maka masyarakat akan selalu patuh dan taat terhadap tiga unsur kepemimpinan ini, karena mereka merupakan pemegang teguh pada agama dan adat, yang selalu dijunjung tinggi oleh masyarakat Minangkabau sesuai dengan falsafah Adat Basandi Syara' Syara' Basandi Kitabullah (ABS-SBK).

³⁰⁶ Wawancara dengan Tanri Eka Putra, Ketua Genpi Sumbar, 29 Oktober 2019

³⁰⁷ Ibid.

4. Faktor-faktor Pendukung dan Penghambat Penyelenggaraan Pariwisata Halal di Sumatera Barat

Berdasarkan wawancara penulis dengan salah satu informan³⁰⁸, Sumatera Barat dengan etnis mayoritas Minangkabau yang berpegang teguh pada filosofis ABS-SBK ini, sudah selayaknya mengambil peran yang lebih besar dalam menerapkan dan mengembangkan pariwisata halal. Karena sudah menjadi ‘gen’ Sumatera Barat menerapkan pariwisata halal sebagai pariwisata unggulan di daerah ini. Apalagi pemerintah pusat telah meletakkan Sumatera Barat sebagai salah satu dari 3 provinsi yang menjadi prioritas dalam pengembangan pariwisata halal Indonesia selain Aceh dan Nusa Tenggara Barat (NTB).

Pada prinsipnya, masyarakat Sumatera Barat tidak menolak dan sangat menerima daerah ini menjadi salah satu pengembangan pariwisata halal di Indonesia yang ditetapkan oleh pemerintah pusat. Minimnya penolakan dari masyarakat Minangkabau yang mayoritas beragama Islam ini adalah menjadi modal bagi pemerintah daerah untuk segera menyiapkan hal-hal yang berkaitan dengan kesiapan penyelenggaraan pariwisata halal sesuai standar yang sudah ditentukan. Dalam hal ini, masih banya pekerjaan rumah yang harus diselesaikan oleh pemerintah daerah sebagai “*the leading sector*” dalam pengembangan pariwisata halal di Sumatera Barat, bersama dengan stakeholder lainnya.

Menurut praktisi pariwisata halal Sumatera Barat Bapak Didit,³⁰⁹ sebagian orang masih banyak mempersepsikan dan mengidentikkan pariwisata dengan hal yang negatif, seksual. Disuatu sisi, orang luar banyak yang mengatakan Sumbar sangat bagus pariwisatanya, baik dari alamnya, adat dan budaya, iklim dan lainsebagainya. Lalu kenapa Sumatera Barat tidak sama-sama bicara tentang wisata, kenapa tidak bahu-membahu menjalankan sektor yang menguntungkan banyak orang ini? Maka disinilah, dapat saya katakan, Sumatera Barat belum *all out* dalam mengembangkan pariwisata. Saat ini stakeholder pariwisata selalu berjalan sendiri-sendiri. Pariwisata halal itu kalau ada ya akan lebih baik bagi

³⁰⁸ Wawancara dengan Bapak Didit, mantan Kepala Dinas Pariwisata Sumatera Barat dan Penggagas Penyelenggaraan Pariwisata Halal di Sumatera Barat, 29 Oktober 2019.

³⁰⁹ *Ibid.*

wisatawan muslim, kalau tak ada pun tidak ap-apa. Yang merasakan dampak langsung pariwisata adalah mereka yang berurusan langsung dengan pariwisata.

Maka dari itu, dinas Pariwisata Sumatera saat itu mulai memformulasi, bagaimana pariwisata yang sesuai dengan Sumatera Barat. Sebenarnya konsep pariwisata ini diadopsi dari negara barat, dimana generasi pertama muslim ketika migrasi ke barat, mereka hanya datang untuk memperbaiki ekonomi. Tapi muslim pada generasi kedua ini berbeda, secara ekonomi mereka sudah mapan, dan tetap memiliki dasar-dasar keislaman yang kuat. Disitulah pasar barat melihat sebagai sumber pemasaran yang baru. Dimana mereka *gadget oriented*, *spending power* yang cukup tinggi, mereka sangat ingin ke negara-negara Eropa seperti Prancis, Inggris, Belanda, Spanyol, atau ke negara-negara Asia yang terkenal dengan wisatanya seperti Jepang dan Korea Selatan. Akan tetapi mereka akan berpikir apakah mereka akan aman dan dijamin tidak di bully disana. Karena memang secara karakteristik negara-negara ini mempunyai sangat menarik. Maka disitulah mereka mencoba menangkap market itu.

Indonesia dalam melihat trend itu, seperti kebakaran jenggot. Negara yang memiliki penduduk muslim terbesar dunia, harus kalah dengan negara-negara yang notabene nya mayoritas non muslim. Maka akhirnya Kementerian Pariwisata memutuskan untuk mengambil peluang ini dengan memetakan 34 provinsi di Indonesia. Akhirnya ditetapkanlah 13 propinsi di Indonesia yang dijadikan prioritas untuk pengembangan pariwisata halal. Dan Sumatera Barat menjadi salah satu yang diprioritaskan itu. Seperti gayung bersambut, Propinsi Sumatera Barat sangat berambisi untuk mengambil peluang ini. Ada beberapa propinsi yang telah ditetapkan menjadi prioritas, tapi tidak serius dan tidak berambisi dalam menerapkan pariwisata halal di daerahnya, tapi ada juga propinsi yang serius dan ambisi dalam menangkap peluang pariwisata yang berbasis agama ini.

Akan tetapi mengapa Sumatera Barat termasuk yang paling serius dan ngotot dalam menerapkan pariwisata halal pada waktu itu? Ini karena Sumatera Barat mempunyai “darah daging” atau DNA untuk pariwisata halal berdasarkan asas *Adaik Basandi Syara’*, *Syara’ Basandi Kitabullah* atau disingkat dengan ABS-

SBK.³¹⁰ Tahun 2016, Sumatera Barat sangat serius untuk memenangkan penghargaan dunia dalam pariwisata halal, sehingga semua bergerak, semua elemen bergerak. Dari mulai kepala daerah sampai semua stakeholder lainnya yang terlibat, ikut semua bergerak. Akhirnya, pada even dunia tersebut, Sumatera Barat mendapat dua kali menang di even nasional dan satu kali menang di even International yaitu dapat memenangi award 2016 di Abu Dhabi.

Namun setelah mendapat penghargaan dunia dalam pariwisata halal tersebut, Sumatera Barat mengalami “terjun bebas” dan “mati suri” dalam hal pariwisata halal. Banyak aspek yang membuatnya seperti itu, misalnya faktor organisasi, birokrasi, dan lain lain. Namun kalau dilihat secara keseluruhan di Sumatera Barat dari aspek sosial, ternyata memang konsep pariwisata halal tidak sederhana orang bayangkan. Misalnya ada seorang pak haji, maka otomatis orang akan percaya bahwa orang itu adalah seorang yang Islam, atau ada seorang muslim, maka otomatis umumnya orang percaya anak saya akan menjadi muslim. Tapi dalam industri halal, sangat berbeda. Banyak kriteria yang harus dimiliki. Hal ini seolah-olah stakeholder harus meratifikasi peraturan-peraturan dan kebiasaan-kebiasaan yang ada selama ini. Ini yang menjadi agak berat dalam menjalankan pariwisata halal. Misalnya, persepsi kata “halal”, banyak yang menganggap dengan menambah kata “halal” dalam pariwisata di Sumatera Barat, seolah-olah tidak percaya ke Islam dan ketaatan dalam beragama, maka hal ini tidak sederhana yang dibayangkan dalam menterjemahkan persepsi halal. Seolah-olah masyarakat Sumatera Barat merasa harga diri mereka akan jatuh kalau menambah kata “halal” dalam pariwisata. Ini dibuktikan dengan tingginya tingkat resistensinya atau penolakannya dari segi market konvensional.

Begitu juga hotel-hotel konvensional, mereka beranggapan bahwa selama ini mereka sudah merasa sudah sesuai dengan syariat Islam dengan tidak melanggar syariat Islam. Maka tiba-tiba harus menggunakan “halal”, mereka takut kehilangan

³¹⁰ Wawancara dengan Bapak Didit, mantan Kepala Dinas Pariwisata Sumatera Barat dan Penggagas Penyelenggaraan Pariwisata Halal di Sumatera Barat, 29 Oktober 2019.

pasar yang menanggapi mereka eksklusif terhadap wisatawan non muslim. Tentu hal ini akan merugikan mereka nantinya. Oleh karena itu, saat ini mereka masih menunggu sosialisasi yang masif dari stakeholder lain untuk menjelaskan tentang pariwisata halal, serta menjelaskan keuntungan apa saja yang mereka dapatkan jika menjalankan pariwisata halal.

Karena pemahaman yang sederhana itu tadi, hal ini menjadi salah satu penyebab mengapa proses pengembangan pariwisata halal terjadi stagnan. Saat ini Sumatera Barat sudah tercitrakan sebagai daerah tujuan wisata halal, hanya proses turunannya yang juga harus siap juga. Misalnya tidak hanya industri yang harus diidentifikasi, tetapi elemen lain juga harus siap dalam menjalankan pariwisata halal. Misalnya Balai Pusat P (BPPOM MUI), mereka juga harus siap dengan segala usahanya, tidak hanya mengeluarkan sertifikat halal. Ada satu contoh kejadian yang sedikit mengecewakan pada industri, ketika ada yang ingin mendaftarkan sertifikat halal di BPPOM MUI, mereka sudah mendaftar melalui online, namun ketika konfirmasi ke kantor BPPOM MUI, mereka mendapati kantor tersebut tutup dan tak ada pegawainya, padahal itu hari kerja. Dalam hal ini berarti ada elemen lain yang belum siap. Maka hal ini harus diperhatikan, agar semua elemen bisa siap semua dalam menunjang pengembangan pariwisata halal.

Saat ini, kepatuhan restoran hotel dan rumah makan dalam mengurus sertifikat halal masih sangat minim. Diketahui dari 1360 restoran dan rumah makan yang terdaftar, hanya ada 17 rumah makan se Sumatera Barat dan 11 restoran hotel yang terdaftar yang sudah bersertifikat halal. Menurut hasil wawancara penulis dengan beberapa stakeholder terutama dari BPPOM MUI dan Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat, bahwa alasan pemilik restoran dan rumah makan tidak mau mengurus sertifikat halal adalah karena mereka sudah meyakini bahwa pelanggan akan datang karena mereka sudah mayoritas muslim, dan tidak pernah ditanya oleh wisatawan, padahal wisatawan akan lebih yakin lagi jika mereka mengurus sertifikat halal dan akan ini menguntungkan pemilik rumah makan dan restoran juga, karena pelanggan akan kembali makan di tempat mereka. Alasan lain mengapa mereka tidak mau mengurus sertifikat halal adalah karena sebagian

pemilik rumah makan merasa keberatan dengan biaya yang harus dikeluarkan, belum lagi pengurusan yang mereka rasa berbelit-belit dan menghabiskan waktu mereka. Adapun subsidi yang ditawarkan pemerintah daerah melalui Dinas Pariwisata dan Dinas Koperasi dan UMKM, sebagian besar mereka tidak mengetahui itu dan tidak pernah ditawarkan. Hal ini harus menjadi perhatian oleh pemerintah untuk lebih intensif mensosialisasikan program subsidi untuk pengurusan sertifikat halal.

Tabel 4. 6: DATA RUMAH MAKAN BERSERTIFIKAT HALAL

N O	NAMA USAHA PARIWISATA	ALAMAT	TAHUN ANGGARA N	KETERAN GAN
1	RM. Pongek Or Situjuh	Jl. SoekarnoHattaBalaiPanjang, Payakumbuh	2017	SubsidiProv insi
2	RM. PasiaPiaman	Jl. Raya Padang-Bukittinggi KM 23 Kota Pariaman	2017	SubsidiProv insi
3	RM. Pak Datuk	Jl. St. Syahrir No. 287 SilaingBawah Kota Padang Panjang	2017	SubsidiProv insi
4	RM. Famili Raya Indah	Jl. YosSudarso No. 3 Bukittinggi	2017	SubsidiProv insi
5	Rujak Panorama	Jl. Panorama, KayuKubu, GuguakPanjangBukittinggi	2017	SubsidiProv insi
6	RM. LamunOmbak	Jl. KhatibSulaiman Padang	2017	Mandiri
7	Sate MakSyukur	Padang Panjang	2017	Mandiri
8	RM. Simpang Raya Bukittinggi	Jl. Sudirman No. 8, TarokDipo, GugukPanjang Kota Bukittinggi	2018	SubsidiProv insi
9	Banua Lounge BIM (PT. BanuaAgungHanitam a)	BIM Padang Pariaman	2018	Mandiri
10	RM. Sari Raso	Jl. Karya No. 3 Padang	2018	Mandiri
11	RM. Simpang Raya	Depan Jam GadangBukittinggi	2018	Mandiri
12	RM. Simpang Raya	Jl. MinangkabauPasarAtasBukittin ggi	2018	Mandiri
13	RM. Simpang Raya	AurKuningBukittnggi	2018	Mandiri
14	Hoya Bakery and Resto	Jl. KampungSebelah Padang	2018	Mandiri

15	RM. GON Raya Lamo	Jl. By Pass Anak Air Bukittinggi	2018	SubsidiProvinsi
16	RM. Silungkang	Jl. Sawahan, depanstasiun Padang, SimpangHaru Padang	2018	SubsidiProvinsi
17	RM. UniEvi	Jl. Raya Padang-BukittinggiKec. SicincinPdgPariaman	2019	SubsidiProvinsi

Tabel 4.7: DATA RESTORAN HOTEL YANG BERSERTIFIKAT HALAL

NO	NAMA USAHA PARIWISATA	ALAMAT	TAHUN ANGGARAN	KETERANGAN
1	Resto Hotel RangkayoBasa	Jl. Hang Tuah No. 211, Padang	2017	SubsidiProvinsidiperbaharui 2019
2	Resto Hang Tuah	Jl. Pemuda No. 1 Padang Barat, Padang	2017	SubsidiProvinsi
3	Resto Grand Inna Padang	Jl. Gereja No. 34 Padang	2017	SubsidiProvinsi
4	Restoran Hotel Emersia	Jl. Raya BatuSangkar-Bukittinggi No. 41 Baringin, Lima KaumKab. Tanah Datar	2017	SubsidiProvinsi
5	Restoran Hotel Ox Ville	Jl. Kp. Sebelah No. 28 Kel. BerokNipah Padang	2018	SubsidiProvinsi
6	Restoran Hotel Fave	Jl. BelakangOlo No. 46 Padang	2018	SubsidiProvinsi
7	Restoran Hotel Bunda	Jl. BundoKanduang No. 19 Padang	2018	SubsidiProvinsi
8	Restoran Hotel Mangkuto	Jl. SudirmanPayakumbuh Utara Kel. Tigo Koto Dibuah, Payakumbuh	2018	SubsidiProvinsi
9	Restoran Hotel Daima	Jl. Jend. Sudirman No. 17 Padang	2019	SubsidiProvinsi
10	Restoran Hotel Axana	Jl. BundoKanduang No.14-16, Kota Padang	2019	SubsidiProvinsi
11	Restoran Hotel Kawana	Jl. MH. Thamrin, No.71, RanahParakRumbio, Padang	2019	SubsidiProvinsi

Dalam pandangan penulis, sebenarnya pengembangan pariwisata halal di Sumatera Barat bukannya tidak ada, namun masih jalan di tempat karena sedang dalam proses, dan proses ini lebih kepada regulasi dan persepsi yang belum satu, sehingga semuanya saling menunggu. Harus ada yang menggerakkan ini semua dengan cara sosialisasi dan edukasi yang komprehensif dan massif dari stakeholders terkait, agar pelaksanaan pariwisata halal bisa dipahami dan sama-sama bisa menjalankan dan mengembangkannya. Dalam hal ini, peran dan komitmen kepala daerah sebagai CEO sangat diperlukan dan dinantikan, karena dengan komitmen mereka ini lah pariwisata bisa berjalan dengan baik dan bisa menggerakkan stakeholders lainnya.

Keterlibatan Kementerian Agama yang di daerah diwakili oleh Kantor Wilayah (Kanwil) Kementerian Agama baik di Propinsi maupun di kabupaten/kota, sangat dibutuhkan. Agar penyelenggaraan pariwisata halal bisa lebih kuat lagi. Karena sejak diundangkannya undang-undang nomor 33 2014 tentang Jaminan Produk Halal (JPH) dan diberlakukan pada tahun 2019 yang lalu, karena pelaksana daripada undang-undang ini adalah Kementerian Agama, maka sangatlah diperlukan peran mereka dalam penyelenggaraan pariwisata halal, karena banyak hal-hal yang terkait tentang kehalalan produk, terutama produk pariwisata.

Berdasarkan penilaian dari lembaga Crescentrating dalam penilaian pariwisata di suatu daerah, maka warna yang paling hitam dalam tabel tersebut menandakan hal-hal yang paling penting untuk dipenuhi oleh destinasi pariwisata bagi wisatawan Muslim. Dimulai dari ketersediaan makanan halal dan baik. Makanan halal dan baik dibuktikan adanya logo halal yang dikeluarkan oleh lembaga yang berwenang. Disusul dengan ketersediaan tempat sholat bagi wisatawan Muslim. Hal ini menjadi hal yang paling penting juga setelah makanan halal dan baik. Ketersediaan air yang mengakomodir kebutuhan wisatawan Muslim juga penting, seperti air tempat berwudhu yang khusus disediakan dikamar hotel melalui kran air wudhu, air untuk cuci tangan. Wisatawan Muslim akan merasa senang jika pihak hotel atau destinasi wisata menyediakan air tempat berwudhu, sebelum mereka menunaikan sholat lima waktu.

Berikutnya adalah layanan dan fasilitas di Bulan Ramadhan. Layanan ini akan menambah ketertarikan wisatawan muslim jika diadakan, karena bulan Ramadhan adalah bulan penuh ibadah, yang mana beribadah pada bulan Ramadhan akan melipatgandakan pahala. Hal ini memang tidak terlalu dibutuhkan oleh wisatawan muslim, namun ini akan menjadi pelengkap perjalanan bagi wisatawan muslim. Tidak mengadakan layanan dan fasilitas non halal juga menjadi harapan wisatawan muslim, seperti menyediakan minuman alkohol, diskotik, makanan non halal. Bagi wisatawan muslim, hal ini akan lebih baik jika tidak ada dalam destinasi wisata, tapi kalau pihak destinasi tersebut masih mengadakan, dengan pertimbangan diperuntukkan bagi wisatawan non muslim, maka wisatawan muslim pun tidak keberatan dengan hal ini, dengan harapan pihak penanggung jawab membedakan dan memisahkan tempat tersebut dari keberadaan wisatawan muslim.

5. Sinergitas Antar Stakeholder Penta Helix

Adanya interaksi antar ketiga stakeholders selain itu juga diperlukan adanya sinergi antar kelima stakeholder Penta Helix. Najiyati dan Rahmat³¹¹, mengartikan sinergi sebagai kombinasi atau paduan unsur atau bagian yang dapat menghasilkan keluaran lebih baik dan lebih besar. Jadi sinergi dapat dipahami sebagai operasi gabungan atau perpaduan unsur untuk menghasilkan output yang lebih baik. Sinergitas dapat terbangun melalui dua cara yaitu a. Komunikasi Sofyandi dan Garniwa³¹², pengertian komunikasi dapat dibedakan atas dua bagian, yaitu: 1. Pengertian komunikasi yang berorientasi pada sumber menyatakan bahwa, komunikasi adalah kegiatan dengan mana seseorang (sumber) secara sungguh-sungguh memindahkan stimuli guna mendapatkan tanggapan. 2. Pengertian komunikasi yang berorientasi pada penerima memandang bahwa, komunikasi sebagai semua kegiatan di mana seseorang (penerima) menanggapi stimulus atau

³¹¹ Najiyati, Sri dan S.R. Topo Susilo. *Sinergitas Instansi Pemerintah Dalam Pembangunan Kota Terpadu Mandiri (The Synergy of Government Institutions in The Transmigration Urban Development)*. Jurnal Ketransmigrasian [Internet], 28 (2) Desember 2011, h.113-124

³¹² Sofyandi dan Garniwa. *Perilaku Organisasional. Edisi Pertama*. (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2007), h. 34.

rangsangan. b. Koordinasi Disamping adanya komunikasi dalam menciptakan sinergitas juga memerlukan koordinasi. Komunikasi tidak dapat berdiri sendiri tanpa adanya koordinasi seperti yang dinyatakan oleh Hasan bahwasannya dalam komunikasi dibutuhkan koordinasi.

Koordinasi adalah integrasi dari kegiatan-kegiatan individual dan unit-unit ke dalam satu usaha bersama yaitu bekerja ke arah tujuan bersama. Moekijat³¹³ menyebutkan ada 9 (sembilan) syarat untuk mewujudkan koordinasi yang efektif, yaitu 1) Hubungan langsung Bahwa koordinasi dapat lebih mudah dicapai melalui hubungan pribadi langsung. 2) Kesempatan awal Koordinasi dapat dicapai lebih mudah dalam tingkat-tingkat awal perencanaan dan pembuatan kebijaksanaan. 3) Kontinuitas Koordinasi merupakan suatu proses yang kontinu dan harus berlangsung pada semua waktu mulai dari tahap perencanaan. 4).Dinamisme Koordinasi harus secara terus-menerus diubah mengingat perubahan lingkungan baik intern maupun ekstern. 5) Tujuan yang jelas Tujuan yang jelas itu penting untuk memperoleh koordinasi yang efektif. 6) Organisasi yang sederhana Struktur organisasi yang sederhana memudahkan koordinasi yang efektif. 7) Perumusan wewenang dan tanggung jawab yang jelas Wewenang yang jelas tidak hanya mengurangi pertentangan di antara pegawai-pegawai yang berlainan, tetapi juga membantu mereka dalam pekerjaan dengan kesatuan tujuan. 8) Komunikasi yang efektif Komunikasi yang efektif merupakan salah satu persyaratan untuk koordinasi yang baik. 9) Kepemimpinan supervisi yang efektif Kepemimpinan yang efektif menjamin koordinasi kegiatan orang-orang, baik pada tingkat perencanaan maupun pada tingkat pelaksanaan.

Jenis hubungan antar stakeholder yang ideal pada saat bekerjasama dapat berbeda-beda sesuai kebutuhan. Tingkat yang paling tinggi adalah kolaborasi. Dalam hal kolaborasi, kerjasama telah terjalin secara resmi dengan bertukar informasi dengan tujuan saling menguntungkan, mengubah aktivitas, berbagi sumber daya, risiko, tanggung jawab, penghargaan dan meningkatkan kapasitas orang lain untuk tujuan bersama. Selain itu, dalam kolaborasi terdapat komitmen

³¹³ Moekijat. *Koordinasi (Suatu Tinjauan Teoritis)*. Bandung : Mandar Maju, 1994), h. 39.

waktu yang ekstensif serta tingkat kepercayaan yang tinggi antara stakeholder. Berikut adalah paparan jenis hubungan antar-stakeholder:

1. Pemerintah dengan Akademisi

Pemerintah dengan akademisi perlu meningkatkan jenis hubungan menjadi kolaborasi. Menurut Roberts dkk,³¹⁴ kolaborasi didukung dengan komitmen waktu yang ekstensif, kepercayaan yang tinggi untuk meningkatkan kapasitas dan saling berbagi risiko. Hal ini diperlukan untuk membantu pemerintah dalam pengembangan program agar berjalan secara optimal. Akademisi sebagai stakeholder yang merupakan sumber pengetahuan dengan teori maupun konsep yang terbaru dan relevan dapat membantu pemerintah bisa berbagi risiko dengan akademisi dan bersama-sama mencari solusi yang tepat untuk menanganinya.

2. Pemerintah dengan Bisnis

Pemerintah dan bisnis perlu menjalin kolaborasi dalam hal bantuan modal, fasilitas, pelatihan, dan akses untuk mempermudah proses bisnis. Dengan jenis bantuan seperti ini, diperlukan adanya koordinasi yang baik antara pemerintah dengan bisnis untuk saling bertanggung jawab sehingga mengerti bantuan apa yang harus diberikan dan sesuai dengan kebutuhan.

3. Pemerintah dan komunitas

Komunitas yang menaungi para pebisnis dan pemerintah harus memiliki komitmen waktu yang intensif dan kepercayaan yang tinggi. Karena komunitas merupakan stakeholder yang paling dekat dengan masyarakat yang berada di destinasi wisata. Diharapkan mereka dapat menjadi penghubung yang ideal kepada pemerintah dalam kolaborasi.

4. Pemerintah dengan Media

Menurut Roberts³¹⁵, jenis hubungan *coordinating* cukup untuk hubungan yang terjalin antara pemerintah dan media. Ciri-ciri *coordinating* adalah adanya saling berbagi sumber daya yang minimal, namun hubungan tetap

³¹⁴ Robert L, Mathis, dan Jackson, John H., *Manajemen Sumber Daya Manusia*, (terjemahan Jimmi Sadeli dan Bayu Prawira Hie, Jakarta:PT Salemba, 2002), hal. 4.

³¹⁵ *Ibid.*,

resmi dengan komitmen waktu sedang. Jenis hubungan koordinasi dinilai cukup mengingat salah satu peran media, yakni membantu orang-orang agar dapat memperbaiki masyarakatnya melalui tindakan-tindakan kolektif.

5. Akademisi dengan Media

Jenis hubungan antara akademisi dan media merupakan *networking*, *networking* merupakan satu-satunya jenis hubungan yang informal dalam teori yang dikemukakan Roberts. Hubungan ini menduduki tingkatan kerjasama paling bawah. Dalam *networking*, komitmen waktu terjalin secara minimal dan tidak ada saling berbagi sumber daya karena fokus utama dalam hubungan ini adalah pelatihan atau bimbingan. Akademisi tidak harus menjalin hubungan formal dan intensif dengan media, karena secara peran mereka sudah mempunyai peran yang sudah diminta oleh pemerintah.

6. Akademisi dengan komunitas

Jenis hubungan antara akademisi dan komunitas adalah *coordinating*. Akademisi dan komunitas pariwisata patut memiliki hubungan ini karena ciri-ciri koordinasi sesuai dengan peran yang dilakukan masing-masing pihak. Dalam hal ini, akademisi tidak terlalu banyak bersinggungan langsung dengan komunitas, namun tetap harus menjalin hubungan secara formal (saling berbagi sumber daya secara minimal dan komitmen waktu yang sedang) karena komunitas menaungi para pelaku yang ada di destinasi pariwisata.

7. Akademisi dan Bisnis

Jenis hubungan antara akademisi dan bisnis adalah *networking*, artinya, hubungan terjalin secara informal. Meskipun hubungan terjalin secara informal, saling bertukar informasi tetap diperlukan untuk mengembangkan program yang ada dalam pariwisata. Suatu destinasi maupun atraksi akan berkembang secara optimal jika kerjasama terjalin dengan baik dengan cara saling menjaga komunikasi antar stakeholder. Dalam konteks pengembangan pariwisata halal di Sumatera Barat, terlihat sudah ada komunikasi antara akademisi dengan komunitas. Ini dibuktikan dengan terselenggaranya acara

“Ngobrol Santai Wisata Halal” yang diadakan oleh Geraka Pesona Indonesia (GenPi) Sumbar bekerjasama dengan Pemprov Sumatera Barat.

Yang menjadi

8. Media dan Bisnis

Jenis hubungan natar media dan bisnis adalah pelatihan dan mediator. Menurut Roberts, mediator merupakan hubungan yang terajalin secara informal dimana fokus utamanya adalah mengikuti pelatihan.

9. Komunitas dengan Bisnis

Komunitas dan bisnis perlu meningkatkan hubungan menjadi collaborating karena bisnis merupakan stakeholder yang berkontribusi dalam memberikan bantuan melalui sosialisasi maupun bantuan modal hingga bantuan infrastruktur seperti sanitasi maupun tempat ibadah. Komunitas dalam hal ini sangat memerlukan informasi dari bisnis, hal ini untuk mempermudah proses bisnis.

10. Komunitas dan Media

Jenis hubungan antara komunitas dan media adalah dengan jalur informal. Namun meski dengan jalur informal, hubungan kedua stakeholder ini sangat penting sekali, karena apabila keduanya saling mendukung, maka akan sangat membantu terwujudnya destinasi maupun atraksi pariwisata. Komunitas Genpi dalam memajukan pariwisata telah melakukan kerjasama dalam bidang promosi di surat kabar-surat kabar yang terbit di Sumatera Barat dan kerjasama membuat even-even pariwisata lainnya.

Keterlibatan stakeholder dalam mengembangkan pariwisata halal di Sumatera Barat juga sangat rawan terhadap timbulnya miskordinasi sehingga diperlukan sinergi yang kuat agar pengembangan destinasi maupun program atraksi bisa berjalan dengan baik. Oleh karena itu, pemerintah sebagai koordinator harus mampu mengkoordinir para stakeholder Panta Helix untuk menjalankan perannya masing-masing. Selain itu, pemerintah juga harus melibatkan diri secara aktif untuk

membahas perkembangan pariwisata halal bersama stakeholder lainnya agar perkembangan pariwisata halal dapat terpantau.³¹⁶

Adapun langkah penting yang dapat dilakukan di daerah-daerah di Sumatera Barat dalam rangka mengembangkan pariwisata daerah melalui penyelenggaraan pariwisata event. Pariwisata event menurut Boo dan Busser³¹⁷ memiliki beberapa manfaat, antara lain Dampak Ekonomi, Peningkatan *image*, dan alat pemasaran. Menurut George³¹⁸ bahwa setiap daerah berkepentingan untuk memacu daya tarik kepariwisataan sehingga menjadi daerah tujuan wisata yang mampu menggerakkan basis ekonomi lokal yang bersifat kerakyatan.

Pengembangan Penta Helix secara konseptual dan prinsipil didasari dengan pemikiran bahwa setiap daerah atau wilayah memiliki keunikan lokal tersendiri yang bisa saja tidak dimiliki daerah lain. Menganalisis keunikan lokal yang dimiliki Provinsi Sumatera Barat dalam prioritas sektoral untuk mengembangkan konsep pariwisata halal serta keunikan sosial, masyarakat dan budaya etnis Minangkabau yang lebih lanjut membentuk kearifan lokal masyarakat di provinsi ini-maka konsep Penta Helix Plus yaitu Unsur Penta Helix ditambah dengan unsur Tungku Tigo Sajarangan sebagai stakeholder tambahan bagi pengembangan pariwisata halal di Sumatera Barat.

Dalam kepemimpinan Minang di Sumatera Barat, dikenal dengan kepemimpinan Tungku Tigo Sajarangan. Secara harfiah istilah Tungku Tigo Sajarangan sangat dekat dengan masyarakat Minangkabau, karena istilah ini dipakai dalam kegiatan masak memasak. Peralatan memasak tradisional yang digunakan oleh masyarakat Minangkabau, adalah berupa tungku yang biasanya terbuat dari batu atau besi. Tiga buah batu atau besi yang dibentuk menyerupai

³¹⁶ Muhammad Syahbudi, dkk, *UMKM dan Digital Entrepreneurship: Sebuah Riset dengan Model Penta Helix, Strategi Pengembangan UMKM di Sumatera Utara* (Depok: Rajawali Pers Divisi Buku Perguruan Tinggi, PT RajaGrafindo Persada, 2020), hal. 57.

³¹⁷ Boo,S and Busser,J. *Impact Analysis Of A Tourism Festival On Tourist Destination Image*. *Event Management* , 9(4). 2006), h. 223-237.

³¹⁸ George, W.E. *Intangible Cultural Heritage, Ownership, Copyrights, And Tourism International* (*Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research*, 40 (4), 2010), h. 376-388.

segitiga ini, merupakan dasar yang kokoh untuk menopang berbagai masakan yang dimasak (dijerangkan) di atasnya.³¹⁹

Hal ini diperkuat dalam pantun adat berbunyi:

Basilang kayu dalam api artinya Bersilang kayu dalam api.

Di situ api mangko hiduik artinya Disana api akan hidup.

Artinya melalui ketiga pintu ini maka nyala api dari kayu bakar yang disilangkan dalam tungku tersebut akan menjadi bagus. Merujuk pada hal ini, maka istilah Tungku Tigo Sajarangan lebih ditujukan pada berbagai unsur yang terlibat dalam sistem kepemimpinan di suatu nagari/daerah. Tungku Tigo Sajarangan dalam sistem kepemimpinan, terdiri dari Ninik Mamak yang mengurus urusan-urusan harta pusako (adat istiadat), Alim Ulama yang mengurus masalah-masalah keagamaan (syarak), dan kalangan Cerdik Pandai yang mengurus masalah keilmuan (undang-undang).³²⁰

Tugas dan fungsi unsur-unsur yang terdapat dalam Tungku Tigo Sajarangan sebagaimana telah ditetapkan oleh PERDA nomor 134 tahun 1978, diterangkan bahwa nagari sebagai kesatuan masyarakat hukum adat mempunyai fungsi : (1) Membantu pemerintah dalam mengusahakan kelancaran pelaksanaan pembangunan di segala bidang. (2) Mengurus urusan hukum adat dan adat istiadat dalam nagari. (3) Memberi kedudukan hukum menurut hukum adat terhadap hal-hal yang menyangkut harta kekayaan masyarakat nagari. (4) Menyelenggarakan pembinaan dan pengembangan nilai-nilai adat Minangkabau, dalam rangka memperkaya, melestarikan dan membina kebudayaan nasional pada umumnya dan kebudayaan Minangkabau pada khususnya. (5) Menjaga dan memelihara serta memanfaatkan kekayaan nagari untuk kesejahteraan masyarakat nagari Perda di atas memperlihatkan bagaimana peranan kalangan Tungku Tigo Sajarangan dalam menjalankan pemerintahan.³²¹

³¹⁹ Rita Gani, *Tungku Tigo Sajarangan: Analisis Pola Komunikasi Kelompok dalam Interaksi Pemimpin Pemerintahan di Sumatera Barat* (MEDIATOR, Vol. 7 No.2 Desember 2006).

³²⁰ Ibid.

³²¹ Ibid.

Dalam sistem pemerintahan nagari, kepala desa mengikut sertakan ketiga unsur dalam Tungku Tigo Sajarangan, sehingga ada jalinan komunikasi dan interaksi yang terbentuk di antara ketiganya. Pengembalian sistem nagari merupakan salah satu langkah terbaik untuk mengatasi konflik di masyarakat, karena keputusan yang diambil dalam nagari didasarkan pada prinsip alur dan patut dalam arti sesuai dengan jalur-jalur yang dibolehkan oleh adat dan tidak bertentangan dengan kaidahkaidah agama yaitu Islam.

Cerdik pandai adalah pemimpin disebabkan ia memiliki pengetahuan dan wawasan yang luas, serta arif dan bijaksana. Secara perorangan atau bersama- sama, ninik mamak dalam arti luas ialah para lelaki dewasa pada suatu kaum. Dalam arti sempit, ninik mamak ialah penghulu dari suatu kaum.³²² Ninik mamak memiliki kewajiban untuk membimbing dan peduli terhadap kemenakan dan kaumnya. Alim ulama adalah pemimpin dalam urusan agama, orang yang memiliki ilmu agama yang luas dan imam yang dalam.

Cerdik pandai adalah pemimpin disebabkan ia memiliki pengetahuan dan wawasan yang luas, serta arif dan bijaksana.³²³ Alim ulama merupakan himpunan orang-orang yang pandai dan mengerti tentang ajaran agama Islam. Kepandaiannya tentang agama Islam tidak saja secara pengetahuan tapi aspek keIslaman tersebut telah menjadi sikap hidupnya, menjadi panutan dalam nagari, yang menerangkan jalan di dunia dan menjadi suluh jalan ke akhirat.³²⁴ Kepemimpinan cerdik pandai ditunjuk oleh masyarakat bersama-sama dengan penghulu dan alim ulama.

6. Tabel Jawaban Informan sebagai indikator dan Kesimpulan Jawaban

Untuk mengetahui bagaimana jawaban dari para informan yang penulis dapatkan ketika berada di lapangan, maka penulis membuat tabel yang berisikan beberapa pertanyaan yang ditanyakan kepada par informan, serta dilengkapi dengan jawaban-jawaban dan kesimpulan dari jawaban tersebut. Tabel ini juga sebagai metode triangulasi yang penulis gunakan dalam penelitian ini. Sebagaimana

³²² Ibrahim, *Tambo Alam Minang- Kabau, Tatanan Adat Warisan Nenek Moyang Orang Minang*, (Bukittinggi, Kristal Multimedia, 2005), h. 383.

³²³ Ibid.

³²⁴ Ahmad Akmal, *Ekspresi*, h. 170.

diketahui, triangulasi adalah usaha mengecek kebenaran data atau informasi yang diperoleh peneliti dari berbagai sudut pandang yang berbeda dengan cara mengurangi sebanyak mungkin bias yang terjadi pada saat pengumpulan dan analisis data. Dalam hal ini penulis menggunakan informan yang berbeda untuk mengecek kebenaran informasi tersebut. Melalui berbagai perspektif atau pandangan diharapkan diperoleh hasil yang mendekati kebenaran. Dalam tabel ini penulis menggunakan analisis penulis untuk memberikan kesimpulan yang bersumber dari jawaban-jawaban yang diberikan oleh informan-informan yang penulis jumpai di lapangan. Tabel ini berdasarkan lima stakeholder pentahelix pariwisata yaitu, Akademisi, Pemerintah, Bisnis, Komunitas dan Media. Pertanyaan-pertanyaan yang penulis berikan adalah berdasarkan rumusan-rumusan masalah yang ingin penulis teliti.

1. Tabel Pertanyaan dan Jawaban Informan sebagai Indikator serta Kesimpulan dari Kalangan AKADEMISI

Pertanyaan	Responden 1 (Indikator)	Responden 2 (Indikator)	Responden 3 (Indikator)	Kesimpulan Jawaban
<p>Persepsi: 1. Apa yang Anda ketahui tentang pariwisata halal</p>	1. Pariwisata halal adalah pariwisata yang sesuai dengan syariat Islam.	1. Pariwisata halal sama dengan pariwisata syariah yang mengikut pada al-Quran dan Hadist.	1. Pariwisata halal adalah pariwisata yang menyediakan makanan halal, tempat sholat dan lain-lain.	1. Akademisi di Sumbar sudah memahami tentang pariwisata halal, meskipun masih ada perbedaan pendapat tentang penyebutan apakah pariwisata halal atau pariwisata syariah, atau pariwisata Islam.
2. Apa perbedaan pariwisata halal dengan pariwisata yang ada.	2. Terletak pada pelayanan dan fasilitas	2. Perbedaanya terletak pada pelayanan dan fasilitas.	2. Tidak ada perbedaan, karena di sumbar sudah melaksanakan pariwisata halal, rumah makan halal, tidak boleh berbikini di pantai dan lain-lain.	2. Namun disisi lain persepsi mereka tentang pariwisata halal masih mengusung persepsi masing-masing, sehingga belum ada kesamaan persepsi diantara stakeholder.
3. Apakah Sumbar layak menerapkan pariwisata halal? Mengapa?	3. Iya Sumbar layak menerapkan pariwisata halal, ini dibuktikan dengan menyediakan tempat sholat dan wudhu di destinasi-destinasi wisata, namun yang menjadi masalah adalah masalah	3. Sumbar layak menerapkan pariwisata halal dan saat ini Sumbar sebenarnya sudah melaksanakan pariwisata halal, dengan tersedianya tempat-	3. Sumbar sangat tidak layak dilabeli dengan pariwisata halal, karena cocok dengan kultur penduduknya.	3. Menurut para akademisi, Sumatera Barat sangat layak sekali mengusung pariwisata halal, karena sesuai dengan filosofis ABS-SBK dan selama ini sudah menerapkan pariwisata halal, seperti

	kebersihan, yang mana sebagian besar destinasi wisata kebersihannya masih jauh dari harapan dan standar pariwisata internasional.	tempat ibadah disetiapp destinasi pariwisata.		menyediakan tempat sholat, tempat wudhu, namun yang menjadi permasalahan sekarang adalah masalah kebersihan yang masih sangat jauh dari harapan dan standar pariwisata internasional.
4. Apakah Anda setuju pelaksanaan pariwisata halal?	4. Iya, saya setuju karena mayoritas masyarakat muslim.	4. Iya, saya sangat setuju, karena Sumbar mempunyai filosofis “Adat Basandi Syara’ Syara’ basandi kitabullah (ABS-SBK)”.	4. Saya setuju pelaksanaan pariwisata halal karena mempunyai filosofis ABS SBK.	4. Mayoritas responden menjawab bahwa mereka setuju Sumbar melaksanakan pariwisata halal, dikarenakan mayoritas penduduk Muslim dan cocok dengan filosofis yang tertana di ranah minang yaitu ABS-SBK.
Peran dan Usaha: 1. Apakah Anda sudah berperan dalam pariwisata halal?	1. Ada 3 dari akademisi yang masuk dalam tim penyusun naskah akademik ranperda Pariwisata Halal Sumbar yang dibentuk oleh Gubernur dan di ketuai oleh Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera barat	1. Mahasiswa-mahasiswa yang magang di beberapa tempat bisnis pariwisata, dan para mahasiswa yang mengadakan pengabdian masyarakat (Kuliah Kerja Nyata), yang mana dalam ini para mahasiswa ini juga diberi pemahaman	1. Berperan sebagai narasumber di beberapa event pariwisata halal baik yang diadakan pemerintah maupun swasta.	1. Peran Akademisi adalah masuk dalam tim penyusun naskah akademik perda pariwisata halal sumatera barat. b. Berdirinya beberapa program studi pariwisata, sebanyak 4 program studi dan 1 akademi pariwisata sudah didirikan di

		tentang pariwisata halal yang utuh dan bukan berdasarkan persepsi masyarakat lokal.		beberapa kampus di Sumatera barat, ini menunjukkan sangat antusiasnya akademisi dan pihak perguruan tinggi dalam pariwisata.. c. Peran lain adalah akademisi terlibat sebagai narasumber di acara-acara seminar dan lokakarya yang diadakan oleh pemerintah maupun swasta.
2. Usaha-usaha apa saja yang sudah Anda lakukan untuk pariwisata halal	2. Mendirikan program studi pariwisata untuk meningkatkan sdm pariwisata di Sumbar	2. Mengadakan kerjasama dengan pihak pemerintah maupun swasta dalam pariwisata, meskipun kerjasama dengan pemerintah selalu masih tertuang dalam kertas dan tidak dalam implementasi.	2. Usaha dari pihak kampus adalah dengan telah banyak melahirkan alumni-alumni dari program studi pariwisata yang mana berkontribusi untuk memberikan masukan-masukan dan ide-ide dalam hal pariwisata	2. Usaha-usaha yang sudah dilakukan pihak akademisi adalah menjalin kerjasama dengan dinas pariwisata dalam mensosialisasikan pariwisata halal ke masyarakat, memberikan edukasi tentang pariwisata halal, memberikan dorongan kepada pemilik rumah makan dan restoran untuk mendapatkan sertifikat halal.

<p>Faktor-faktor Pendukung dan Penghambat:</p> <p>1. Jelaskan faktor-faktor pendukung pariwisata halal di Sumbar.</p>	<p>1. Diantara faktor pendukung pariwisata halal di Sumatera Barat menurut pihak akademisi adalah Sumatera Barat memiliki penduduk yang mayoritas muslim.</p>	<p>1. Sumatera Barat mempunyai filosofis hidup bermasyarakat yang dikenal dengan ABS-SBK, yaitu Adat Basandi Syar', Syara' Basandi Kitabullah, yang artinya adat haruslah berdasarkan syariat Islam, dan syariat Islam berdasarkan Al-qur'an.</p>	<p>1. Pihak hotel dan agen perjalanan sangat menyambut hangat bagi mahasiswa-mahasiswa prodi pariwisata untuk magang dan praktek di tempat-tempat mereka, terjadi simbiosis mutualisme antara perguruan tinggi dan pelaku bisnis dalam memajukan pariwisata di Sumatera Barat.</p>	<p>Faktor-faktor pendukung pariwisata halal Sumatera Barat adalah:</p> <p>a. Mayoritas beragama Islam memudahkan untuk memahami arti kata "halal" dalam pariwisata ini,</p> <p>b. filosofis "Adat basandi Syara', Syara' Basandi Kitabullah",</p>
<p>2. Jelaskan faktor-faktor penghambat pariwisata halal di Sumbar</p>	<p>2. Diantara faktor penghambat adalah kurangnya literasi atau bacaan masyarakat tentang pariwisata halal, sehingga pariwisata halal hanya dipahami berdasarkan pemahaman masyarakat sendiri.</p>	<p>2. Minimnya kesadaran masyarakat akan kebersihan destinasi wisata.</p>	<p>2. Masih banyak kerjasama yang tercipta terutama antara pemerintah dan perguruan tinggi sebatas kerjasama diatas kertas saja, sedangkan implementasinya masih belum optimal.</p>	<p>2. Faktor penghambat:</p> <p>a. literasi masyarakat tentang pariwisata halal masih minim</p> <p>b. masyarakat Sumbar sudah merasa "islami" sehingga tidak perlu "halalikasi" produk makanan</p>

				<p>c. Minimya anggaran untuk fasilitas tambahan dan layanan bagi wisatawan muslim.</p> <p>e. Minimnya kesadaran masyarakat akan kebersihan destinasi wisata.</p>
<p>Sinergitas Stakeholder:</p> <p>1. Bagaimana kerjasama antar stakeholder pariwisata dalam pariwisata halal</p>	<p>1. Menjadi tim perancang naskah akademik ranperda pariwisata halal.</p> <p>2.</p>	<p>1. Menjalin kerjasama dalam penelitian dan pengabdian masyarakat.</p> <p>2.</p>	<p>1. Kerjasama dengan pemerintah dalam sosialisasi pariwisata halal.</p> <p>2.</p>	<p>1. Dalam hal ini stakeholder Panta Helix sudah ada sinergi dalam merancang naskah akademik ranperda Pariwisata Halal, namun ini tidak cukup karena mempunyai keterbatasan pelaku, waktu dan kesempatan diskusi. .</p>
<p>2. Apakah stakeholder sudah menjalankan fungsinya dengan baik?</p>	<p>2. Belum semua stakeholders menjalankan fungsi nya dengan baik.</p>	<p>2. Masih banyak stakeholder yang berjalan dengan kepentingan sendiri-sendiri.</p>	<p>2. Minimnya koordinasi antar stake holders.</p>	<p>2. Sebagian besar stakeholder berjalan dengan kepentingan sendiri-sendiri</p>

2. Tabel Pertanyaan dan Jawaban Informan sebagai Indikator serta Kesimpulan dari Kalangan PEMERINTAH

Pertanyaan	Jawaban Responden 1 (Indikator)	Responden 2 (Indikator)	Responden 3 (Indikator)	Kesimpulan dan Analisis
<p>Persepsi: 1. Apa yang Anda ketahui tentang pariwisata halal.</p>	1. Pariwisata halal adalah pariwisata yang sesuai dengan syariat Islam.	1. Pariwisata halal sama dengan pariwisata syariah yang mengikut pada al-Quran dan Hadist.	1. Pariwisata halal adalah pariwisata yang menyediakan makanan halal, tempat sholat dll.	1. Dari jawaban para responden dapat disimpulkan bahwa pemerintah di Sumbar sudah memahami tentang pariwisata halal, yaitu wisata yang sesuai syariah, pariwisata yang mengikut Al-Qur'an dan Hadist serta wisata yang menyediakan makanan halal, tempat sholat dll. Disini dapat dikatakan bahwa pemerintah sudah paham pariwisata halal.
2. Apa perbedaan pariwisata halal dengan pariwisata yang ada.	2. Terletak pada pelayanan dan fasilitas.	2. Perbedaanya terletak pada pelayanan dan fasilitas.	2. Tidak ada perbedaan, karena di sumbar sudah melaksanakan pariwisata halal, rumah makan halal, tidak boleh berbikini di pantai dll.	2. Informan dari pemerintah sudah bias membedakan antara pariwisata halal dan pariwisata yang selama ada.

3. Apakah Sumbar layak menerapkan pariwisata halal? Mengapa?	3. Iya Sumbar layak menerapkan pariwisata halal, ini dibuktikan dengan menyediakan tempat ibadah wisatawan muslim untuk ibadah. Karena Sumbar mempunyai mayoritas masyarakat muslim.	3. Saat ini Sumbar sebenarnya sudah melaksanakan pariwisata halal, dengan tersedianya tempat-tempat ibadah disetiapp destinasi pariwisata.	3. Sumbar sangat tidak layak dilabeli dengan pariwisata halal, karena semua sudah tau bahwa Sumbar mempunyai masyarakat mayoritas muslim dan mempunyai filosofis ABS SBK.	3. Umumnya informan dari pemerintah menyatakan Sumbar layak untuk menerapkan pariwisata halal.
4. Apakah Anda setuju pelaksanaan pariwisata halal?	4. Iya, saya setuju karena mayoritas masyarakat muslim.	4. Iya, saya sangat setuju, karena Sumbar mempunyai filosofis "Adat Basandi Syara' Syara' basandi kitabullah (ABS-SBK)".	4. Iya, saya setuju karena mayoritas masyarakat muslim.	4. Setuju dengan pelaksanaan pariwisata halal karena sesuai dengan filosofis ABS-SBK.
<p>Peran dan Usaha:</p> <p>1. Peran apa saja yang sudah anda lakukan untuk pariwisata halal?</p>	1. Memasukkan meteri Pariwisata Halal dalam Rencana Induk Pariwisata daerah (Ripparda)	1. Menyusun dan menunjuk nama-nama tim penyusun naskah akademik Ranperda pariwisata halal.	1. Menyusun Pokja untuk pemenangan Sumatera Barat sebagai Destinasi Pariwisata Halal terbaik dunia. Namun Pokja ini sudah tidak aktif lagi karena masalah payung hukum dan dana.	1. Diantara peran pemerintah adalah memasukkan meteri pariwisata halal ke dalam RIPPARDA Sumbar, sebagai payung hukum dibentuknya tim naskah akademik Ranperda pariwisata halal dan payung hukum bagi Peraturan Daerah Pariwisata Halal di Provinsi Sumatera Barat. Berperan dalam

				menyusun tim penyusun naskah akademik ranperda pariwisata halal Sumbar.
2. Usaha-usaha apa saja yang sudah Anda lakukan untuk pariwisata halal	2. Memberi subsidi dana bagi restoran dan rumah makan untuk mengurus sertifikat halal. dengan usaha ini terjadi peningkatan restoran dan rumah makan yang bersertifikat halal dari MUI.	2. Membuat dan mengawasi peraturan-peraturan yang berkenaan dengan pariwisata halal	2. Mengusahakan dan memenangkan penghargaan dunia sebagai destinasi pariwisata halal terbaik dunia tahun 2016.	2. Adapun usaha-usaha yang telah dilakukan pemerintah adalah mengadakan sosialisasi kepada masyarakat tentang pariwisata halal, memenangkan Sumbar sebagai pemenang Word's Best Halal Destination 2016 dan memenangkan dua kategori lainnya. Membentuk Kelompok Kerja (Pokja) pariwisata halal pada tahun 2016. Memberikan subsidi yang diambil dari anggaran APBD bagi restoran dan rumah makan untuk mengurus sertifikasi halal, hasilnya setiap tahun adanya peningkatan restoran dan rumah makan yang bersertifikat halal.

<p>Faktor-faktor Pendukung dan Penghambat:</p> <p>1. Jelaskan faktor-faktor pendukung pariwisata halal di Sumbar.</p>	<p>1. Diantara faktor pendukung pariwisata halal di Sumatera Barat menurut pihak pemerintah adalah Sumatera Barat memiliki penduduk yang mayoritas muslim.</p>	<p>1. Sumatera Barat mempunyai filosofis hidup bermasyarakat yang dikenal dengan ABS-SBK, yaitu AdaiK Basandi Syar', Syara' Basandi Kitabullah, yang artinya adat haruslah berdasarkan syariat Islam, dan syariat Islam berdasarkan Al-qur'an.</p>	<p>1. Unsur stakeholder pariwisata sangat mendukung pariwisata halal demikian pula dengan masyarakat.</p>	<p>1. Faktor-faktor pendukung:</p> <ol style="list-style-type: none"> Penduduk mayoritas beragama Islam, Falsafah ABS –SBK yang artinya adat dan syariat Isla bisa berjalan bersama dalam kehidupan masyarakat Sumatera Barat. Kerjasama yang sudah terjalin antara stakeholder pariwisata menjadi pendukung untuk memajukan pariwisata halal.
<p>2. Jelaskan faktor-faktor penghambat pariwisata halal di Sumbar</p>	<p>2. Diantara faktor penghambat adalah kurangnya literasi atau bacaan masyarakat tentang pariwisata halal, sehingga pariwisata halal hanya dipahami berdasarkan pemahaman masyarakat sendiri.</p>	<p>2. Sumber daya manusia terutama pemandu wisata yang masih minim berbahasa Inggris maupun Arab.</p>	<p>2. Faktor-faktor penghambatnya adalah minimnya sosialisasi kepada masyarakat tentang pelaksanaan pariwisata halal di Sumbar, dan masih minimnya anggaran untuk pelaksanaan fasilitas dan pelayanan untuk pariwisata halal. disebabkan belum</p>	<p>2. Faktor-faktor penghambat adalah:</p> <ol style="list-style-type: none"> masih minimnya sosialisasi pariwisata halal yang dilakukan pemerintah, minimnya kesadaran pemilik restoran dan rumah makan yang mengajukan sertifikat halal karena merasa sudah "halal".

			adanya payung hukum yang kuat untuk menyediakan anggaran pengembangan pariwisata halal.	c. minimnya anggaran khusus pengembangan pariwisata halal. Sehingga sulit menambah fasilitas-fasilitas untuk pariwisata halal.
Sinergitas Stakeholder: 1. Bagaimana kerjasama antar stakeholder pariwisata dalam pariwisata halal.	1. Diantaranya adalah menjadi tim perancang naskah akademik ranperda pariwisata halal.	1. Kerjasama dengan pihak bisnis dalam menyediakan fasilitas dan layanan standar pariwisata halal.	1. Kerjasama dengan akademisi dalam sosialisasi pariwisata halal.	1. Bersinergi dalam merancang naskah akademik ranperda Pariwisata Halal, bersinergi dengan akademisi, komunitas dan media dalam sosialisasi pariwisata halal. Namun sinergi ini terputus setelah 2016.
2. Apakah stakeholder sudah menjalankan fungsinya dengan baik?	2. Belum semua stakehoders menjalankan fungsi nya dengan baik.	2. Masih banyak stakeholder yang berjalan dengan kepentingan sendiri-sendiri.	2. Minimnya koordinasi antar stake holders, karena tak tau apa yang dibuat bersama.	2. Pemerintah dalam hal ini sudah menjalankan fungsinya dalam pengembangan pariwisata halal, namun saat ini masih belum maksimal.

3. Tabel Pertanyaan dan Jawaban Informan sebagai Indikator serta Kesimpulan dari Kalangan BISNIS

Pertanyaan	Jawaban Responden 1 (Indikator)	Responden 2 (Indikator)	Responden 3 (Indikator)	Kesimpulan dan Analisis
Persepsi: 1. Apa yang Anda ketahui tentang pariwisata halal	1. Pariwisata Halal adalah pariwisata Islam, yang mana semuanya harus mengacu pada ajaran agama Islam, misalnya tak boleh ada minuman keras di hotel.	1. Pariwisata halal adalah pariwisata syariah yang bersumber dari al_Qur'an dan Assunnah.	1. Pariwisata halal adalah pariwisata Islam. Yang mana semua harus mengikuti ajaran agama Islam, dan yang haram tidak boleh.	1. Jawaban dari beberapa responden yang berasal dari pebisnis menyatakan bahwa mereka berpandangan pariwisata halal adalah pariwisata yang berasal dari Islam, yaitu mengikuti ajaran Islam dengan tidak berbuat apa yang telah diharamkan.
2. Apa perbedaan pariwisata halal dengan pariwisata yang ada.	2. Terletak pada pelayanan dan fasilitas	2. Perbedaannya kalau kalau pariwisata halal, maka tak boleh lagi membawa wisatawan yang terbuka auratnya, seperti wisatawan dari barat.	2. Bedanya kalau pariwisata halal itu eksklusif bagi wisatawan yang beragama Islam saja.	2. Mayoritas pebisnis tidak mengetahui perbedaan antara pariwisata halal dengan pariwisata yang ada selama ini ada.
3. Apakah Sumbar layak menerapkan pariwisata halal? Mengapa?	3. Iya Sumbar layak menerapkan pariwisata halal, karena Sumbar mempunyai mayoritas masyarakat muslim	3. Belum mengetahui apakah Sumbar sudah menerapkan pariwisata halal atau tidak.	3. Sumbar sangat tidak layak dilabeli dengan pariwisata halal, karena Sumbar menerima wisatawan dari mana saja, baik	3. Menurut mayoritas responden, Sumatera Barat layak menerapkan pariwisata halal, karena mayoritas beragama Islam.

			muslim maupun non muslim.	
4. Apakah Anda setuju pelaksanaan pariwisata halal?	4. Iya, saya setuju karena akan menambah wisatawan yang datang terutama dari daerah muslim.	4. Tidak setuju, karena kalau pariwisata halal, maka akan mengurangi pendapatan mereka karena tidak meng”handle” bule atau wisatawan dari negara Barat yang suka membuka aurat.	4. Setuju, karena akan menambah wisawaan yang datang terutama dari daerah muslim.	4. Mayoritas setuju pelaksanaan pariwisata halal di Sumatera Barat karena sesuai dengan mayoritas masyarakat dan yakin akan mendatangkan wisatwan yang lebih banyak lagi karena jaminan halal nya.
Peran dan Usaha: 1. Peran apa saja yang sudah anda lakukan untuk pariwisata halal?	1. Memberikan layanan untuk berhenti di perjalanan untuk sholat dan mengantarkan ke rumah makan atau restoran yang bersertifikasi halal atau yang direkomendasikan oleh pemerintah.	1. Berperan dalam menerima magang para mahasiswa dari prodi pariwisata syariah UIN Bukittingi.	1. Memperbaiki fasilitas tempat sholat, wudhu, dan kolam renang sesuai dengan wisatawan muslim, serta mendapatkan sertifikasi halal untuk restoran di hotel.	1. Menurut pengusaha dari kalangan tour dan travel, bahwa peran mereka adalah turut memberikan layanan yang sesuai dengan prinsip pariwisata halal, dan dari kalangan perhotelah mereka telah berperan dalam menerima magang mahasiswa dari prodi pariwisata khususnya prodi pariwisata syariah.
2. Usaha-usaha apa saja yang sudah Anda lakukan untuk pariwisata halal	2. Mengusahakan memberikan fasilitas dan layanan terbaik yang dibutuhkan oleh wisatawan muslim, dan membuat paket-paket	2. Mensertifikasi restoran yang ada di hotel, meletakkan al-Qur’an, sajadah dan mukena di setiap kamar hotel.	2. Bersama pemerintah dan stakeholder lainnya berusaha memenangkan penghargaan dunia sebagai destinasi pariwisata halal	2. Pihak pebisnis telah berusaha dalam memberikan faslitas dan layanan terbaik bagi wisatawan muslim, membuat paket-paket khusus bagi wisatwan timur

	khusus wisatawan dari Timur Tengah.		terbaik dunia tahun 2016.	tengah yang mayoritas muslim, bahkan sampai memberikan layanan ekstra seperti sholat jamaah, azan setiap lantai dan buka bersama bagi penyewa kamar. Memenangkan Sumbar sebagai destinasi pariwisata halal terbaik dunia pada tahun 2016.
Faktor-faktor Pendukung dan Penghambat: 1. Jelaskan faktor-faktor pendukung pariwisata halal di Sumbar	1. Sumatera Barat memiliki penduduk yang mayoritas muslim.	1. Sumatera Barat mempunyai filosofis hidup bermasyarakat yang dikenal dengan ABS-SBK, yaitu Adaik Basandi Syar', Syara' Basandi Kitabullah, yang artinya adat haruslah berdasarkan syariat Islam, dan syariat Islam berdasarkan Al-qur'an.	1. Faktor religiusitas masyarakat sumbar menjadi pendukung dilaksanakannya pariwisata halal.	1. Dari jawaban beberapa informan yang penulis himpun, dapat disimpulkan faktor-faktor pendukung pariwisata halal Sumatera Barat adalah agama Islam merupakan mayoritas masyarakat Sumatera Barat, faktor religiusitas masyarakat juga menjadi pendukung pelaksanaan pariwisata halal di Sumbar.
2. Jelaskan faktor-faktor penghambat pariwisata halal di Sumbar	2. Diantara faktor penghambat adalah kurangnya literasi atau bacaan masyarakat tentang pariwisata halal,	2. Sumber daya manusia terutama pemandu wisata yang masih minim berbahasa Inggris mmaupun Arab.	2. Minimnya hotel dengan jaringan internasional, mengurangi kesiapan Sumbar	2. Adapun faktor-faktor penghambatnya adalah kurangnya sosialisasi tentang pariwisata halal dan msyarakat sudah merasa

	sehingga pariwisata halal hanya dipahami berdasarkan pemahaman masyarakat sendiri.		untuk mendatangkan wisatawan luar negeri.	sudah “halal” karena mereka sebagai muslim. Sumber daya manusia terutama pemandu wisata yang masih minim berbahasa Inggris maupun Arab.
Sinergisitas Stakeholder: 1. Bagaimana kerjasama antar stakeholder pariwisata dalam pariwisata halal.	1. Diantaranya adalah menjadi tim perancang naskah akademik ranperda pariwisata halal.	1. Diantaranya adalah menjadi tim perancang naskah akademik ranperda pariwisata halal.	1. Diantaranya adalah menjadi tim perancang naskah akademik ranperda pariwisata halal.	1. Dalam hal ini stakeholder Panta Helix sudah ada sinergi dalam merancang naskah akademik ranperda Pariwisata Halal, namun ini tidak cukup karena mempunyai keterbatasan pelaku, waktu dan kesempatan diskusi. Selain itu, minimnya kerjasama dan koordinasi dan antar stakeholder juga menjadi permasalahan dalam sinergitas mereka.
2. Apakah stakeholder sudah menjalankan fungsinya dengan baik?	2. Belum semua stakeholders menjalankan fungsinya dengan baik.	2. Masih banyak stakeholder yang berjalan dengan kepentingan sendiri-sendiri.	2. Minimnya koordinasi antar stake holders.	2. Masih banyak stakeholder yang berjalan dengan kepentingan sendiri-sendiri.

4. Tabel Pertanyaan dan Jawaban Informan sebagai Indikator serta Kesimpulan dari Kalangan KOMUNITAS.

Pertanyaan	Jawaban Responden 1 (Indikator)	Responden 2 (Indikator)	Responden 3 (Indikator)	Kesimpulan dan Analisis
<p>Persepsi: 1. Apa yang Anda ketahui tentang pariwisata halal</p>	<p>1. Pariwisata halal adalah pariwisata yang sesuai dengan syariat Islam.</p>	<p>1. Pariwisata halal sama dengan pariwisata syariah yang mengikut pada al-Quran dan Hadist.</p>	<p>1. Pariwisata halal adalah pariwisata yang menyediakan makanan halal, tempat sholat dll.</p>	<p>1. Dari jawaban para responden dapat disimpulkan bahwa komunitas pariwisata di Sumbar sudah memahami tentang pariwisata halal, meskipun masih ada berbeda pendapat tentang penyebutan apakah pariwisata halal atau pariwisata syariah. Namun disini lain persepsi mereka tentang pariwisata halal masih mengusung persepsi masing-masing, sehingga belum ada kesamaan persepsi diantara stakeholder.</p>
<p>2. Apa perbedaan pariwisata halal dengan pariwisata yang ada.</p>	<p>2. Terletak pada pelayanan dan fasilitas.</p>	<p>2. Perbedaanya terletak pada pelayanan dan fasilitas.</p>	<p>2. Tidak ada perbedaan, karena di sumbar sudah melaksanakan pariwisata halal, rumah makan halal, tidak boleh</p>	<p>2. Perbedaan pariwisata halal dan pariwisata yang ada adalah dari segi pelayanan dan fasrilitas, yang mana pariwisata halal sangat memprioritaskan fasilitas dan layanan bagi</p>

			berbikini di pantai dan lain-lain.	kebutuhan wisatawan muslim, seperti tempat sholat, makanan halal dan lain sebagainya.
3. Apakah Sumbar layak menerapkan pariwisata halal?	3. Iya Sumbar layak menerapkan pariwisata halal, ini dibuktikan dengan menyediakan tempat ibadah wisatawan muslim untuk ibadah. Karena Sumbar mempunyai mayoritas masyarakat muslim dan mempunyai prinsip “ABS-SBK”.	3. Sumbar sangat layak menerapkan pariwisata halal, agar lebih banyak lagi wisatawan muslim yang datang ke Sumbar.	3. Sumbar layak menjadi destinasi pariwisata halal karena sudah pernah mendapat penghargaan dunia sebagai destinasi pariwisata halal terbaik dunia.	3. Menurut komunitas pariwisata di Sumbar, Sumatera Barat sangat layak menerapkan pariwisata halal, karena memiliki mayoritas penduduk beragama Islam dan sesuai dengan prinsip masyarakat minang yaitu Adat Basandi Syara’, Syara’ Basandi Kitabullah”
4. Apakah Anda setuju pelaksanaan pariwisata halal?	4. Ya, setuju Sumbar melaksanakan pariwisata halal agar bisa menggaet wisatawan muslim lebih banyak.	4. Setuju, agar lebih banyak lagi wisatawan ke sumbar.	4. Setuju, agar Sumbar lebih dikenal lagi dengan pariwisata halalnya.	4. Mayoritas informan menyatakan setuju Sumbar menerapkan pariwisata halal, agar wisatawan lebih banyak yang datang dan Sumbar bisa dikenal dengan Destinasi Pariwisata Halal Dunia.
Peran dan Usaha: 1. Peran apa saja yang sudah anda lakukan untuk pariwisata halal?	1. Turut membantu pemerintah dalam sosialisasi pariwisata halal ke masyarakat dengan mewajibkan setiap destinasi	1. Membantu masyarakat dalam membuat fasilitas tempat ibadah di tempat destinasi.	1. Berperan bersama pemerintah dalam memberikan ide-ide tentang destinasi pariwisata halal	1. Dari beberapa pernyataan informan yang berasal dari komunitas, dapat disimpulkan bahwa peran komunitas adalah membantu pemerintah

	pariwisata untuk menyediakan tempat ibadah bagi umat Islam.			dalam sosialisasi pariwisata halal ke masyarakat, dan bersama pemerintah juga memberikan ide-ide tentang destinasi pariwisata halal.
2. Usaha-usaha apa saja yang sudah Anda lakukan untuk pariwisata halal	2. Bersama pemerintah mengusahakan dan memenangkan penghargaan dunia sebagai destinasi pariwisata halal terbaik dunia tahun 2016.	2. Mengusahakan agar-agar beberapa destinasi pariwisata menjadi terkenal dengan budaya minangkabau yang identik dengan Islam.	2. Bersama pemerintah mendorong untuk mengajukan sertifikasi halal bagi pemilik restoran dan rumah makan.	2. Bersama pemerintah mengusahakan dan memenangkan penghargaan dunia sebagai destinasi pariwisata halal terbaik dunia tahun 2016, sosialisasi kepada masyarakat dan bersama pemerintah mendorong untuk mengajukan sertifikasi halal bagi pemilik restoran dan rumah makan.
Faktor-faktor Pendukung dan Penghambat: 1. Jelaskan faktor-faktor pendukung pariwisata halal di Sumbar	1. Faktor pendukung pariwisata halal di Sumatera Barat adalah Sumatera Barat memiliki penduduk yang mayoritas muslim.	1. Sumatera Barat mempunyai filosofis hidup bermasyarakat yang dikenal dengan ABS-SBK, yaitu Adaik Basandi Syar', Syara' Basandi	1. Dukungan dari beberapa unsur stakeholder pariwisata yang luar biasa.	1. Faktor mayoritas beragama Islam memudahkan untuk memahami arti kata "halal" dalam pariwisata ini, falsafah masyarakat Minang Sumatera barat sejak zaman dahulu yang

		Kitabullah, yang artinya adat haruslah berdasarkan syariat Islam, dan syariat Islam berdasarkan Al-qur'an.		berbunyi “Adat basandi Syara’, Syara’ Basandi Kitabullah’, yang artinya bahwa adat dan syariat Islam bisa berjalan bersama dalam kehidupan masyarakat Sumatera Barat.
2. Jelaskan faktor-faktor penghambat pariwisata halal di Sumbar	2. Diantara faktor penghambat adalah kurangnya sosialisasi tentang bagaimana sebenarnya pariwisata halal itu, sehingga pariwisata halal hanya dipahami berdasarkan pemahaman masyarakat sendiri.	2. Minimnya hotel yang mempunyai jaringan internasional.	2. Belum adanya upaya pemerintah memberikan anggaran yang nyata bagi perkembangan pariwisata halal.	2. Faktor-faktor penghambat adalah kurangnya sosialisasi tentang apa yang dimaksud dengan pariwisata halal, masyarakat sumbar merasa sudah sangat “muslim” sehingga enggan sertifikasi halal. Minimnya dana dari pemerintah dalam melengkapi fasilitas dan layanan untuk pengembangan pariwisata halal. Jaringan hotel internasional yang masih minim.
Sinergisitas Stakeholder: 1. Bagaimana kerjasama antar stakeholder pariwisata dalam pariwisata halal.	1. Menjadi tim perancang naskah akademik ranperda pariwisata halal.	1. Bersama pemerintah daerah bersinergi mensosialisasikan pariwisata halal	1. Bekerjasama dengan pihak swasta dalam mengajak wisatawan ke	1. Dalam hal ini stakeholder Panta Helix sudah ada sinergi dalam merancang naskah akademik ranperda Pariwisata Halal, juga

		melalui seminar dan FGD.	destinasi wisata halal.	bersinergi dalam sosialisasi pariwisata halal melalui seminar dan FGD.
2. Apakah stakeholder sudah menjalankan fungsinya dengan baik?	2. Belum semua stakehoders menjalankan fungsi nya dengan baik.	2. Masih banyak stakeholder yang berjalan dengan kepentingan sendiri-sendiri.	2. Minimnya koordinasi antar stake holders.	2. Bagi beberapa komunitas, sinergisitas antar stakeholder sudah terbangun, namun masih minim kegiatan kongkrit bersama, dan terkesan masih berjalan sendiri-sendiri.

5. Tabel Pertanyaan dan Jawaban Informan sebagai Indikator serta Kesimpulan dari Kalangan MEDIA

Pertanyaan	Jawaban Responden 1 (Indikator)	Responden 2 (Indikator)	Responden 3 (Indikator)	Kesimpulan dan Analisis
<p>Persepsi: 1. Apa yang Anda ketahui tentang pariwisata halal.</p>	<p>1. Pariwisata halal adalah pariwisata yang sesuai dengan syariat Islam.</p>	<p>1. Pariwisata halal kan harus ada sertifikat halal di rumah makan.</p>	<p>1. Pariwisata halal adalah pariwisata yang menyediakan makanan halal, tempat sholat dll.</p>	<p>1. Dari jawaban para responden dapat disimpulkan bahwa praktisi media di Sumbar sudah memahami tentang pariwisata halal, Namun disini lain persepsi mereka tentang pariwisata halal belum masih mengusung persepsi masing-masing, sehingga belum ada kesamaan persepsi diantara stakeholder.</p>
<p>2. Apa perbedaan pariwisata halal dengan pariwisata yang ada.</p>	<p>2. Terletak pada pelayanan dan fasilitas</p>	<p>1. Saat ini Sumbar sebenarnya sudah melaksanakan pariwisata halal, dengan tersedianya tempat-tempat ibadah disetiap destinasi pariwisata.</p>	<p>2. Tidak ada perbedaan, karena di sumbar sudah melaksanakan pariwisata halal, rumah makan halal, tidak boleh berbikini di pantai dan lain-lain.</p>	<p>2. Perbedaan pariwisata halal dengan pariwisata yang ada selama ini menurut responden dari media adalah tentang kenyamanan dan ketaatan wisatawan muslim untuk menjalankan kewajibannya dan meninggalkan apa yang dilarang agama Islam.</p>

<p>3. Apakah Sumbar layak menerapkan pariwisata halal? Mengapa?</p>	<p>3. Iya Sumbar layak menerapkan pariwisata halal, ini dibuktikan dengan menyediakan tempat ibadah wisatawan muslim untuk ibadah. Karena Sumbar mempunyai mayoritas masyarakat muslim.</p>	<p>3. Layak, karena Sumbar mempunyai filosofis “Adat Basandi Syara’ Syara’ basandi kitabullah (ABS-SBK)”.</p>	<p>3. Sumbar tidak perlu dilabeli dengan pariwisata halal, karena semua sudah tau bahwa Sumbar mempunyai masyarakat mayoritas muslim dan mempunyai filosofis ABS SBK.</p>	<p>3. Sumbar menurut narasumber sangat layak menjadi destinasi pariwisata halal, karena mempunyai filosofis ABS-SBK. Namun masih ada responden yang menyatakan Sumbar tidak perlu dan layak dijadikan pariwisata halal karena sudah Islami selama ini.</p>
<p>4. Apakah Anda setuju pelaksanaan pariwisata halal?</p>	<p>4. Iya, saya setuju karena mayoritas masyarakat muslim.</p>	<p>4. Iya, setuju karena sudah dikenal dengan keIslamanannya.</p>	<p>4. Iya, setuju, karena cocok dengan budaya Sumbar yang Islami.</p>	<p>4. Sebagian besar responden setuju Sumbar melaksanakan pariwisata halal, oleh karena Sumbar sudah mempunyai “modal” sebagai penduduk yang sangat <i>islamy</i>.</p>
<p>Peran dan Usaha: 1. Peran apa saja yang sudah anda lakukan untuk pariwisata halal?</p>	<p>1. Selama ini media berperan dalam mempromosikan titik-titik destinasi wisata Sumbar.</p>	<p>1. Selama ini media berperan dalam mempromosikan titik-titik destinasi wisata Sumbar.</p>	<p>1. Berperan dalam tim kelompok kerja (Pokja) Pariwisata Halal dalam memenangkan Sumbar sebagai Destinasi Pariwisata Halal terbaik Dunia tahun 2016.</p>	<p>1. Dari beberapa pernyataan informan yang berasal dari media, dapat disimpulkan bahwa media berperan dalam tim kelompok kerja (Pokja) Pariwisata Halal dalam memenangkan Sumbar sebagai Destinasi Pariwisata Halal terbaik</p>

				Dunia tahun 2016, dan berperan dalam mempromosikan titik-titik destinasi pariwisata di Sumbar.
2. Usaha-usaha apa saja yang sudah Anda lakukan untuk pariwisata halal	2. Bekerjasama dengan beberapa komunitas pariwisata seperti Genpi untuk memenangkan Sumbar sebagai destinasi pariwisata halal terbaik dunia.	2. Membuat dan mengawasi peraturan-peraturan yang berkenaan dengan pariwisata halal, bekerjasama dengan beberapa komunitas pariwisata dari pokdarwis untuk memenangkan Sumbar sebagai destinasi pariwisata halal terbaik dunia.	2. Mengusahakan dan memenangkan penghargaan dunia sebagai destinasi pariwisata halal terbaik dunia tahun 2016.	2. Bekerjasama dengan beberapa komunitas pariwisata seperti Genpi, Pokdarwis untuk memenangkan Sumbar sebagai destinasi pariwisata halal terbaik dunia, dan hasilnya Sumbar ditetapkan sebagai Destinasi Terbaik Pariwisata Halal Dunia pada tahun 2016.
Faktor-faktor Pendukung dan Penghambat: 1. Jelaskan faktor-faktor pendukung pariwisata halal di Sumbar.	1. Diantara faktor pendukung pariwisata halal di Sumatera Barat karena Sumatera Barat memiliki penduduk yang mayoritas muslim.	1. Sumatera Barat mempunyai filosofis hidup bermasyarakat yang dikenal dengan ABS-SBK, yaitu Adai Basandi Syar', Syara' Basandi Kitabullah, yang artinya adat haruslah berdasarkan syariat Islam, dan syariat	1. Mayoritas masyarakat beraama Islam, sehingga memudahkan dalam pemahaman pariwisata halal.	1. Diantara faktor-faktor pendukung pelaksanaan pariwisata halal di Sumbar adalah karena mempunyai mayoritas masyarakat muslim sehingga memudahkan dalam memberi pemahaman tentang halal dan kewajiban lainnya serta Sumbar mempunyai filosofis ABS-SBK.

		Islam berdasarkan Al-qur'an.		
2. Jelaskan faktor-faktor penghambat pariwisata halal di Sumbar	2. Diantara faktor penghambat adalah kurangnya sosialisasi dari pemerintah tentang pariwisata halal.	2. Masyarakat Sumatera Barat merasa sudah bergama Islam, sehingga enggan mengikuti aturan-aturan yang sudah menjadi standar pariwisata halal.	2. Pemimpin daerah dalam hal ini Gubernur Sumatera barat mendukung pariwisata halal, namun hingga saat ini anggaran khusus untuk pariwisata halal belum ada.	2. Faktor penghambat adalah kurangnya sosialisasi dari pemerintah tentang pariwisata halal, masyarakat Sumbar sudah merasa Islamy dan halal, sehingga enggan mengurus sertifikat halal pada rumah makan dan restoran. Anggaran khusus untuk pariwisata halal belum ada. Faktor lain adalah kerjasama antar lembaga dikalangan pemerintah masih minim.
Sinergitas Stakeholder: 1. Bagaimana kerjasama antar stakeholder pariwisata dalam pariwisata halal.	1. Selama ini sinergitas stakeholder pariwisata selama ini sudah ada, namun masih belum maksimal, disebabkan pemerintah sebagai leader tidak bisa memanfaatkan kerjasama ini dengan baik.	1. Selama ini sinergitas stakeholder pariwisata selama ini sudah ada, namun masih belum maksimal, disebabkan pemerintah sebagai leader tidak bisa memanfaatkan kerjasama ini dengan baik.	1. Diantaranya adalah menjadi tim perancang naskah akademik ranperda pariwisata halal.	1. Dalam hal ini stakeholder Panta Helix sudah ada sinergi dalam merancang naskah akademik ranperda Pariwisata Halal, namun ini tidak cukup karena mempunyai keterbatasan pelaku, waktu dan kesempatan diskusi.

				Selain itu, minimnya kerjasama dan koordinasi dan antar stakeholder juga menjadi permasalahan dalam sinergitas mereka.
2. Apakah stakeholder sudah menjalankan fungsinya dengan baik?	2. Belum semua stakehoders menjalankan fungsi nya dengan baik.	2. Masih banyak stakeholder yang berjalan dengan kepentingan sendiri-sendiri.	2. Minimnya koordinasi antar stakeholder, sehingga terkesan berjalan sendiri-sendiri dalam pengembangan pariwisata halal.	2. Saat ini sebagian besar stakeholder masih berjalan sendiri-sendiri dalam penerapan pariwisata halal di Sumbar.

Dari hasil wawancara penulis dengan beberapa akademisi sebagai salah satu stakeholder, diketahui bahwa pelaksanaan pariwisata halal di Sumatera Barat berjalan di tempat. Tidak ada hal yang signifikan dalam pengembangan pariwisata halal di Sumatera Barat pasca mendapat penghargaan ‘The Best Halal Tourism Destination’ pada tahun 2016. Hal ini juga diperkuat dengan penilaian yang dilakukan oleh IMTI (Indonesian Muslim Travel Index), kerjasama Kementerian Pariwisata Republik Indonesia dengan sebuah NGO berpusat di Singapura yaitu Cresscent Rating yang menetapkan Sumatera Barat pada ranking 5 dalam pelaksanaan pariwisata halal di Indonesia. Adapun penilaian yang digunakan adalah diadopsi dari standar penilaian Global Muslim Travel Index (GMTI) yang juga dilaksanakan oleh Cresscent Rating. Penilaian tersebut dinilai dari beberapa aspek, diantaranya:³²⁵

- *Services* dengan bobot nilai sebesar 45%, yang terdiri dari Restoran yang bersertifikat halal, Mesjid, Bandara, hotel dan atraksi.
- *Environment*, dengan bobot nilai 30%, yang terdiri dari kedatangan wisatawan lokal, kedatangan wisatawan mancanegara, jangkauan internet di bandara, dan komitmen untuk menyelenggarakan pariwisata halal.
- *Communication*, dengan bobot nilai 15%, terdiri dari petunjuk bagi wisatawan Muslim, pengetahuan *stakeholder*, jangkauan pasar, pemandu wisata, dan pemasaran digital.
- *Access*, dengan bobot 10%, meliputi akses udara, akses laut, akses kereta api dan infrastruktur jalan.

Pada bulan Juni 2019 Indonesia Muslim Travel Index (IMTI) mengeluarkan laporan ranking beberapa provinsi yang mendapat nilai tertinggi dalam penyelenggaraan pariwisata halal. Pada laporan ini resmi ini, Sumatera Barat ditetapkan ranking ke 5 dari beberapa provinsi yang lain, dengan skor nilai 59. Pada tahun sebelumnya 2018 Sumatera Barat menduduki ranking keempat. Dua tahun

³²⁵ Laporan Indonesia Muslim Travel Index (IMTI) Tahun 2019.

berturut-turut Sumatera Barat sejak diselenggarakan kompetisi pariwisata halal melalui Indonesia Muslim Travel Index (IMTI) yang diselenggarakan oleh CrascentRating dan Mastercard, padahal sebelumnya Sumatera Barat selalu menduduki tiga teratas, bahkan pada tahun 2016 berhasil mendapat tiga penghargaan dari dunia dalam destinasi pariwisata halal terbaik dunia.

Gambar: 4.10
Ranking IMTI Tahun 2019

DESTINATION	Access	Communication	Environment	Services	IMTI 2019 SCORE	IMTI 2019 RANK
Lombok (West Nusa Tenggara)	63	116	80	50	70	1
Aceh	63	70	70	63	66	2
Riau & Riau Islands	67	60	57	68	63	3
Jakarta	96	43	65	53	59	4
West Sumatera	57	55	73	52	59	5
West Java	79	46	42	56	52	6
Yogyakarta	89	58	42	48	52	7
Central Java	79	28	33	60	49	8
East Java (Malang Area)	75	41	54	42	49	9
South Sulewasi (Makassar & Surroundings)	65	36	36	22	33	10
Average	73	55	55	51	55	
Highest	96	116	80	68	70	
Lowest	57	28	33	22	33	

Sumber: Web IMTI (Indonesia Muslim Travel Index) Kejasama Kementerian Pariwisata RI dan *Cresscentrating*.
Menurut laporan pada gambar 4..10 diatas

, posisi Sumatera Barat yang sebelumnya menduduki posisi nomor tiga, turun ke posisi 5 dengan nilai yang turun drastis juga. Turunnya peringkat Sumatera Barat dalam penilaian IMTI ini, tak lepas dari kurangnya komitmen kepala daerah untuk mengimplementasikan penyelenggaraan pariwisata halal. Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan salah satu praktisi pariwisata halal Sumatera Barat³²⁶ bahwa hingga saat ini, belum ada Surat Keputusan (SK tentang Tim Percepatan Penyelenggaraan Pariwisata Halal atau SK lainnya, yang bisa menjadi pedoman

³²⁶ Wawancara dengan Bapak Wisnu Rahtomo Tim Percepatan Pengembangan Pariwisata Halal, Kementerian Pariwisata RI dan Dosen STP NHI Bandung, tanggal 24 Mei 2019.

dan mendorong stakeholder lainnya untuk melakukan sesuatu dalam menyelenggarakan pariwisata halal di Sumatera Barat. Sehingga saat ini, stakeholder ataupun pemerintah daerah yang lain, hanya bisa menunggu kebijakan apa yang akan dilakukan untuk pariwisata halal. Disisi lain, berlarutnya pembahasan Rancangan Peraturan Daerah (Ranperda) tentang penyelenggaraan Pariwisata Halal sejak tahun 2017 hingga 2019 akhir, belum mendapatkan kejelasan dan titik terangnya. Peraturan ini sangat penting bagi stakeholder sebagai payung hukum bagi mereka untuk dijadikan pijakan dalam menyelenggarakan pariwisata halal.³²⁷

Dalam laporan yang diterbitkan ini juga didapati bahwa Sumatera Barat sudah berkomitmen untuk mengembangkan pariwisata halal, namun provinsi ini masih kurang dalam beberapa aspek, ini dibuktikan dengan hasil wawancara penulis dengan Bapak Wisnu Rahtomo dari Kementerian Pariwisata³²⁸, diantaranya adalah: pengetahuan *stakeholder* tentang pariwisata halal, kurangnya pemandu pariwisata yang bisa berbahasa Inggris, tidak adanya brosur atau tourist guide yang berbahasa asing atau selain Bahasa Indonesia, dan yang paling utama sekali adalah kurangnya *CEO commitment* dalam hal ini komitmen kepala daerah terhadap pelaksanaan pariwisata halal di Sumatera Barat. Ranking ini membuktikan bahwa Sumatera Barat masih kalah dengan Provinsi yang nilainya lebih tinggi yaitu Nusa Tenggara Barat, Aceh, Riau dan Kepri, dan DKI Jakarta. Padahal Sumatera Barat pernah mendapat predikat nomor dua Destinasi pariwisata Halal Terbaik Nasional dan Destinasi Pariwisata Halal Terbaik Dunia pada tahun 2016. Dengan ini pula, dapat dirasakan bahwa Sumatera Barat belum satu visi dan serius dalam melaksanakan pariwisata halal di bumi Minang ini.

³²⁷ Wawancara dengan Sari Lenggogeni, Ketua Tim Naskah Akademik Ranperda Penyelenggaraan Pariwisata Halal Sumatera Barat, 24 Mei 2019.

³²⁸ Wawancara dengan Bapak Wisnu Rahtomo....tanggal 24 Mei 2019.

6. Falsafah ABS-SBK sebagai basis Sinergi Penta Helix dalam Pengembangan Pariwisata Halal.

Falsafah Adat Basandi Syarak Syarak Basandi Kitabullah disingkat dengan ABS-SBK mengandung nilai-nilai filosofis atau mengandung prinsip dasar yang sudah melembaga dan sudah menjadi jati diri dalam struktur sosial masyarakat adat Minangkabau. ABS-SBK adalah kerangka pandangan hidup (*way of live*) masyarakat Minangkabau secara kultural dan Sumatera Barat secara provinsial yang bersayap hubungan horizontal sesama manusia, serta hubungan vertikal dengan Allah SWT (*hablumminannas dan hablumminallah*). Dengan begitu, ABS-SBK sebagai konsep nilai yang telah disepakati menjadi self identity (jati diri) Minangkabau timbul dari kronologis masyarakatnya melalui proses historis sehingga terjadi titik temu antara adat dengan Islam. Perpaduan kedua konsep itulah yang menjadi sebuah sistem nilai (*value system*) dan norma dalam kebudayaan Minangkabau yang melahirkan falsafah ABS_SBK. Antara adat dan Islam, merupakan suatu kesatuan yang bertaut secara budaya. Dengan kata lain, adat dan agama bagai dua sisi mata uang. Faktanya adalah bahwa tokoh agama tempo dulu selain memosisikan diri sebagai da'`i juga menyandang gelar adat secara kultural, Sebut saja Hamka, umpamanya dengan gelar Dt. Indomo, M. Natsir Dt. Sinaro Panjang, Mansur Daud Dt. Palimo Kayo, termasuk para tokoh hari ini, baik di eksekutif, legislatif, di perguruan tinggi dan banyak lagi yang lain-lainnya yang juga bergelar datuk.³²⁹

Di dalam ABS-SBK tersebut terkandung beberapa falsafah, antara lain:³³⁰ Falsafah Alam Takambang Jadi Guru: Falsafah Alam Takambang jadi guru ini melandasi prinsip ABS-SBK, yakni ajaran dan pandangan hidup masyarakat Minangkabau yang banyak dinukilkan dalam pepatah-petitih, gurindam dan sebagainya yang dikaitkan dengan sifat, bentuk dan kehidupan alam itu sendiri. Hal ini kalau di kaitkan dengan Model Penta Helix, yang mana model ini berguna untuk mencari inovasi-inovasi baru dalam pengembangan pariwisata. Maka belajar dari

³²⁹Yelmi Eri Fardius, *Nilai-Nilai Filosofis ABS-SBK Di Minangkabau*, Majalah Ilmu Pengetahuan dan Pemikiran Keagamaan Tajdid, Vol. 20, No. 2, November 2017.

³³⁰Taufik Abdullah, *Adat And Islam: An Examination Of Conflict In Minangkabau*, (Jurnal Indonesia, Vol. 002, Oktober 1966, Cornell University Southeast Asia Program, h. 1-24.

falsafah ini, hendaklah kita mau belajar dari alam yang segala-galanya ada disana. Kita disuruh untuk berusaha belajar dari alam untuk menemukan inovasi-inovasi atau ide-ide baru yang nantinya bisa diimplementasikan dalam pengembangan pariwisata halal di Sumatera Barat. Dalam konsep Model Penta Helix Akademisi ditugaskan untuk melakukan penelitian dan pengembangan pengetahuan sehingga bisa menemukan inovasi-inovasi yang berguna bagi stakeholder lainnya. Falsafah lain ABS-SBK adalah Falsafah Adab dan Budi: Falsafah adab dan budi ini sesungguhnya merupakan substansi dan esensi dari ajaran adat Minangkabau itu sendiri, mengingat kemuliaan manusia menurut adat terletak pada budi, dan karenanya manusia dihargai. Gurindam Minang, dalam hal ini, mengingatkan:

*Nan kuriak iyolah kundi Nan indah iyolah baso Nan baiak iyolah budi
Nan indah iyolah baso*

Maksudnya tidak lain adalah bahwa tidak ada yang lebih baik dari pada budi dan tidak ada yang lebih indah dari baso-basi. Dalam konteks yang lebih hakiki, bukankah yang dicari dalam hidup ini bukan emas, bukan perak, bukan pangkat dan bukan pula jabatan, melainkan budi pekerti dan nama baik. Maka dalam konteks pengembangan pariwisata halal di Sumatera barat sangat cocok sekali. Karena pariwisata di Sumatera Barat tidak hanya untuk bersenang-senang, tetapi juga mengedepankan adab dan budi. Falsafah ini kalau ditinjau secara komprehensif, maka akan sangat berhubungan apa yang diinginkan dalam pariwisata halal.

Falsafah lainnya dalam ABS-SBK, adalah Falsafah Kebersamaan dan Keterpaduan: Falsafah ini mengandung makna bahwa adat Minangkabau menjunjung tinggi kebersamaan, kekompakan yang termanifestasi dalam sifat kegotong-royongan dalam menyelesaikan suatu pekerjaan dalam kehidupan sehari-hari. Bagi masyarakat Minang tidak ada pekerjaan yang tidak bisa diselesaikan asalkan selalu mengedepankan semangat kebersamaan dalam setiap masalah yang dihadapi dengan memakaikan raso jo pareso. *Raso dibao naiak, pareso dibao turun*, sebuah pertimbangan kombinasional yang indah antara hati dan akal sehat dalam mengimplementasikan sifat kegotong-royongan dan kebersamaan itu. Kalau dilihat dalam konteks Model Penta Helix, maka falsafah ini menjadi tujuan dari penerapan Model Sinergi Penta Helix itu sendiri. Sinergi antar stakeholder yang terdiri dari

unsur akademisi, pemerintah, bisnis, komunitas dan media, sangat diperlukan untuk menciptakan inovasi-inovasi yang menarik dan bisa digunakan untuk pengembangan pariwisata halal di Sumatera Barat. Maka beberapa ABS-SBK sangat relevan dengan Model Penta Helix dalam pengembangan pariwisata halal.

7. Model Penta Helix Dalam Pengembangan Pariwisata Halal di Sumatera Barat

Dalam konteks negara Indonesia, untuk mendorong pariwisata secara umum di negara ini, maka disusunlah konsep pariwisata halal sebagai salah satu ceruk pasar yang potensial di dunia saat ini. Maka diusunglah Model Penta Helix untuk menciptakan sinergi dan kolaborasi antara *stakeholder* bidang pariwisata. Model Pentahelix pertama kali dicanangkan oleh menteri pariwisata Arief Yahya serta dituangkan ke dalam Peraturan Menteri (Permen) Pariwisata Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2016 Tentang Pedoman Destinasi Pariwisata Berkelanjutan bahwa untuk menciptakan orkestrasi dan memastikan kualitas aktivitas, fasilitas, pelayanan, dan untuk menciptakan pengalaman dan nilai manfaat kepariwisataan agar memberikan keuntungan dan manfaat pada masyarakat dan lingkungan, maka diperlukan pendorong sistem kepariwisataan melalui optimasi peran *business, government, community, academic, and media (BGCAM)*.³³¹

Adapun kajian literatur terkait dengan kolaborasi model pentahelix sebagai rujukan dalam hasil penelitian kualitatif antara lain menurut Palmer dan Haryer³³² kolaborasi pada dasarnya merupakan kesepakatan formal atau informal dua atau lebih organisasi untuk meningkatkan kompetensinya melalui kombinasi sumber

³³¹ Dalam Permen. Pariwisata No. 14 Tahun 2016 Tentang Pedoman Destinasi Pariwisata Berkelanjutan dalam Lampiran Bab I-D point 7 tentang Ekosistem yang berbunyi: “Ekosistem pariwisata adalah rekayasa kompleksitas fenomenakepariwisataan untuk menghasilkan *linkage value chain*, daninterkoneksitas sistem, subsistem, sektor, dimensi, disiplin,komponen yang terintegrasi dalam produk dan jasa, pendorongsektor pariwisata dan pendorong sistem kepariwisataan melaluioptimasi peran *business, government, community, academic, andmedia (BGCAM)* untuk menciptakan orkestrasi dan memastikankualitas aktivitas, fasilitas, pelayanan, dan untuk menciptakanpengalaman dan nilai manfaat kepariwisataan agar memberikankeuntungan dan manfaat pada masyarakat dan lingkungan”.

³³² Palmer, A. J. and R. Mayer. *Relationship Marketing: A New Paradigm for the Travel and Tourism Sector?*(Journal of Vacation Marketing, 2(4), 1996), 326-333.

daya yang dimilikinya dengan para mitranya. Sedangkan menurut Kotler, Bowens, dan Makens³³³ menyatakan bahwa destinasi wisata akan mendapatkan suatu keunggulan bersaing jika masing-masing organisasi yang terlibat dapat berbagi pengetahuan, keterampilan, keahlian, dan sumber daya lain. Selain itu menurut Wang dan Pizam³³⁴ terdapat 4 pilar strategi kolaborasi dalam meningkatkan keunggulan destinasi wisata antara lain *Building Vision*, *Building Commitment*, *Building Identity*, dan *Building Condition*.

8. Permasalahan Pengembangan Pariwisata Halal Sumatera Barat.

Belum adanya regulasi yang jelas di tingkat kementerian bagi stakeholder pariwisata Sumatera Barat dalam pengembangan pariwisata halal, hal ini membuat pengambil kebijakan yang ada di daerah menjadi bingung untuk mengambil keputusan yang tepat dan pasti untuk penyelenggaraan pariwisata halal di Sumatera Barat. Baru pada akhir tahun 2019 dikeluarkan oleh Kementerian Pariwisata dalam hal ini diterbitkan oleh Deputi Bidang Pengembangan Industri dan Kelembagaan Kementerian Pariwisata Halal, yaitu buku Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata Halal. Mudah-mudahan buku pedoman ini bisa menjadi pedoman bagi penyelenggara pariwisata halal di daerah dan bisa melaksanakan dengan baik. Seperti yang diungkapkan dalam buku pedoman tersebut bahwa Buku Panduan Penyelenggaraan Pariwisata Halal ini dimaksudkan sebagai acuan bagi Pemerintah, Pemerintah Daerah, pelaku usaha dan para pemangku kepentingan terkait dalam rangka menyelenggarakan pariwisata halal di Indonesia.

Buku Panduan Penyelenggaraan Pariwisata Halal ini bertujuan untuk:

- 1) tersedianya acuan penyelenggaraan pariwisata halal,
- 2) terwujudnya keselarasan dan meningkatnya kualitas dan produktivitas penyelenggaraan pariwisata halal di destinasi yang menyelenggarakan pariwisata halal,

³³³ Kotler, P., Bowen, J & Makens, J. *Marketing for Hospitality and Tourism* (4th ed). (Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall, 2006), h. 232.

³³⁴ Wang, Youcheng and Pizam, Abraham. *Destination Marketing and Management. Theories and Applications*. (Oxford: CABI Publishing, 2011). h. 322.

- 3) terpenuhinya kebutuhan wisatawan muslim dalam melakukan kegiatan wisata di Indonesia yang akan berdampak pada kepuasan wisatawan.

Berlarutnya pembahasan rancangan Peraturan Daerah (Perda) Pariwisata Halal Sumatera barat yang saat ini masih di bahas di DPRD Provinsi Sumatera Barat, membuat para pelaku pariwisata masih takut-takut dalam menyelenggarakan pariwisata halal, dan saat ini masih terkesan acuh dan tidak mempunyai i'tikad yang kuat. Diharapkan para stakeholder di daerah bisa menggunakan Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kapariwisata, Undang-undang Nomor 33 tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal dan Buku Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata Halal sebagai payung hukum dan landasan dalam penyelenggaraan pariwisata halal di daerahnya masing-masing. Hingga saat ini sudah ada sebagian kepala daerah yang membuat Peraturan Gubernur maupun Peraturan Bupati/Walikota, hal ini agar memperkuat penyelenggara pariwisata yang lain bisa bergerak dan tidak ragu dalam menyelenggarakannya.

Sebenarnya dengan adanya Surat Keputusan (SK) yang mewakili seluruh stakeholder Penta Helix Pariwisata sudah cukup untuk menggerakkan sektor pariwisata halal ini di Sumatera Barat. Dan untuk Sumatera Barat sudah membuat Pokja (Kelompok Kerja) Pariwisata Halal setelah Sumatera Barat ditetapkan sebagai Destinasi Terbaik Dunia dalam Pariwisata Halal. Namun Pokja ini hanya dibuat di level Kepala Dinas Pariwisata, tidak dibuat oleh kepala daerah dalam hal ini Gubernur, hal ini membuat para stakeholder tidak merasa dilibatkan oleh daerah dalam penyelenggaraan pariwisata halal. Namun baru beberapa bulan, kelompok kerja ini bubar dengan sendirinya, karena tidak didukung dana oleh kepala daerah dan menyebabkan pelaksanaan pariwisata halal menjadi terhambat dan jalan di tempat.

Maka salah satu solusi dari ini adalah menerbitkan Surat Keputusan (SK) yang terdiri dari unsur Penta Helix yang menjelaskan siapa saja yang terlibat dalam penyelenggaraan pariwisata halal dan apa tugas-tugasnya. Maka salah satu solusi dari penulis adalah, supaya pimpinan daerah membuat SK Tim Percepatan Pariwisata Halal yang bertanggung jawab untuk pengembangan penyelenggaraan

pariwisata halal di Sumatera Barat. Hingga tulisan penelitian ini dibuat oleh penulis, belum ada tim yang di SK kan oleh kepala daerah untuk penyelenggaraan pariwisata halal.

Terkait masalah pemasaran, menurut para stakeholder dan tim percepatan pariwisata halal kementerian Pariwisata RI, Sumatera Barat masih belum maksimal mempromosikan pariwisata halal. Belum terlihatnya iklan maupun flyer yang menyatakan bahwa Sumatera Barat menjadi destinasi pariwisata halal terbaik dunia, yang ada promosi pariwisata biasa saja. Ini membuktikan bahwa Sumatera Barat belum all out dalam pelaksanaan pariwisata halal. Maka solusi dari ini adalah, agar stakeholder terutama pemerintah untuk sudah selayaknya menampakkan jati diri sebagai destinasi pariwisata halal dunia. Agar semua orang tahu, baik dari dalam maupun luar negeri, bahwa Sumatera Barat sangat fokus dan mendukung penuh penyelenggaraan pariwisata halal di daerahnya. Selanjutnya untuk mendukung akses, para stakeholder harus berupaya sekuat tenaga agar jalur udara diperbanyak dan dilengkapi. Diketahui Sumatera Barat mempunyai penerbangan dalam dan luar negeri masih terbatas. Bandara Internasional Minangkabau masih sedikit memiliki rute penerbangan. Untuk penerbangan dalam negeri, bandara ini hanya mempunyai rute langsung (*direct flight*) ke Jakarta, Medan, Pekanbaru, Pulau Nias dan Bengkulu. Sedangkan untuk luar negeri hanya ada rute langsung (*direct flight*) dari dan ke Kuala Lumpur.

Model Penta Helix belum bisa dilaksanakan dengan maksimal dalam pengembangan pariwisata halal di Sumatera Barat, karena belum jelasnya definisi dan konsep pariwisata halal di kalangan stakeholder sendiri. Selain itu, masalah regulasi yang belum jelas dan belum mempunyai payung hukum yang belum juga membuat stakeholder utama yaitu pemerintah daerah ragu dalam menjalankan pariwisata halal di daerahnya. Sedangkan dalam konsep Penta Helix, semua stakeholder berperan aktif, dalam konsep negara Indonesia, pemerintah daerah berperan sebagai leader.

Selanjutnya banyaknya kegagalan dalam melakukan strategi pengembangan daerah tujuan wisata disebabkan oleh beberapa faktor. Menurut Seisdesos,³³⁵ bahwa walaupun suatu daerah telah memiliki *branding* dengan logo dan slogan yang baik, tetap belum dapat mencapai sasaran disebabkan karena adanya kelemahan yaitu: 1). hubungan antara strategi pengembangan ekonomi kota, 2) keterlibatan politik selayaknya dilibatkan secara serius dan dipertahankan dengan basis waktu yang panjang, 3) investasi, 4) awareness yang jelas dari target audience, 5) pengetahuan dari persepsi yang original mengenai kualitas image dari setiap target group, 6) koordinasi diantara stakeholder yang berbeda-beda.

Tanpa adanya keseluruhan faktor ini, maka logo atau slogan tidak akan dapat membentuk bagaimana suatu tujuan kota wisata diterima oleh masyarakatnya. Dari beberapa faktor tersebut, maka peranan stakeholder yang berada pada suatu daerah itu sangat diperlukan dalam membangun strategi tujuan wisata. Penelitian Kavaratzis et. al.³³⁶ dalam memasarkan suatu daerah, diperlukan tujuh target group yang perlu dilibatkan, diantaranya adalah: *business decision makers, logistic service providers, creative sectors, knowledge workers, active city dwellers, internasional investors, current inhabitant of city*. Daerah bukan hanya dilihat dari satu sisi dengan standar internasional, tetapi juga apa yang dilakukan dan dicari oleh masyarakat aktif dalam daerah tersebut.

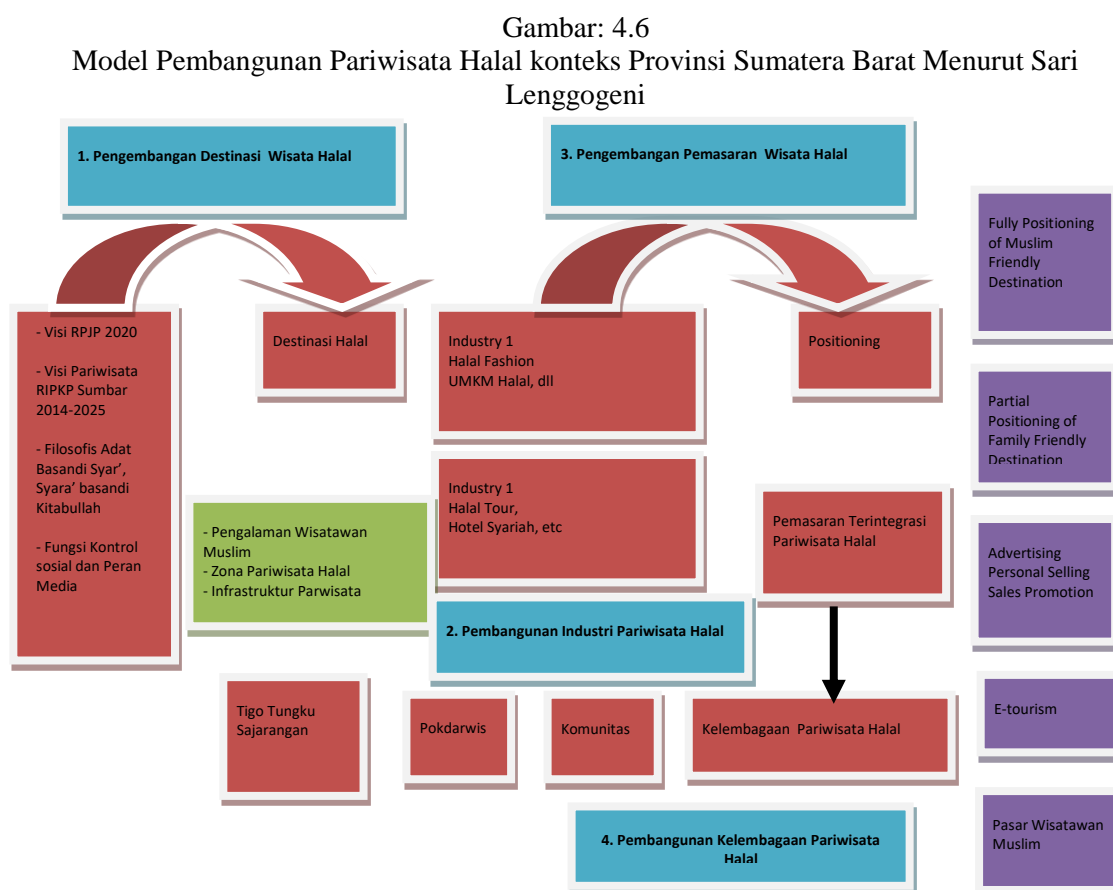
10. Model Pengembangan Pariwisata Halal dalam Konteks Sumatera Barat

Menurut Sari Lenggogeni, pakar pariwisata dari Universitas Andalas Padang, Sumatera Barat, jika Sumatera Barat bertujuan untuk menguatkan identitas Sumatera Barat sebagai destinasi yang berfalsafahkan Adat Basandi Syara', Syara' Basandi Kitabullah, tentu harus ada penguatan legalitas dan peraturan daerah yang membantu memperkuat branding destinasi sebagai wisata halal dan diseminasi informasi aturan pada wisatawan muslim dan non muslim harus dipertegas, sebab selain wisatawan domestic saja masih belum familiar terhadap halal, Sumbar juga

³³⁵ Seisdesos G, *State of Art of city Marketing in European Cities*, 4s nd IsoCaRP Congress. 2006, dalam *Creaturism: Mendukung Pembangunan Pariwisata Berkelanjutan*, edit. Sari Lenggogeni dkk. Tourism Development Center, Andalas University, 2017), hal. 84.

³³⁶ Kavaratzis M. Ashworth GJ, *Partner in Coffeshop, Canal and Commerce: Marketing in city of Amsterdam*, Elsevier, Cities, Vol. 24 No 1. 2017.hal. 16-25.

belum dikenal sebagai destinasi halal³³⁷. Sari mencoba memberikan model pengembangan pariwisata halal, dengan melibatkan keempat pilar pembangunan pariwisata, yaitu: pembangunan destinasi pariwisata, pembangunan industri pariwisata, pembangunan pemasaran pariwisata dan pembangunan kelembagaan pariwisata. Adapun gambar model tersebut adalah sebagai berikut:



Sumber: Sari Lenggogeni dalam Buku CreaTourism, 2017

Berdasarkan gambar: 4.6 diatas dari hasil penelitian Sari Lenggogeni, diketahui ada 4 pilar pariwisata yang harus diperhatikan dalam pengembangan pariwisata halal di Sumatera Barat. Pertama, Pengembangan Destinasi Wisata Halal. Untuk memperoleh hasil yang terukur dan terarah, hendaknya pengembangan destinasi ini dimasukkan dalam ke dalam Visi Rencana Pembangunan Jangka Panjang (RPJP) Provinsi Sumatera Barat, sehingga sejalan dengan Peraturan Daerah yang diinginkan oleh Provinsi. Begitu juga dengan visi pariwisata provinsi Sumatera Barat, harus sejalan dengan keinginannya yaitu pelaksanaan pariwisata halal.

³³⁷ Penelitian Arrahma dan Lenggogeni, 2016

Sumatera Barat sudah memiliki falsafah hidup dalam kehidupan sehari-hari, yaitu Adat Basandi Syara' Syara' Basandi Kitabullah, yang sangat cocok untuk pelaksanaan pariwisata halal di daerah ini.

Pengembangan industry pariwisata halal diikuti dengan pengembangan industry fashion halal, makanan halal, UMKM halal, halal tour dan hotel syariah. Sedangkan dalam pengembangan pemasaran pariwisata halal, bisa dilakukan dengan pemasaran pariwisata terintegrasi, diantaranya dengan e-tourism, advertasing, iklan dan lainnya. Adapun dalam pengembangan kelembagaan pariwisata halal di Sumatera Barat, bisa dikembangkan melalui Lembaga-lembaga pariwisata, Komunitas, Kelompok Sadar Pariwisata (Pokdarwis), dan Tungku Tigo Sajarangan.

11. Konsep Pemberdayaan Masyarakat (*Community Based Tourism*) dalam Kepemimpinan Tungku Tigo Sajarangan

Pemberdayaan masyarakat adalah penguatan dan peningkatan kapasitas, peran dan inisiatif masyarakat sebagai salah satu stakeholder penting diluar pemerintah dan swasta untuk dapat berpartisipasi dan berperan aktif dan strategis sebagai subjek maupun sebagai penerima manfaat dan pengembangan kepariwisataan secara berkelanjutan. *Community Based Tourism* atau yang sering disingkat dengan CBT, saat ini selayaknya mampu mendapatkan keuntungan lebih banyak dari pariwisata di wilayahnya. Pariwisata berbasis komunitas (*community based tourism*) adalah sebuah konsep yang menekankan masyarakat untuk mampu mengelola dan mengembangkan objek wisata oleh mereka sendiri. Adapun definisi CBT menurut Garrod adalah: 1) bentuk pariwisata yang memberikan kesempatan kepada masyarakat lokal untuk mengontrol dan terlibat dalam manajemen dan pembangunan pariwisata, 2) masyarakat yang tidak terlibat langsung dalam usaha-usaha pariwisata juga mendapat keuntungan, 3) menuntut pemberdayaan secara politis dan demokratisasi dan distribusi keuntungan kepada komunitas yang kurang beruntung di pedesaan.³³⁸

³³⁸ Brian Garrod, *Local Participation in the Planning dan Management of Ecotourism: A Revised Model Approach*, (Bristol: University of The West of England), h. 4.

Selain definisi yang dikemukakan oleh Garrod tersebut, definisi lain juga dikemukakan Hausler,³³⁹ menurutnya, CBT merupakan suatu pendekatan pembangunan pariwisata yang menekankan pada masyarakat lokal (baik yang terlibat langsung dalam industri pariwisata maupun tidak) dalam bentuk memberikan kesempatan (akses) dalam manajemen dan pembangunan pariwisata yang berujung pada pemberdayaan politis melalui kehidupan yang lebih demokratis, termasuk dalam pembagian keuntungan dari kegiatan pariwisata yang lebih adil bagi masyarakat lokal. Hausler menyampaikan gagasan tersebut sebagai wujud perhatian yang kritis pada pembangunan pariwisata yang seringkali mengabaikan hak masyarakat lokal di daerah tujuan wisata. Sementara Suansri³⁴⁰ mendefinisikan CBT sebagai wujud perhatian yang kritis pada pembangunan pemberdayaan masyarakat adalah penguatan dan peningkatan kapasitas, peran dan inisiatif masyarakat sebagai salah satu stakeholder sangat penting diluar unsur pemerintah dan swasta untuk dapat berpartisipasi dan berperan aktif dan strategis sebagai subjek maupun sebagai penerima manfaat dan pengembangan kepariwisataan secara berkelanjutan.

Dalam konteks Sumatera Barat, *local content* seperti CBT ini sangat diperlukan. Pariwisata halal, yang berbasis dari agama Islam, sangat erat hubungannya dengan adat dan falsafah dikalangan masyarakat Minangkabau Sumatera Barat yaitu Adat Basandi Syara', Syara' Basandi Kitabullah (ABS-SBK). Masyarakat Sumatera Barat sangat memegang teguh adat-istiadat dan falsafah hidup yang disemati dikalangan masyarakat sejak dahulu. Dan hal ini sangat cocok dengan kondisi di Sumatera Barat yang masyarakatnya berpegang teguh kepada adat dan agama Islam, serta alam dan panorama yang sangat layak dijadikan tujuan wisata. Dalam falsafah Minangkabau Sumatera Barat juga dikenal konsep kepemimpinan Tungku Tigo Sajarangan yang terdiri dari unsur Alim Ulama, Cerdik Pandai dan Ninik Mamak adalah merupakan salah satu *lokal content* yang harus dilibatkan dalam bermasyarakat. Pengambilan kebijakan dalam hal pariwisata

³³⁹Hausler, Nicole. 2005. *Planning for Community Based Tourism*. Sumber: repository.upi.edu/21562/9/S_MPP_1202549_Bibliography.pdf. Diakses 22/06/2020

³⁴⁰Potjana, Suansri, *Community Based Tourism Handbook*, (Thailand: REST Project), h. 14.

halal perlu melibatkan unsur ini, agar apa yang diinginkan dalam pariwisata halal bisa tercapai dan tersampaikan dengan baik melalui unsur Tugu Tigo Sajrangan ini.

Konsep CBT berkaitan erat dengan adanya partisipasi dari masyarakat lokal. Timothy³⁴¹ mengungkapkan bahwa partisipasi masyarakat dalam pariwisata terdiri dari dua perspektif yaitu dalam partisipasi local dalam proses pengambilan keputusan dan partisipasi local berkaitan dengan keuntungan yang diterima masyarakat dari pembangunan pariwisata. Pariwisata berbasis masyarakat mempunyai peluang yang besar untuk mengembangkan even-even pariwisata berskala kecil yang dapat dikelola sendiri oleh kelompok-kelompok masyarakat, termasuk pengusaha lokal. Karena dikelola sendiri, maka masyarakat dapat terlibat langsung dalam setiap pengambilan keputusan, termasuk menentukan mana yang boleh untuk konsumsi turis dan mana yang tidak boleh. Apabila kondisi semacam itu dapat dipertahankan, maka kegiatan pariwisata di daerah tersebut akan dapat menekan dampak social dan kultural yang ditimbulkan, sehingga kedepannya dapat diterima masyarakat. Ketika masyarakat bisa menerima bersama, maka pariwisata berbasis masyarakat dan *local wisdom* ini mempunyai peluang berumur panjang, dan menjadi sustainable tourism.³⁴²

Ciri-ciri khusus dari Community Based Tourism menurut Hudson dalam Timothy,³⁴³ adalah berkaitan dengan manfaat yang diperoleh dan adanya upaya perencanaan pendampingan yang membela masyarakat lokal serta lain kelompok memiliki ketertarikan/minat, yang memberi kontrol lebih besar dalam proses sosial untuk mewujudkan kesejahteraan. Sedangkan Murphy³⁴⁴ menekankan strategi yang terfokus pada identifikasi tujuan masyarakat tuan rumah dan keinginan serta kemampuan mereka menyerap manfaat pariwisata. Menurut Murphy, setiap masyarakat harus didorong untuk mengidentifikasi tujuannya sendiri dan

³⁴¹ Timothy, D.J., *Participatory planning: a view of tourism in Indonesia*. (Annals of Tourism Research 26, 1999), h. 371-391.

³⁴² Fandeli, C. dan Mukhlison. *Pengusahaan Ekowisata*.(UGM.Yogyakarta, 2000), h. 27.

³⁴³ Timothy, D.J, *Participatory*, h. 373.

³⁴⁴ Murphy, P. E. (1985). *Tourism. A Community Approach*. (New York-London: Methuen, 1985), h. 153.

mengarahkan pariwisata untuk meningkatkan kebutuhan masyarakat lokal. Untuk itu dibutuhkan perencanaan sedemikian rupa sehingga aspek sosial dan lingkungan masuk dalam perencanaan dan industri pariwisata memperhatikan wisatawan dan juga masyarakat setempat. Dalam konteks pariwisata di Sumatera Barat, sebagian besar destinasi wisata masih dikuasai oleh masyarakat setempat. Mereka secara swadaya membangun tempat wisata agar bisa menjadi destinasi wisata bagi masyarakat. Begitu juga dalam

12. Penta Helix Plus Tungku Tigo Sajarangan

Keberadaan para intelektual etnis Minangkabau yang dikombinasikan dengan pondasi agama dan kekuatan karakter masyarakatnya telah membuat ranah Minangkabau menjadi tempat yang istimewa dan unik untuk hidup dan menetap.³⁴⁵ Anggota masyarakatnya lebih toleran dan dapat dengan mudah untuk hidup berdampingan bersama penganut agama maupun budaya lainnya. Etnis ini juga dapat beradaptasi dengan mudah dengan orang lain tempat-tempat baru yang mereka tinggal. Sehingga mereka dengan mudah dapat hidup dan menetap diluar kampung halaman mereka walaupun jauh dari sanak saudara.

Etnis Minangkabau mengenal dan memiliki tiga pilar yang menjadi aktor pembangun dan penjaga integritas mereka sebagai sebuah etnis. Ketiga pilar ini adalah *Alim Ulama* (pemuka agama), *Cerdik Pandai* (kaum terpelajar) dan *Ninik Mamak* (para pemimpin dan penjaga adat). Alim ulama mempunyai fungsi dan tanggung jawab untuk menjaga integritas keIslaman seluruh etnis, cerdik pandai berfungsi untuk menjaga integritas ilmu pengetahuan yang dimiliki dan akan dicapai oleh seluruh anggota etnis dan Nini Mamak bertugas untuk menjaga integritas adat-istiadat atnis Minangkabau agar dapat selalu dipertahankan oleh seluruh anggota etnis mereka. Ketiga membentuk sebuah kesatuan adat yang tak terpisahkan dalam perkembangan etnis Minangkabau masa lalu, masa kini dan masa depan.³⁴⁶ Kesatuan tersebut dikenal dengan *Tungku Tigo Sajarangan*.

³⁴⁵ Hafiz Rahman, Memperkenalkan Quadruple Helix+ (QH+) dalam Arah dan Kebijakan Pariwisata. Dalam *CreaTourism: Mendukung Pembangunan Kepariwisata Berkelanjutan* (Padang: Mujur Jaya, 2017), h.48.

³⁴⁶ *Ibid.*, h. 49

Istilah kepemimpinan *tungku tigo sajarangan* diibaratkan dengan bejana diatas tungku. Jika bejana dalam posisi seimbang diatas tungku, bejana tidak akan jatuh ke api. Artinya pemerintah berjalan dengan posisi dan kedudukan masing-masing, maka masyarakat akan terhindar dari permasalahan. Pemecahan masalah di Minang sangat unik yaitu dengan musyawarah dan mufakat.

Seperti petatah petitih di bawah ini:

“Alang tukang tabuang kayu, Alang cadiak binaso adat, Alang alim rusak agamo, Alang sapaham kacau nagari. Dek ribui kuncang ilalang, Katayo panjalin lantai, Hiduik jan mangapalang, Kok tak kayo barani pakai. Baburu kapadang data, Dapeklah ruso balang kaki, Baguru kapalang aja, Bak bungo kambang tak jadi”.

Adapun unsur kepemimpinan Tungku Tigo Sajarangan dapat dilihat dari beberapa penjelasan berikut:

1. Penghulu : Pemimpin adat yang dipilih secara turun-temurun. Memilih penghulu harus sesuai dengan aturan dalam acara pengangkatan penghulu. Sebagai niniak mamak yang melindungi kemenakan. Dan menyelesaikan permasalahan yang ada di negerinya karena mengerti tentang filosofi adat. Menjadi penghulu memiliki jiwa arif dan bijaksana. Penghulu memiliki gelar ketika sudah menjabat.
2. Alim ulama: Orang biasa di dalam masyarakat yang mengetahui segala hal tentang ilmu agama. Mengajarkan pendidikan agama serta menyebarkan dakwah. Sesuai alqur'an dan hadist ajaran dari Rasulullah SAW. Mencontohkan perilaku yang baik menurut ajaran akidah. Tugas lainnya membantu dalam acara pernikahan. Saat ini alim ulama dikenal dengan sebutan ustad/kiyai.
3. *Cadiak pandai*: Memiliki jabatan setingkat dengan alim ulama dan penghulu Karena memiliki pengetahuan umum yang luas. Memberikan solusi dalam penyelesaian masalah di lingkungan masyarakat. Bertugas membuat aturan untuk mengatur, menciptakan kemandirian dan ketentraman, untuk kehidupan yang lebih baik. Zaman sekarang kelompok pemuda dan orang pemikir disebut sebagai cerdik pandai.

Segala hal yang berkaitan dengan kepentingan etnis Minangkabau biasanya didiskusikan dan dirembukkan bersama oleh mereka, sehingga setiap anggota etnis dapat memetik manfaat dari keputusan-keputusan dan pertimbangan-pertimbangan dari sebuah sistem demokrasi tradisional yang dikembangkan untuk memecahkan masalah bersama serta menentukan arah perkembangan daerah mereka. Sebagai hasilnya, etnis Minangkabau dikenal dengan pemikiran-pemikiran besar mereka dan terbiasa memiliki kebebasan untuk dapat merubah nasib dan depan mereka secara independen untuk mencapai kesejahteraan dan memperoleh ilmu pengetahuan. Etnis ini juga memiliki kebiasaan untuk dapat berpikir maju secara hati-hati dan menganalisis setiap ilmu pengetahuan yang mereka peroleh secara kritis – namun dengan tetap mempertahankan keramah-tamahan sebagai karakter dasar yang mereka miliki.³⁴⁷

Sebagai hasilnya, etnis Minangkabau juga terkenal sebagai etnis yang *egaliter* di Indonesia. Sifat egaliterian ini membuat Minangkabau cenderung tidak menerapkan prinsip-prinsip feodal dalam kehidupan sehari-hari dan status sosial mereka. Terbukti dengan adanya prinsip adat mereka tentang status sosial seseorang: *kok dimuko, diduluan salangkah, kok diateh, ditinggikan sarantiang* (kalau didepan hanya didahulukan selangkah, kalau diatas hanya didahulukan seranting).

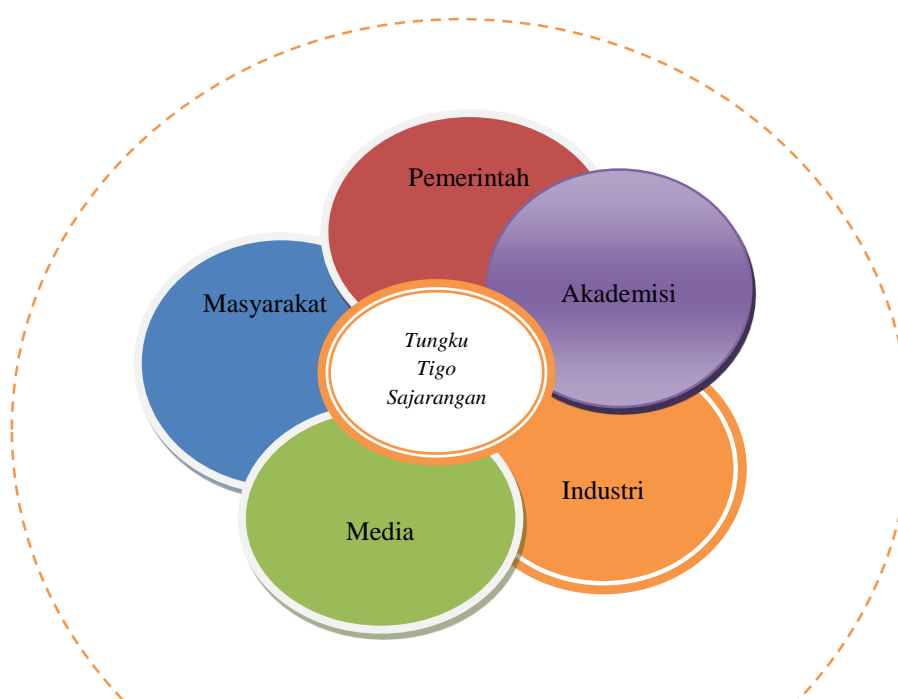
Adanya tokoh dan peran yang disandang oleh Tungku Tigo Sajarangan dalam sistem sosial kemasyarakatan, budaya dan kepemimpinan ini, telah berkontribusi positif dalam penciptaan sebuah *local wisdom* atau kearifan lokal tersendiri bagi etnis Minangkabau dalam kehidupan sehari-hari mereka. Banyak hal dan isu-isu strategis bagi kepentingan pembangunan daerah yang dibahas dan didiskusikan pemerintah daerah bersama dengan tokoh Tungku Tigo Sajarangan. Selain sebagai orang yang ditinggikan dalam adat Minangkabau, Tungku Tigo Sajarangan juga mempunyai peran vital dalam turut memberikan sumbang saran dan pemikiran serta pandangan dalam pembangunan daerah ini. Hal ini merupakan

³⁴⁷ *Ibid.*, h. 50.

salah satu keunikan sistem sosial-kemasyarakatan dan budaya tersendiri yang dimiliki oleh Provinsi Sumatera Barat, sehingga tentunya patut dikedepankan sebagai bagian penting dalam proses konsepsi kebijakan dan pembangunan yang ada di Sumatera Barat, termasuk pembangunan pariwisata halal.

Untuk memberikan pandangan dan gambaran tentang bagaimana Pentahelix Plus Tungku Tigo Sajarangan ini, penulis memodifikasi gambar Pentahelix sebagaimana yang disampaikan Eitkowitz dan Leydesdorff pada model Triple Helix, Quadruple Helix hingga Penta Helix. Maka pada gambar berikut ini penulis sengaja menambah satu peran stakeholder lagi, tetapi tidak berarti menambah dari Model Penta Helix menjadi Sextuple Helix umpamanya, namun penulis menambah dengan Plus (+) yang berarti menambah unsur Tungku Tigo Sajarangan yang disandingkan dengan unsur Penta Helix untuk konteks pariwisata halal di Sumatera Barat. Penambahan ini dirasa sangat perlu dalam konteks Sumatera Barat. Karena model kepemimpinan Tungku Tigo Sajarangan sudah lama menjadi rujukan bagi masyarakat minangkabau dalam kepemimpinan adat mereka sehari-hari. Oleh karena masyarakat Minangkabau di Sumatera Barat sangat berpegang teguh kepada adat-istiadat, maka perlu keterlibatan unsur ini selain dari stakeholder Penta Helix yang sudah ada. Berikut gambar Penta Helix Plus Tungku Tigo Sajarangan yang penulis rancang sebagai gambaran.

Gambar: 4.7
Model Konsepsi Penta Helix Plus Tungku Tigo Sajarangan dalam Konteks Pariwisata Halal di Sumatera Barat.



Pada gambar diatas, tampak lima stakeholder pentahelix pariwisata menjalin hubungan antar sesame, meskipun hubungan antar stakeholder ini masih dilihat sangat minim dan butuh “strong leader” dalam membangun sinergitas yang kuat, maka peran tungku tigo sajarangan alam adat Minangkabau di Sumatera Barat sangatlah penting sekali. Peran Tungku tigo sajarangan.

Pengembangan Pentahelix Plus Tungku Tigo Sajarangan secara konseptual dan principal didasari dengan pemikiran bahwa setiap daerah memiliki keunikan lokal sendiri yang bias jadi tidak dimiliki daerah lain. Menganalisis keunikan lokal yang tidak dimiliki Provinsi Sumatera Barat dalam hal prioritas sektoral untuk mengembangkan konsep pariwisata halal serta keunikan social masyarakat dan budaya etnis Minangkabau yang lebih lanjut membentuk kearifan lokal masyarakat di provinsi ini. Maka konsep Pentahelix Plus Tungku Tigo Sajarangan ini dinilai relevan untuk diterapkan dalam mendukung konsep pariwisata halal pada industry pariwisata di Sumatera Barat adalah melalui turut sertanya unsure Tungku Tigo Sajarangan sebagai stake holder tambahan bagi pariwisata Sumatera Barat.

Tokoh, peran, status dan kedudukan tertentu dalam masyarakat etnis Minangkabau yang dinilai mampu berkontribusi positif ini adalah Tungku Tigo Sajarangan. Tungku tigo sajarangan membentuk satu kesatuan adat yang tak terpisahkan dalam perkembangan etnis Minangkabau masa lalu, masa kini dan masa depan. Semua tokoh, peran, status dan kedudukan tersebut turut melengkapi dan memberikan warna tersendiri bagi etnis Minangkabau dalam norma kehidupan sehari-hari mereka. Sehingga merupakan suatu hal yang wajar apabila mereka turut

diajak serta dan diperhatikan keberadaan serta perannya dalam berbagai proses pembangunan, terutama yang berkaitan dengan pariwisata halal.

Pada Gambarperan Tungku Tigo Sajarangan ini ditempatkan sebagai fasilitator dan motivator religiusitas (khususnya keislaman dalam konteks pariwisata halal), adat istiadat dan kearifan lokal yang berhubungan langsung dengan masyarakat dalam arti luas. Sementara hubungan Tungku Tigo Sajarangan ini dengan helices yang lain mendapat posisi yang strategis dan sangat vital sekali. Mereka ditempatkan pada posisi sentral yang membuat keduanya menjadi fasilitator dan motivator bagi kelima *helices* dalam hal keagamaan (khususnya Islam), adat-istiadat dan kearifan lokal yang dapat diimplementasikan pada sektor khususnya wisata halal.

Langkah penting selanjutnya terkait dengan konsep Pentahelix Plus Tungku Tigo Sajarangan ini adalah upaya mengidentifikasi peran yang dimainkan oleh masing-masing pemangku kepentingan pariwisata dalam konsep tersebut. Identifikasi peran ini dilakukan berdasarkan sifat alami tugas, tanggung jawab dan wewenang yang berlaku bagi masing-masing pemangku kepentingan. Satu hal juga yang harus diperhatikan, bahwa identifikasi peran ini hendaknya harus diikuti dengan komitmen, inisiatif, dan partisipasi aktif kesemua pemangku kepentingan tersebut dalam mendukung pariwisata halal di Sumatera Barat. Pariwisata halal tidak hanya berdampak langsung pertumbuhan dan perkembangan sektor pariwisata di Sumatera Barat, namun secara lebih luas juga akan berdampak pada unsure keagamaan, adat-istiadat, kearifan lokal dan situasi sosial-kemasyarakatan etnis Minangkabau dimasa depan. Pada prinsipnya, perkembangan industry pariwisata hendaknya tidak membuat unsur keagamaan, adat-istiadat, kearifan lokal dan sosial kemasyarakatan mengalami degradasi di masa yang akan datang. Sehingga peran para pemangku kepentingan konteks lokal ini, yaitu Tungku Tigo Sajarangan menjadi penting untuk diikutsertakan dalam industry pariwisata terutama pariwisata halal di Sumatera Barat.

Sebagai gambaran, beberapa peran pemangku kepentingan yang dapat diidentifikasi dalam konsep Pantehelix Plus Tungku Tigo Sajarangan ini diperlihatkan sebagaimana tabel berikut.

Tabel: 4.13
Peran Pemangku Kepentingan dalam Model Penta Helix Plus, dalam mendukung Konsep Pariwisata Halal di Sumatera Barat.

No	Pemangku Kepentingan	Peran
1	Pemerintah (Regulator)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Perancang, penata dan penentu arah, kebijakan, strategi dan regulasi pariwisata (macro level). 2. Penata zonasi pariwisata. 3. Penyedia dan pengembang infrastruktur dan akses pariwisata (fasilitas umum dan fasilitas sosial). 4. Penegak hukum, aturan dan regulasi. 5. Sebagai fasilitator dalam mengembangkan kepariwisataan 6. Mengembangkan dan melindungi UMKM bidang usaha pariwisata 7. Mendorong PMA (Penanaman Modal Asing) dan PMDN (Penanaman Modal Dalam Negeri) di bidang kepariwisataan 8. Menciptakan iklim yang kondusif untuk perkembangan usaha pariwisata.
2	Akademisi/Perguruan Tinggi (Konseptor)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pengkaji arah, kebijakan dan regulasi pariwisata 2. Fasilitator SDM Pariwisata berkualitas 3. Penganalisa konsep, program dan strategi pariwisata 4. Penyedia jasa konsultasi pariwisata bagi pemerintah, industri dan masyarakat. 5. Menyediakan SDM Pariwisata sesuai <i>societal needs</i>, <i>industrial/business needs</i> dan <i>profesional needs</i> 6. Melaksanakan litbang kepariwisataan
3	Bisnis Pariwisata. (Investor)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Penyedia jasa pariwisata (paket, program dan lain-lain)

		<ol style="list-style-type: none"> 2. Investor dan pelaksana investasi pariwisata 3. Pencipta pasar, jasa, serta lapangan pekerjaan 4. Membentuk komunitas dan <i>entrepreneur</i> pariwisata
4	Komunitas Masyarakat yang bergerak di bidang pariwisata (Akselerator)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pegiat industri pariwisata 2. Pelaksana industri pariwisata 3. Penjaga kondusifitas aktivitas industri pariwisata 4. Pengontrol sosial dalam pelaksanaan industri pariwisata 5. Terlibat dalam perencanaan, pengelolaan dan pengambilan keputusan dan evaluasi pembangunan pariwisata 6. Menggali dan melestarikan kepariwisataan dengan mengembangkan budaya lokal dan lingkungan
5	Media (Katalisator)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Garda terdepan dalam memasarkan destinasi dan atraksi pariwisata 2. Mempercepat peyampaian informasi pariwisata 3. Meliput dan menginformasikan stakeholders 4. Sarana pendidikan bagi masyarakat 5. Saluran untuk umpan balik dan interaksi antara pemangku kepentingan 6. Menghubungkan semua aktor utama dengan nasional dan pasar industri global 7. Menyediakan Informasi kepariwisataan 8. Melaksanakan promosi pariwisata 9. Pelaksana mekanisme <i>Check and balance antar aktor/stakeholder</i> dalam aktivitas pariwisata
6 (Plus)	Tungku Tigo Sajarangan	<ol style="list-style-type: none"> 1. Pemurni dan penjaga norma, nilai-nilai dan kearifan lokal

		<p>yang bersumber pada unsur <i>religiusitas</i> etnis Minangkabau yang mayoritas beragama Islam</p> <ol style="list-style-type: none"> 2. Penjaga integritas adat istiadat 3. Penjaga integritas keilmuan dan pengetahuan 4. Penjaga integritas kearifan lokal yang bersumber dari sistem kekerabatan matrilineal 5. Fasilitator dan motivator masyarakat 6. Fasilitator kearifan lokal bagi lima helixes.
--	--	--

Sumber: Modifikasi dari Penulis

Pada table 4.13 diatas diidentifikasi peran terlihat bahwa masing-masing stakeholder dalam Pantahelix Plus Tungku Tigo Sajarangan memiliki peran spesifik yang masing-masingnya cukup penting bagi pengembangan dan keberlanjutan pariwisata halal di Sumatera Barat. Satu hal yang bisa dianalisis dan dijadikan rujukan bahwa identifikasi peran tersebut telah meliputi berbagai pertimbangan. Satu hal yang penting diketahui dan disadari adalah bahwa penerapan Model Penta Helix Plus Tigo Tungku Sajarangan ini amat mengamalkan identifikasi keunikan kontekstual dari masing-masing daerah, karena tanpa hal tersebut maka implementasinya tidak akan efektif. Dengan demikian, amatlah penting keunikan kontekstual ini menjadi perhatian dan pertimbangan utama sekiranya daerah-daerah lain di Indonesia ingin me-replikasi konsep ini dena menerapkannya pada daerah masing-masing.

Dalam konteks Sumatera Barat, penerapan konsep ini adalah dalam bentuk penyatuan visi dan membangkit kesadaran serta inisiatif terkait implementasi peran bagi setiap tokoh yang menjadi bagian Penta Helix Plus. Konsep ini secara prinsip berusaha untuk memberikan porsi khusus atau tersendiri bagi kebijakan pengembangan pariwisata di Sumatera Barat melalui revitalisasi posisi dan peran Tungku Tigo Sajarangan untuk dapat kembali memegang peranan penting dalam pembangunan sektoral di Sumatera Barat, terutama pada sector pariwisata yang

berkaitan erat dengan pembangunan bidang ekonomi-sosial-kemasyarakatan. Perpaduan dan sinergi serta integritas religiusitas (agama Islam), adat Istiadat dan Ilmu Pengetahuan dalam kearifan local etnis Minangkabau yang dipadu dengan ekonomi- bisnis (industry, kepentingan public (masyarakat luas), pemerintah, perguruan tinggi dan media, merupakan inti dari konsep ini.

2. Manajemen Perubahan Terencana

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara penulis dengan beberapa informan yang berasal dari unsur Penta Helix, maka perlu dilakukan perubahan dalam mendesain strategi dan program pariwisata halal di Sumatera Barat melalui pemberdayaan masyarakat. Dalam hal ini perubahan yang dibutuhkan adalah perubahan yang terencana yaitu berupa kegiatan yang disengaja dan berorientasi tujuan, dimana tujuan perubahan itu mengarah kepada:

- a) perubahan diperlukan untuk memperbaiki kemampuan lembaga atau *stakeholder* yang berhubungan dengan aspek pariwisata halal di Sumatera Barat untuk menyesuaikan diri, tanpa harus menunggu dari pihak lain, dan tanpa harus menunggu kerjasama formal saja. Kerjasama non formal antar *stakeholder* juga diperlukan, agar tidak adanya batasan yang membuat kaku antar *stakeholder*, sehingga bisa mengeluarkan ide-ide inovatif dengan tidak ada jarak ruang dan waktu. Misalnya, *stakeholder* harus mau berperan aktif dengan menciptakan inovasi baru dengan berkumpul bersama tanpa harus terikat dengan legal formal seperti Surat Keputusan dari pemerintah ataupun Peraturan Daerah. Sehingga antara *stakeholder* tidak ada batasan dan mempunyai derajat yang sama antara mereka.
- b). perubahan diperlukan untuk mengupayakan perubahan perilaku agar menjalankan fungsi dan perannya. Perubahan dapat dipercepat dengan menggunakan agen-agen perubahan, yaitu orang-orang yang bertindak sebagai *katalis* dan memikul tanggung jawab untuk mengelola kegiatan perubahan, dimana dalam melakukan perubahan tersebut ada beberapa target objek perubahan yang bisa diubah oleh agen perubahan misalnya, struktur kelembagaan, teknologi yang dipakai dan sumber daya manusia (SDM). Untuk di Sumatera Barat agen ini bisa

dibentuk seperti Kelompok Kerja (POKJA) Pariwisata Halal atau Tim Percepatan Pariwisata Halal yang terdiri-dari unsur Penta Helix Plus Tungku Tigo Sajarangan, yang mana mereka bekerja baik dalam suasana formal maupun tidak formal.

Meskipun berdasarkan hasil penelitian ini diperluka perubahan yang cukup mendasar dalam meyatukan pola pikir dan cara pandang masing-masing *stakeholder*, namn dilapangan penulis yakin bahwa akan ada resistensi dari mereka, karena adanya persepsi, karakteristik, pengetahuan, *skills* dan kebutuhan yang berbeda. Mereka biasaya cenderung terlalu sederhana dan cenderung bersifat rutin.

Demikian juga dengan sebuah organisasi atau lembaga juga akan memiliki keengananan untuk berubah, karena pada kodratnya organisasi itu bersifat konservatif,³⁴⁸ misalnya organisasi pemerintahan yang ingin terus mengerjakan apa yang telah mejadi rutunitas mereka selama berahun-tahun, tidak peduli apakah kebutuhan akan layanan mereka berubah atau tetap sama. Dari hasil penelitian ini kemungkinan sumber-sumber keenggan organisasi untuk berubah diantaranya adalah kelesuan strutural yaitu kurang adanya kreativitas dan terobosan dalam mengembangkan program sehingga terkesan hanya fokus pada hal-hal yang bersifat rutin, kualitas SDM pelaksana dilapangan yang rendah sehingga kurang mampu menjabarkan kebutuhan sesungguhnya, ancaman terhadap hubungan kekuasaan yang mapan dan ancaman terhadap alokasi sumberdaya yang mapan, ini terlihat dari kecenderungan institusi yang terlibat baik dalam lembaga pemerintahan, maupun antara pemerintah dengan legislatif dalam menyusun anggaran dan alokasi sumberdaya yang tersedia.

Kotter dan Schlesinger³⁴⁹ mengemukakan bahwa ada enam taktik yang bisa digunakan oleh agen perubahan dalam menangani keenganan atau penolakan terhadap perubahan yaitu: pendidikan dan keomunikasi (*education and comunication*), partisipasi dan keterlibatan (*participation and involvement*), fasilitas dan dukungan (*facilitation and support*), memfasilitasi dan negoisasi

³⁴⁸ H.R, Hall, *Organizations: Structure, Processes, and Outcomes*, ed.4th. (Englewood Cliffs, NJ;Prentice Hall), h. 28.

³⁴⁹ P.J, Kotter dan Schlesinger, *Choosing Strategies for Change* (Harvard Bussiness Review, Maret-April, 1979), h. 106-114.

(negotiation and agreement), manipulasi dan kooptasi (manipulation and co-optation) dan pemaksaan secara tersurat dan tersirat (*explicit and implicit coercion*).

Maka dalam pengembangan pariwisata halal di Sumatera Barat ini, untuk mengatasi keenganan untuk perubahan bisa melalui pendidikan dan kemonikasi yang intens; fasilitas dan dukungan; memfasilitasi dan negoisasi dengan pihak-pihak terkait. Selanjutnya pemerintah bisa juga mengelola perubahan dengan melakukan pendekatan menurut Ivancevich dan Konopaske³⁵⁰ yaitu melalui: *pertama*, pendekatan kekuasaan melalui, Perda, Pergub, dan peraturan-peratura lainnya, *kedua*, perubahan melalui penjelasan seperti menjalankan komonikasi, (diskusi, dialog baik formal maupun informal) yang intens untuk meyakinkan pihak terkait bahwa perubahan itu penting dan *ketiga*, perubahan melalui pendidikan seperti pelatihan atau pendampingan. Kesuksesan pengembangan pariwisata halal di Sumatera Barat memerlukan partisipasi *stakeholder* dengan cara mengoptimalkan dan mensinergikan peran dan prilaku semua pihak yang berkepentingan.

Selain itu, pengembangan pariwisata halal membutuhkan keterlibatan dan komintmen yang sama, baik dari lembaga eksekutif maupun legislatif³⁵¹. Dari hasil analisis penulis, hal ini bertujuan agar implementasi dan pelaksanaan di lapangan dapat didukung oleh aturan, kebijakan dan anggaran yang jelas serta memadai.

Perubahan prilaku seluruh *stakeholders* sangat diperlukan dalam pengembangan pariwisata halal di Sumatera Barat. Menurut Kurt Lewin³⁵², strategi untuk merubah prilaku ada tiga tahap perubahan yang diperlukan yaitu melelehkan

³⁵⁰ G Ivancevich dan D Konopaske, *Organization: Behavior, Structure, and Processes* (Singapore: McGraw Hill, Iled, 2004) h. 87.

³⁵¹ Peraturan Pemerintah Dalam Negeri (Permendagri) 13 tahun 2006 disebutkan bahwa semua Penerimaan Daerah dan Pengeluaran Daerah harus dicatat dan dikelola dalam APBD. Penerimaan dan pengeluaran daerah tersebut adalah dalam rangka pelaksanaan tugas-tugas desentralisasi. Adapun APBD disusun melalui beberapa tahap kegiatan. Kegiatan tersebut, antara lain, sebagai berikut.

1. Pemerintah Daerah menyusun Rancangan Pendapatan dan Belanja Daerah (RAPBD).
2. Pemerintah Daerah mengajukan RAPBD kepada DPRD untuk dibahas bersama antara pemerintah daerah dan DPRD. Dalam pembahasan ini pihak Pemerintah Daerah (Eksekutif) dilakukan oleh Tim Anggaran Eksekutif yang beranggotakan Sekretaris Daerah, BAPPEDA, dan pihak-pihak lain yang dianggap perlu, sedangkan DPRD dilakukan oleh Panitia Anggaran yang anggotanya terdiri atas tiap fraksi-fraksi.
3. RAPBD yang telah disetujui DPRD disahkan menjadi APBD melalui Peraturan Daerah untuk dilaksanakan.

³⁵² Kurt Lewin, *Field Theory in Social Science* (New Yor: Harper & Row, 1951).

keadaan status quo (*unfreezing old learning*), bergerak ke keadaan baru (*move to the learning*), dan membekukan keadaan yang baru (*refreezing the learned behavior*). Hal sangat perlu dilakukan agar program menstimulasi, mengarahkan dan mempertahankan perilaku *stakeholder* untuk mengembangkan dan memperkuat program pengembangan pariwisata halal di Sumatera Barat baik pihak formal maupun informal bisa dikembangkan. Program dari ketiga tahap perubahan yang bisa dilakukan adalah:

1. *Unfreezing old Learning- deal with resisting to change*, dengan cara: Mengetahui dan mengidentifikasi sejauh mana peran dan kesadaran *stakeholder* dalam memahami seberapa penting peran dan kontribusi mereka dalam program pengembangan pariwisata halal.

2. *Movement to new learning*: dapat melalui program training, demonstration dan empowerment yang difokuskan pada upaya menstimulasi dan mengarahkan perilaku yaitu:

- a) Menstimulasi, dengan cara mengidentifikasi:
 - a. Kebutuhan (bisa berupa training, fasilitas, kemudahan izin dan lain-lain)
 - b. Tujuan, sasaran, target yang ingin diraih masing-masing *stakeholder* untuk mencari persamaan dan perbedaan persepsi antar pihak terkait.
- b) Mengarahkan, dengan cara:
 - a. Mengidentifikasi keberadaan perangkat aturan dan kebijakan yang mendukung dan yang tidak mendukung
 - b. Mendesain dan mengembangkan program dan sistem komunikasi yang terintegrasi baik untuk intra, antar pihak terkait dan wisatawan (secara konvensional maupun online secara terpadu pada tingkat provinsi, kabupaten/kota) guna menyatukan persepsi berbagi pihak terkait.
 - c. Melaksanakan program pendampingan untuk proyek rintisan atau percontohan.

- c) *Refreezing the learned behavior*: dapat dilakukan dengan cara the application of reinforcement and feedback, fokusnya adalah pada upaya mempertahankan dengan cara:
- a. Merumuskan aturan, kebijakan dan sistem yang adil, akomodatif, tepat guna serta memberikan manfaat bagi semua pihak terkait secara bersama-sama
 - b. Merancang dan menetapkan sistem *reward* dan *punishment* yang jelas bagi pihak-pihak terkait
 - c. Memanfaatkan forum dan media komunikasi terkait secara rutin baik untuk pelaku program pariwisata halal maupun untuk wisatawan
 - d. Pembantuan tim monev dan program pengembangan pariwisata halal (anggota mewakili seluruh *stakeholder* yang berkelanjutan guna menyatukan visi, mengembangkan program guna memperkuat dan komitmen *stakeholder* kedepan.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, dapat disimpulkan bahwa:

1. Sumatera Barat setelah mendapat penghargaan dunia dalam pariwisata halal sebagai World's Best Halal Destination tahun 2016 mengalami stagnasi dalam pengembangan pariwisata halal. Pada tahun 2019, dalam penilaian daerah prioritas pariwisata halal yang dilaporkan IMTI (Indonesia Muslim Travel Index 2019) Sumatera Barat turun peringkat, dari peringkat ketiga menjadi peringkat kelima. Hal ini dibuktikan dengan masih belum adanya peningkatan jumlah wisatawan mancanegara dan peningkatan ekonomi Sumatera Barat pasca mendapat penghargaan tersebut. Ada beberapa faktor yang memicu hal ini. Diantaranya adalah faktor kelembagaan atau organisasi, birokrasi, dan lain lain. Faktor kelembagaan atau organisasi adalah faktor yang sangat perlu dicermati untuk memecahkan permasalahan ini, yaitu kesamaan persepsi para stakeholder Penta Helix pariwisata. Kesamaan persepsi stakeholder Penta Helix pariwisata tentang pariwisata halal menjadi hal yang utama dalam memecahkan masalah ini. Karena kunci keberhasilan implementasi pengembangan pariwisata halal di Sumatera Barat, antara lain karena adanya kesamaan visi, kesamaan persepsi, komitmen bersama dan koordinasi di antara para stakeholder. Berdasarkan hasil penelitian ini, hal yang disebut diatas belum terealisasi dengan baik, sehingga membuat pengembangan pariwisata halal di Sumatera barat saat ini menjadi stagnan. Oleh karena itu, sinergi stakeholder yang tergabung dalam stakeholder Penta Helix harus dioptimalkan lagi seperti yang dianjurkan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI yang dituangkan dalam Peraturan Menteri Pariwisata No. 14 tahun 2016. Maka salah satu upaya pemerintah daerah Sumatera Barat dalam hal ini adalah membentuk Tim Penyusun Naskah Akademik Rencana Peraturan Daerah (Ranperda) penyelenggaraan pariwisata halal di Sumatera Barat yang terdiri dari unsur Penta Helix tersebut.

2. Peran dan Usaha Stakeholder Penta Helix dalam pengembangan pariwisata halal di Sumatera Barat sudah terlaksana cukup baik dan sesuai dengan tugas pokok mereka masing-masing. Misalnya: Akademisi, berperan dalam tim penyusun naskah akademik perda pariwisata halal Sumatera Barat, mendirikan beberapa program studi pariwisata, terlibat sebagai narasumber di acara-acara seminar dan lokakarya dengan usaha bekerjasama dengan pihak swasta dalam melahirkan sdm pariwisata yang handal. Pemerintah, Berperan dalam memasukkan materi pariwisata halal ke dalam RIPPARDA Sumbar, sebagai payung hukum dibentuknya tim naskah akademik Ranperda pariwisata halal dan payung hukum bagi Peraturan Daerah Pariwisata Halal di Provinsi Sumatera Barat, menjadi tim penyusun naskah akademik ranperda pariwisata halal Sumbar. Bisnis, berperan dalam Tim Penyusun Naskah Akademik Perda Pariwisata Halal, memberikan layanan dan fasilitas yang sesuai standar wisata halal misalnya menyediakan tempat wudhu, sholat, makanan halal dan lainnya. Komunitas, berperan dalam hal membantu pemerintah dalam sosialisasi tempat wisata, membantu swasta dalam membuat tempat ibadah di tempat wisata, dan membantu dalam memberikan inovasi-inovasi baru di destinasi wisata. Media, berperan dalam dalam sosialisasi pariwisata halal kepada masyarakat, ikut andil dalam memenangkan Sumatera Barat sebagai World Best Halal Destination dan mendapat penghargaan dari penyelenggara yang diadakan di Abu Dhabi pada tahun 2016.
3. Faktor Pendukung dan Penghambat. Adapun diantara faktor-faktor pendukung pengembangan pariwisata halal di Sumatera Barat adalah Falsafah “Adat Basandi Syara’, Syara’ Basandi Kitabullah” atau ABS-SBK yang menjadi pedoman kehidupan sehari-hari bagi masyarakat Minangkabau di Sumatera Barat, yang mana falsafah ini sangat sesuai dengan syariat Islam. Selain itu Sumatera Barat juga terkenal dengan adat dan budaya yang unik, sehingga menjadi modal untuk menarik wisatawan. Sumatera Barat juga terkenal dengan alam raya dan panorama yang indah, mulai dari laut, pantai, gunung, sungai, sawah, bukit, gowa, kebun teh, air terjun, lembah dan lain sebagainya serta iklim yang dingin membuat suasana menjadi nyaman untuk menghabiskan

waktu berlibur. Dukungan pemerintah dan masyarakat dalam pengembangan pariwisata halal di Sumatera Barat juga cukup tinggi, mayoritas masyarakat setuju Sumatera Barat menjadi destinasi pariwisata halal yang harus dikembangkan. Dalam konteks Sumatera Barat, keterlibatan kepemimpinan Tungku Tigo Sajarangan (Ninik Mamak, Alim Ulama, Cerdik Pandai), sangat diperlukan untuk memberikan persamaan persepsi dan sosialisasi pariwisata halal. Hal ini karena di Sumatera Barat, peran pemangku adat sangat di dengar dan dipatuhi masyarakat. Unsur Tungku Tigo Sajarangan adalah bentuk dari kepemimpinan setiap daerah yang kata-kata dan petatah-petitihnya dipatuhi dan dilaksanakan oleh masyarakat. Unsur ini menjadi pendukung yang tepat dalam konteks Sumatera Barat. Maka penulis dalam hal ini menawarkan konsep Model Penta Helix Plus Tungku Tigo Sajarangan dalam pengembangan pariwisata halal di Sumatera Barat. Adapun faktor-faktor penghambat dalam pengembangan pariwisata halal di Sumatera Barat adalah masih rendahnya pengetahuan tentang pariwisata halal, baik dikalangan stakeholder sendiri, maupun kalangan masyarakat luas. Belum adanya payung hukum yang jelas tentang pariwisata halal di Sumatera Barat juga membuat masing-masing stakeholder terutama pemerintah, akademisi dan bisnis, tidak berani membuat inovasi-inovasi yang berkaitan dengan pengembangan pariwisata halal. Kemudian kurangnya kesadaran masyarakat terutama rumah makan dan restoran dan kuliner-kuliner yang berbasis UMKM, untuk mengurus sertifikat halal, karena merasa selama ini makanan mereka sudah halal tanpa sertifikat.

4. Terkait masalah sinergitas stakeholder dalam pengembangan pariwisata halal di Sumatera Barat, belum adanya kesamaan visi, persepsi, kerjasama, dan koordinasi antar stakeholder membuat pengembangan pariwisata halal di Sumatera Barat menjadi stagnan. Saat ini diperlukan tindakan kongkrit dari pemereintah daerah sebagai leading sector, untuk membuat tim bersama antar stake holder dan merumuskan inovasi-inovasi yang bisa menyatukan visi dan persepsi antar stake holder, sehingga dari situ akan muncul kerjasama dan koordinasi yang simultan yang sangat diharapkan dalam pengembangan pariwisata halal.

B. Saran

Dalam rangka meningkatkan pengembangan pariwisata halal di Sumatera Barat, tentu perlu adanya evaluasi-evaluasi yang mendalam. Karena walaubagaimanapun, semua pasti yakin bahwa Sumatera Barat bisa dan mampu menerapkan konsep pariwisata halal di ranah minang ini. Begitu pula bagi penulis, penulis dalam penelitian masih banyak terdapat kekurangan-kekurangan yang kiranya nanti bisa menjadi bahan bagi peneliti pariwisata halal di Sumatera Barat selanjutnya. Berikut saran dari penulis terhadap penelitian ini:

1. Dalam penelitian ini, penulis mendapatkan ilmu pengetahuan dan pengalaman baru selama meneliti. Adapun kekurangan dari penelitian yang penulis rasakan adalah kurangnya responden atau informan yang representatif mewakili *stakeholder*, saran penulis bagi peneliti selanjutnya adalah, hendaklah menambah lagi informan dari setiap *stakeholder* sehingga mencapai hasil yang maksimal.
2. Peran serta *stakeholder* dari sisi perilaku dan manajemen sumber daya manusia agar *stakeholder* memiliki visi yang sama guna meningkatkan pengembangan pariwisata halal di Sumatera Barat. Perlunya kesamaan persepsi tentang potensi, keunggulan, keunggulan dan prioritas pengembangan pariwisata halal di Sumatera Barat; Peran Kepala Daerah sangat penting sebagai *leader* dalam pengembangan pariwisata halal. Agar mengurangi perbedaan pendapat yang tidak perlu, karena Provinsi Sumatera Barat sudah memilih pariwisata halal sebagai branding, terlebih lagi setelah mendapat penghargaan dari dunia. Peran Dinas Pariwisata Provinsi; yaitu melakukan komunikasi yang intens dan berkoordinasi dengan *stakeholder* lainnya.
3. Pengembangan pariwisata halal membutuhkan perencanaan terintegrasi dan kerjasama semua pihak; masing-masing *stakeholder* perlu mengetahui peran dan fungsinya dalam mendukung pengembangan pariwisata halal. Pengembangan pariwisata halal membutuhkan keterlibatan dan komitmen yang sama baik dari lembaga eksekutif maupun legislatif sehingga perencanaan dan pelaksanaan di lapangan dapat didukung aturan, kebijakan dan anggaran yang jelas serta

memadai, dan sumber daya manusia yang berkualitas (lebih kreatif dan inovatif) sehingga mampu memahami, menyadari dan bertindak secara optimal serta melayani secara memuaskan dalam menjalankan kebijakan dan program pariwisata halal.

4. Perlu peningkatan peran Kepala Daerah sebagai *leader* dalam pengembangan pariwisata tak terkecuali pariwisata halal, karena pengembangan pariwisata membutuhkan partisipasi semua pihak pemerintah, pengusaha dan masyarakat. Khusus dalam konteks Sumatera Barat, keterlibatan Tungku Tigo Sajarangan sangat digalakkan, karena mereka sangat bijak dan sangat didengar oleh masyarakat. Oleh karena itu, Dinas Pariwisata Seni dan Budaya Provinsi maupun kabupaten/kota, harus melakukan komunikasi yang intens dan berkoordinasi dengan stakeholder, dengan demikian mereka diharapkan mengetahui keunggulan pariwisata daerah masing-masing.
5. Perlunya peningkatan kualitas sumber daya manusia dan perencanaan pengembangan pariwisata halal yang terintegrasi dan kerjasam semua pihak, agar semua pihak yang terkait bisa mengetahui peran dan fungsinya masing-masing dalam mendukung pengembangan dan perawatan objek wisata, infrastruktur, sarana dan prasarana bisa terpenuhi secara berkesinambungan.
6. Program pengembangan dan sosialisasi yang sebaiknya dilakukan untuk membangun branding the best world's halal destination (destinasi pariwisata halal dunia) yang melekat disanubari provinsi Sumatera Barat. Sosialisasi ini hendaknya mengarah pada pendekatan *community based tourism* dengan mengacu kepada: merubah *mind set* pelaku wisata yaitu dari (top down), kepada keterlibatan dan partisipasi semua *stakeholder (bottom up)*.
7. Kerjasama dengan pihak Kementerian Agama Daerah dalam mendapatkan sertifikasi halal, karena mulai sekarang lembaga yang berwenang untuk menerbitkan sertifikat halal adalah pihak Kementerian Agama, dalam hal ini untuk daerah diwakili Kantor Wilayah (Kanwil) Kementerian Agama. Selain sebagai yang penerbit sertifikat halal,
8. Kementerian Agama juga membawahi ratusan madrasah, pondok pesantren dan mesjid-mesjid. Hal ini sangat diperlukan dalam memberikan sosialisasi tentang

persepsi pariwisata halal. Melalui jalur ini, akan memudahkan stakeholder lain untuk memberikan pemahaman yang jelas tentang pariwisata halal kepada masyarakat.

9. Dalam rangka menstimulus pihak pelaku bisnis untuk menyegerakan sertifikat halal, baik berbentuk rumah makan/ restoran maupun makanan lokal, hendaknya pihak pebisnis melakukan rekrutmen sumber daya manusia yang khusus menangani sertifikat halal tersebut, karena hal ini merupakan rutinitas yang harus dipatuhi setiap masa berlaku sertifikat tersebut habis.

DAFTAR PUSTAKA

Aan Komariah, Djam'an Satori, 2011, *Metode Penelitian Kualitatif*, Bandung: Alfabeta.

- Aan Jaelani, *Halal tourism industry in Indonesia: Potential and prospects*, Faculty of Shari'ah and Islamic Economic, IAIN Syekh Nurjati, Cirebon. dalam Munich Personal RePEc Archive.
- Abdul Aziz, Y., & Vui, C. N. (2012). *The role of Halal awareness and Halal certification in influencing non-Muslims' purchasing intention*. 3rd International Conference on Business and Economic Research (3rd ICBER 2012) Proceeding.
- Abdul Latiff, Z. A., Mohamed, Z. A., Rezai, G., & Kamaruzzaman, N. H. (2013). *The impact of food labelling on purchasing behaviour among non-Muslim consumers in Klang Valley*. Australian Journal of Basic and Applied Sciences, 7(1).
- Abdul Aziz, Y. & Vui, C. N. (2012). *The role of Halal awareness and Halal certification in influencing non-Muslim's purchasing intention*. Diperenstasikan pada 3rd International Conference on Business and Economic Research (3rd ICBER) Proceeding.
- Abdul Muhyi, Herwan, et.al., 2017, *The Penta Helix Collaboration Model in Developing Centers of Flagship Industry in Bandung City* (Review of Integrated Business and Economics Research, GMP Press and Printing).
- Abdullah, Taufik, 1996, *Adat And Islam: An Examination Of Conflict In Minangkabau*, (Jurnal Indonesia, Vol. 002, October 1966, Cornell University Southeast Asia Program.
- Abu Ahmadi, 1982, *Sosiologi Pendidikan: Membahas Gejala Pendidikan Dalam Konteks Struktur Sosial Masyarakat*, Jakarta: Bina Ilmu
- Adi Hamzana, Adrian. 2017, *Pelaksanaan Standarisasi Pelayanan Pariwisata Halal dalam Pengembangan Pariwisata di Nusa Tenggara Barat*. Pena Justisia: Media Komunikasi dan Kajian Hukum Vol. 17, No. 2.
- Akyol dan Kiliç, Akyol, 2014. *Internet and Halal Tourism Marketing*. International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic Volume 9/8 Ankara-Turkey.
- Al Hasan, Fahadil amin, 2017, *Penyelenggaraan Parawisata Halal di Indonesia (Analisis Fatwa DSN-MUI tentang Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata Berdasarkan Prinsip Syariah)*. (Surakarta: Fakultas Surakarta, Al-Ahkam Jurnal Syariah dan Hukum, Vol. 2, Nomor 1, Januari-Juni 2017 ISSN: 2527-8169.

- Al-Asfahany, Al-Raghib, *Mu'jam AlMufradat Fi Gharib Al-Qur'an*. (Bairut: Daar Al-Fikr. t.t.).
- Al-Qurthuby, *Tafsir Ahkam Al-Qur'an. Daar Al-Katib Al-Aroby*, (Kairo: Juz VIII).
- Ad-Dimasyqi, Al-Imam Abul Fida Isma'il Ibnu Katsir, 2002, *Terjemah Tafsir Ibnu Katsir* (Bandung: Sinar Baru al-Gensindo, Juz. 1.
- Ahmad Akmal,(2013), *Ekspresi Bentuk Simbolik Seni Ritual Makan Bajamba*, (Yogyakarta : ISI Padang- panjang)
- Akmal, Ahmad, 2013, *Ekspresi Bentuk Simbolik Seni Ritual Makan Bajamba*, Yogyakarta : ISI Padang- panjang
- Al-Qasimiy, Muhammad Jamaluddin , *Mahasin At-Ta'wil* (Kairo: Al-Halabiy. Juz. VIII).
- Asngari P S. 1984, *Prinsip-prinsip penyuluhan*. (Program Studi Ilmu Penyuluhan Pembangunan, Sekolah Pascasarjana, IPB).
- Atkinson, R.L.,Atkinson, R.C., Hilgard, E.R. (1991). *Pengantar Psikologi*, Edisi Delapan. Jakarta: Erlangga.
- At-Thabthaba'iy, Muhammad Husain , *Tafsir Al-Mizan* (Teheran: Daar Al-Kutub AlIslamiyah. Juz XII).
- Awal Fuseini, Steve B. Wotton, dkk. 2016. *The perception and acceptability of pre-slaughter and post-slaughter stunning for halal production: The views of UK Islamic scholars and halal consumers*. University of Bristol, School of Veterinary Science, Langford, Bristol, BS40 5DU,UK.
- Bambang Sunaryo, 2013, *Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Yogyakarta: Penerbit Gava Media.
- Battaour, Mohamed, et.al., *Halal Tourism: Concepts, Practises, Challenges and Future*, (Tourism Management Perspectives, www.elsevier.com/locate/tmp).
- Boo,S and Busser,J. 2006. *Impact Analysis Of A Tourism Festival On Tourist Destination Image*. Event Management , 9(4).
- Burns, Peter & Holden. 1995. *An Introduction To Tourism And Anthropology*. London: Routledge.
- Mohsen, Asad, et.al., 2016, *Halal Tourism: Emerging Opportunities*. Tourism Management Perspectives. Tourism Management Perspectives.

- Carol R. Ember, dkk. 2006, *Cultural Anthropology*, Trj. T.O. Ihromi (Jakarta: YOI, 2006),
- Elfindri, *Ilmu Ekonomi untuk Pariwisata*, (Dalam buku CreaTourism, Mendukung Pembangunan Kepariwisata Berkelanjutan, Bab 2, Tourism Development Center Andalas University, 2017
- Eri Fardius, Yelmi, 2017, *Nilai-Nilai Filosofis ABS-SBK Di Minangkabau*, Majalah Ilmu Pengetahuan dan Pemikiran Keagamaan Tajdid, Vol. 20, No. 2, November 2017.
- Dar, H., et al. 2013, *Global Islamic Finance Report: GIFR 2013*, Edbiz Consulting.
- Damanik, Janianton, *Pariwisata Indonesia Antara Peluang dan Tantangan*. (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013), 50-58. Lihat pula, Bambang Sunaryo, *Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. (Yogyakarta: Penerbit Gava Media, 2013).
- Damanik, Januantin dan Weber, Helmut, 2006. *Perencanaan Ekowisata dari Teori ke Aplikasi*. (Yogyakarta: PUSPAR UGM dan Andi.
- De George Richard T., *Business Ethics* (New Jersey: Prentice Hall, Inc., 1999)
- Dini Andriani, et al. 2015, *Laporan Awal Kajian Pengembangan Wisata Syari'ah*. Jakarta: Kementerian Pariwisata RI.
- Djakfar, Muhammad, 2017, *Pariwisata Halal: Prespektif Multidimensi* (Malang: UIN Maliki Press).
- Djajadiningrat, S.T. 2005, *Sustainable Future : Menggagas Warisan Peradaban bagi Anak Cucu, Indonesia* Jakarta : Center for Sustainable Development.
- Etzkowitz, H., & Leydesdorff, L, 1995, *The Triple Helix - University Industry Government Relations: A Laboratory for KnowledgeBased Economy Development*. EASST Review.
- Fakhrul Izzati m Muhammad, dkk. 2018. *Implementasi Triple Helix Dalam Mendorong Pertumbuhan Industri Kreatif Di Kota Malang Sebagai Upaya Peningkatan Daya Saing Untuk Menghadapi Masyarakat Ekonomi Asean* (Jurnal Administrasi Bisnis (Jab))|Vol. 55 No. 1.

- Fandeli, 2000:27 dalam Sumijati dkk, *Model Pariwisata Budaya Berbasis Tenun di Lombok*. Melalui web. <http://www.arkeologi.ugm.ac.id/24/01/2009>. diunduh tanggal 10 Desember 2019.
- Farahani, Zamani, H., Henderson, J.C., *Islamic Tourism and Managing Tourism Development in Islamic Societies: The cases of Iran and Saudi Arabia*. (International Journal of Tourism Research, 2009).
- Fazal Bahardeen, CEO CrescentRating & HalalTrip, 2017
- Fazal Bahardeen, CEO CrescentRating & HalalTrip, dalam Republika.co.id. 2017
- Fazir ,Riset Ungkapkan Permintaan Produk Halal Meningkat, Republika.co.id (Jan 2018)
- Fleishman Hillard Majlis (2011). "The Market Opportunity of the MuslimWorld."
- Fetri, Wuryasti, 2013. *Wisata Halal, Konsep Baru Kegiatan Wisata di Indonesia*.
- Gibson, James L., John M. Ivancevich dan James H. Donnelly, Jr. 1994. Organisasi dan Manajemen. Perilaku, Struktur, Proses. Edisi keempat. Jakarta: Erlangga
- Hafiz Rahman, 2017, *Memperkenalkan Quadruple Helix+ (QH+) dalam Arah dan Kebijakan Pariwisata*. Dalam *CreaTourism: Mendukung Pembangunan Kepariwisata Berkelanjutan* (Padang: Mujur Jaya).
- Hanzaee, Kambiz Heidarzadeh and Mohammad Reza Ramezani, "Intention To Halal Products In The Word Market Interdisciplinary", *Journal of Research in Business*. Vol. I. No. 5, 2011.
- H.R, Hall, *Organizations: Structure, Processes, and Outcomes*, ed.4th. (Englewood Cliffs, NJ;Prentice Hall)
- Henderson, J. C., *Sharia-Compliant Hotel*, *Tourism and Hospitality Research*, Vol. 10, No. 3.
- Hermantoro, Henky, 2011, *Creative –Based Tourism Dari Wisata Rekreatif Menuju Wisata Kreatif*, (Depok: Penerbit Aditri).
- Hall, H.R *Organizations: Structure, Processes, and Outcomes*, ed.4th. (Englewood Cliffs, NJ;Prentice Hall)
- Husain Naqur Hasyim bin Muhammad, (1424), *al-Ahkam al Siyahah wa Atsaruha: Dirasah Syar'iyah Muqaranah* (Riyadh: Dar Ibn al-Jawzi).
- Ibrahim, (2015), *Tambo Alam Minang- Kabau, Tatanan Adat Warisan Nenek Moyang Orang Minang* (Bukittinggi, Kristal Multimedia)

- Islam, Tajamul, & Chandrasekaran, U. (2013). *Halal marketing: Growing The Pie*. International Journal of Management Research and Review.
- Ivancevich G dan Konopaske D, 2004, *Organization: Behavior, Structure, and Processes*, (Singapore: McGraw Hill, Iled)
- Jafari, J., & Scott, N. (2014). *Muslim world and its tourisms*. Annuals of Tourism Research.
- Jalaludin, Rakhmat. 1998, *Psikologi Komunikasi*. Bandung: Rosda
- Jaelani, A. (2016a). Islamic tourism development in Cirebon: The study heritage tourism in Islamic economic perspective. *Journal of Economics Bibliography*, 3(2). Available at MPRA Paper No. 74833: <https://mpra.ub.unimuenchen.de/74833/>.
- Muhammad Jamaluddin Al-Qasimiy, *Mahasin At-Ta'wil* (Kairo: Al-Halabiy. Juz. VIII)
- Janianton Damanik, 2013, *Pariwisata Indonesia Antara Peluang dan Tantangan*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Kadir Din, Abdul, 2012, *The Ideal Islamic Tourism Packaging: Identifying Its Essential Ingredient*, slide presentation, Sintok: College of Law Government International Studies.
- Kahf, Monzer, *Ekonomi Islam*, ter. Machnun Husein (Yogyakarta: Aditya Media, 2000)
- Kementerian Pariwisata, 2015, *Kajian Pengembangan Wisata Syariah 2015*, Jakarta, Kemenpar.
- Krisnandhi, Kausar Devi Roza, 2010, *Socio-Economic Impact of Tourism on a World Heritage Site: Case Study of Rural Borobudur, Indonesia*, Disertasi, Nagoya University.
- Kotler P.J dan Schlesinger, 1979, *Choosing Strategies for Change* (Harvard Bussiness Review, Maret-April)
- Kotler, P., Bowen, J & Makens, J. 2006, *Marketing for Hospitality and Tourism* (4th ed). (Upper Saddle River, NJ: Prentice Hall.

- Lokman, A. R. (2015). Pematuhan Syariah Dalam Operasi Syarikat Bagi Industri Halal. In *Kompilasi Kertas Kerja Muzakarah Ahli Penasihat Syariah Institusi Kewangan di Malaysia* (pp. 27_40). Putrajaya: JAKIM.
- Mardiah, Ainun, dkk. 2017, *Analisis Perilaku Masyarakat Terhadap Keputusan Mengunjungi Destinasi Wisata Syariah Di Sumatera Barat*, Pekanbaru: Lembaga Vol.14, No.2. .Penelitian dan Pengabdian Masyarakat (LPPM), UIN Sultan Syarif Kasim Riau.
- Miles, B. Mathew dan Michael Huberman. 1992. *Analisis Data Kualitatif Buku Sumber Tentang Metode-metode Baru*. Jakarta: UIP.
- Moekijat. *Koordinasi (Suatu Tinjauan Teoritis)*. Bandung : Mandar Maju, 1994.
- Munirah, L., & Ismail, H. N. Muslim, 2012, *Tourists Typologi in Malaysia: Perspectives and Challenges. Proceedings of the Tourism and Hospitality International Conference*. Malaysia: Department of Urban and Regional Planning, Faculty of Built Environment.
- Nik Muhammad, N. M., Md Isa, F., & Chee Kifli, B. (2009). *Positioning Malaysia as Halal hub: Integration role of supply chain strategy and Halal assurance system*. *Asian Social Science*, 5(7).
- Nidya Waras Sayekti, 2014, *Jaminan Produk Halal Dalam Perspektif Kelembagaan*. P3DI Bidang Ekonomi & Kebijakan Publik Gedung Nusantara 1 Lantai 2, Setjen DPR RI.
- Nurmalia, Atik, dkk. *Strategi Pengembangan Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (Ukm) Dengan Model Penta Heli*, (artikel non publikasi, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta).
- Norafni, R., Zurina, S., & Syahidawati, S. (2013). *Awareness and perception of Muslim consumers on non-food Halal product*. *Journal of Social and Development Sciences*.
- Pendit. Nyoman S. 1994. *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar*. Jakarta : Perdana.
- Pew Research Centers Forum on Religion & Public Life, 2014
- Pitana, I Gde. dan Surya Diarta, I Ketut. 2009. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta : Penerbit Andi.
- Timothy, D.J., & Olsen, H. (2006). *Tourism, religion and spiritual journeys*. Oxford: Routledge.

- Thomson Reuters, & Dinar Standards. 2015. *State of the Global Islamic Economy Report 2013/14*. Dubai: United Arab Emirates.
- Muhammad Rasyid Ridha. *Tafsir AlManar* (Kairo: Maktabah Al-Manar. Juz XI)
- Rahmi Fahmy, dkk, 2017, *Multipersepsi Pelaku Kepariwisata Terhadap Upaya Peningkatan Daya saing Pariwisata (Kasus Kota Bukittingi) dalam CreaTourism: Mendukung Pembangunan Kepariwisata Berkelanjutan*, Tourism Development Center, Andalas University (Padang: PT. Mujur Jaya)
- Razzaq, S., Hall, C. M., & Prayag, G, *The Capacity of New Zealand to Accommodate the Halal Tourism Market or Not* (Tourism Management Perspectives).
- Rasyid Ridha, Muhammad, *Tafsir AlManar* (Kairo: Maktabah Al-Manar. Juz XI),
- Samori, Z., Md Salleh, N.Z. & Khalid, M.M. (2016). Current Trends in Halal Tourism: Cases on Selected Asian Countries. *Tourism Management Perspectives*, 19: 131–136. DOI: <http://dx.doi.org/10.1016/j.tmp.2015.12.011>.
- Soerjono, Soekanto, 2002, *Teori Peranan*, Jakarta, Bumi Aksara.
- Sedarmayanti, 2014, *Membangun & Mengembangkan Kebudayaan & Industri Pariwisata (Bunga Rampai Tulisan Pariwisata)*. (Bandung: PT Refika Aditama).
- Seisdesos G, 2017, *State of Art of city Marketing in European Cities*, 4s nd IsoCaRP Congress. 2006, dalam *Creaturism: Mendukung Pembangunan Pariwisata Berkelanjutan*, edit. Sari Lenggogeni dkk. Tourism Development Center, Andalas University.
- S. Praja, Juhaya, 2014, *Konsep Prawisata Syariah*. Makalah disampaikan pada Seminar Nasional Parawisata Syariah, Fakultas Syariah dan Hukum UIN Bandung, Bandung: UIN Sunan Gunung Jati.
- Stones, M. and J. McMillan, 2010, *Payment for participation in research: a pursuit for the poor? J Med Ethics*.
- Swarbrooke. 1996, *Pengembangan Pariwisata*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama,

- Sofyan, Riyanto, 2012. *Prospek Bisnis Pariwisata Syariah*. Jakarta: Republika.
- Sumarno, Alim, 2012, *Penelitian Kausalitas Komparatif*, Surabaya: e-learning.
- Sugiyono, 2012, *Memahami Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeta).
- Tarigan, Azhari Akmal, 2014, *Etika dan Spritualitas Bisnis* (Medan: FEBI UIN-SU Press, 2014).
- Thoyibie, L., 2010. *Psikologi Sosial Media*. (Online). (www.komunikasi-Indonesia.org, diakses tanggal 21 Desember 2016).
- Otoritas Jasa Keuangan (OJK) RI, *Roadmap Perbankan Syariah Syariah 2015-2019*.
- Otoritas Jasa Keuangan (OJK) RI, *Roadmap IKNB Syariah 2015-2019*.
- Palmer, A. J. and R. Mayer. 1996, *Relationship Marketing: A New Paradigm for the Travel and Tourism Sector?* (Journal of Vacation Marketing, 2(4)).
- Permadi, Lalu Adi, dkk, 2018, *Persepsi Dan Sikap Masyarakat Terhadap Rencana Dikembangkannya Wisata Syariah (Halal Tourism) Di Provinsi Nusa Tenggara Barat*, Jurnal Amwaluna, Vol. 2 No.1, Januari, Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Mataram Jl. Majapahit 62 Mataram.
- Picard, Michel, 2006, *Bali: Pariwisata Budaya dan Budaya Pariwisata*. Terjemahan oleh Jean Couteau dan Warih Wisatsana. 2006. Jakarta: Kepustakaan Populer Gramedia.
- Piagam Pariwisata Berkelanjutan dalam IG Pitana, dan Gayatri, PG. 2005, *Sosiologi Pariwisata*. (Yogyakarta: Andi Offest).
- Yuswohadi, 2014, *Marketing to The Middle Class Muslim*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama).
- Yvette Resinger, 2009, *International Tourisme, Cultures and Behavior* Burlington: Elsevier.

Wang, Youcheng and Pizam, Abraham. 2011, *Destination Marketing and Management. Theories and Applications*. (Oxford: CABI Publishing).

Zeithaml VA Parasuraman dan LL Berry, 1990, *Delivering Quality Service, Balancing Customer Perception and Expectation* New York: The Free Press,

Mastercard-Crescentrating GMTI 2018 , *Global Muslim Travel Index 2018*.
Diunduh pada 1 September 2018.

Halabase Pte Ltd. Halal Tourism. [Online]. Available: <http://halbase.com/articles/Halal%20Tourism.pdf>. diunduh pada tanggal 20 April 2018.

J. C. Henderson, *Sharia-compliant hotel*, *Tourism and Hospitality Research*, Vol. 10, No. 3, 2010.

<http://www.eat-halal.com/thomson-reuters-state-global-islamic-economy-report-2013/>. Diakses 9 Mei 2017.

Laporan Halal Industry Development Corporation (HDC), Kuala Lumpur Malaysia.

Laporan Akhir Kajian Pengembangan Wisata Syariah, Asisten Deputi Penelitian Dan Pengembangan Kebijakan Kepariwisata Deputi Bidang Pengembangan Kelembagaan Kepariwisata Kementerian Pariwisata.

Mastercard-Crescentrating Global MuslimTravel Index 2018 (GMTI 2018). Diterbitkan oleh kerjasama Mastercard dan Crescent Rating, yang berpusat di Singapura. Diunduh tanggal 22 April 2018.

Thomson Reuters, & Dinar Standards. (2015). *State of the Global Islamic Economy Report 2013/14*. Dubai: United Arab Emirates.

<http://www.prasmultourism.com/2017/06/27/tren-pariwisata-indonesia-tahun-2017/>. Diunduh pada tanggal 10 Oktober 2018.

Majalah *Sriwijaya Magazine*.Com. Juni 2017.

Website BPS Riau. Diunduh 12 Agustus 2018.

<http://travel.detik.com:82/><http://travel.detik.com/read/2013/10/30/152010/239509/13>
[82/](http://travel.detik.com:82/) wisata-halal-konsep-baru-kegiatan-wisata-di-indonesia.

Fatwa DSN-MUI Nomor 108/DSN-MUI/X/2016.

<https://dsnmui.or.id/fatwa/pedoman-penyelenggaraan-pariwisata-berdasarkan-prinsip-syariah/>.