



TINGKAT LITERASI PARIWISATA HALAL DAN KEPUTUSAN BERWISATA PADA WISATA HALAL (STUDI PADA WISATAWAN DOMESTIK DI INDONESIA)

Oleh

AULA NURUL MA'RIFAH

¹Mahasiswa Pascasarjana Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung

¹ aulanurul15@gmail.com

No Hp. 082269017419

M. NASOR

Dosen Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung

² nasor@radenintan.ac.id

ERIKE ANGGRAENI

Dosen Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung

³ erike@radenintan.ac.id

Jalan Z. Abidin Pagar Alam, Kedaton, Kota Bandar Lampung

ABSTRAK

Pariwisata telah menjadi suatu bagian esensial di masyarakat dan merupakan suatu sektor yang mampu untuk mendorong pertumbuhan ekonomi. Di Indonesia, pariwisata pernah menjadi suatu sektor yang tumbuh ketika penerimaan ekspor turun, artinya sektor ini merupakan sektor yang cukup potensial untuk dikembangkan terutama pariwisata halal mengingat Indonesia mayoritas penduduknya Muslim. Penelitian ini bertujuan untuk melihat tingkat literasi dari pariwisata halal dan mengenai tingkat keputusan berwisata pada wisata halal. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan riset lapangan melalui wawancara tertulis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebanyak 56,5% wisatawan telah mengetahui konsep wisata halal dan ketika wisatawan diberikan gambaran lebih jauh mengenai wisata halal, sebanyak 73% wisatawan menyatakan setuju bahwa wisata halal ditujukan untuk semua kalangan atau tidak terbatas untuk kalangan tertentu saja. Selain itu, hasil penelitian menunjukkan sebanyak 78% wisatawan lebih memilih dan memutuskan untuk mendatangi lokasi wisata yang ramah kepada wisatawan muslim (wisata halal) dalam melakukan perjalanan wisatanya.

Kata Kunci: Pariwisata, Pariwisata Halal

ABSTRACT

Tourism has become an important sector in the society that has an impact on development of country economy. With a view to stimulating economic growth, tourism is a significant source of export revenue for Indonesia, and ever be a growing sector as export revenues go down, it means

that this sector has enough potential to be developed particularly halal tourism, because Indonesia has the largest muslim population. This study aimed to examine the level of literacy and the level of travel decision in halal tourism. The research method uses is a qualitative method with field research through written interviews. The results showed that as many as 56.5% tourists already knew the concept of halal tourism and when tourists were given a further illustration of the halal tourism, as many as 73% of tourists agreed that halal tourism is intended for all people or is not limited to certain circles. Other than that, the results showed that 78% of tourists preferred and decided to visit the tourist sites that are friendly to Muslim tourists (halal tourism) in their tour.

Keywords: *Tourism, Halal Tourism*

I. PENDAHULUAN

a. Latar Belakang

Pariwisata merupakan sebuah kegiatan yang dari waktu ke waktu mengalami pertumbuhan. Kegiatan ini merupakan suatu perpindahan individu atau kelompok dari satu tempat ke tempat lain atau ke beberapa tempat sementara waktu tanpa aktivitas yang mengandung profit. Artinya, kegiatan ini berfokus pada aktivitas perjalanan penuh kenyamanan tanpa aktivitas penghasilan. Dengan semakin berkembangnya arus global, pariwisata telah menjadi suatu bagian dalam diri manusia. Bahkan, pariwisata menjadi suatu yang kompleks karena mencakup berbagai pertimbangan sosial, perilaku, ekonomi, politik, budaya dan lingkungan (Jaelani, 2017).

Kegiatan dalam berwisata telah menjadi suatu bagian yang esensial dalam kehidupan masyarakat yang dilakukan sebagai bentuk pemuasan diri individu serta mampu memberikan berbagai manfaat dalam perekonomian sehingga pariwisata menjadi salah satu sektor perekonomian di suatu negara. Sektor pariwisata merupakan sebuah sektor yang mampu untuk meningkatkan lapangan pekerjaan dan mampu untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi suatu wilayah. Hal ini dilatarbelakangi oleh kepuasan wisatawan yang terpenuhi sehingga pariwisata harus mampu memberikan apa yang dibutuhkan oleh wisatawan (Rahman, 2014). Artinya, pariwisata telah memainkan suatu peran penting dalam perekonomian dunia karena mampu untuk meningkatkan sektor-sektor lainnya.

Di Indonesia sendiri dengan populasi penduduk yang tinggi serta jumlah pulau belasan ribu menjadi sebuah potensi tersendiri. Hal ini didukung ketika pariwisata pernah mengalami pertumbuhan saat penerimaan ekspor justru turun tajam. Kontribusi dari sektor pariwisata naik dari 10% menjadi sebesar 17% yang berada di posisi keempat penghasil devisa terbesar yaitu menghasilkan 10 miliar USD. Selain peningkatan ketika penerimaan ekspor turun, sektor ini mampu memberikan kontribusi sebesar 3,8% secara mandiri sedangkan ketika diperhitungkan dengan efek penggandanya telah mencapai angka 9% dan mampu menyerap tenaga kerja sebesar 10,18 juta jiwa atau pekerja (Widagdyo & Kurniawan, 2015).

Pariwisata Indonesia meningkat dari tahun ke tahun. Pada tahun 2018 tercatat sebanyak 303 juta perjalanan wisatawan sedangkan pada tahun sebelumnya hanya mencapai angka sebesar 270 juta jiwa perjalanan wisatawan domestik (Kementerian Pariwisata, 2019). Angka tersebut jauh lebih besar dibandingkan total penduduk Indonesia sendiri. Artinya, ada banyak individu atau penduduk Indonesia yang telah melakukan perjalanan lebih dari 1 kali yang mana hal ini menunjukkan bahwa pariwisata Indonesia masih banyak diminati oleh penduduknya sendiri. Selain itu, dalam kancah internasional sendiri, Indonesia memiliki posisi yang cukup menjanjikan. Hal tersebut dapat dilihat pada kunjungan wisatawan mancanegara pada setiap bulannya lebih dari 1,2 juta kunjungan dan pada bulan Oktober 2019 sendiri mencapai 1.354.396 kunjungan dimana pada bulan sebelumnya sebesar 1.400.369 kunjungan (Kementerian Pariwisata, 2019). Angka tersebut merupakan angka yang cukup tinggi terutama untuk menunjang perkembangan pariwisata dan sektor-sektor penunjang pariwisata.

Selain tingginya potensi kedatangan wisatawan tersebut, Indonesia juga memiliki jumlah penduduk yang mayoritas Muslim sehingga pariwisata yang menunjang kebutuhan Muslim untuk beribadah diperlukan terutama agar kunjungan wisatawan semakin meningkat. Hal ini karena adanya permintaan pasar dari wisatawan domestik akan kebutuhannya terpenuhi dan salah satunya kebutuhan ibadah telah menjadi suatu daya tarik tersendiri agar memberikan kenyamanan wisatawan sehingga wisatawan akan kembali berwisata ke tempat yang sama untuk kedua kalinya atau beberapa kali.

Terlebih, Indonesia merupakan sebuah negara yang tergabung dalam *Organization of Islamic Cooperation* menunjukkan indeks yang dikeluarkan oleh Global Muslim Travel Indeks dan negara Indonesia sendiri memiliki nilai indeks sebesar 67,5 yang berada pada peringkat 6 dunia sedangkan Malaysia berada pada tingkat teratas atau peringkat pertama dengan indeks sebesar 82,3 diikuti oleh Turki, UEA, Saudi Arabia, dan kemudian Qatar lalu Indonesia. Artinya, Indonesia yang memiliki jumlah penduduk Muslim lebih besar dibandingkan Malaysia justru berada pada peringkat yang jauh dibawah Malaysia. Hal ini menjadi sebuah tantangan tersendiri bagi pemerintah maupun bagi penduduk Indonesia.

Potensi wisatawan yang tinggi ditambah dengan keadaan penduduk Indonesia yang mayoritas Muslim telah memunculkan sebuah konsep baru dalam dunia pariwisata yaitu wisata halal. Konsep ini merupakan bentuk dari perkembangan industri pariwisata yang muncul secara global (Suid & Nor, 2017). Pariwisata dengan mengusung konsep halal telah menjadi sebuah peluang bagi negara bahkan untuk negara dengan minoritas Muslim sekalipun karena konsep ini terlihat mampu untuk dinikmati semua kalangan. Bagaimana negara dengan minoritas

Muslim tersebut mengambil sebuah peluang terutama untuk menarik masyarakat dunia yang beragama Muslim untuk melakukan perjalanan wisata ke negaranya.

Perkembangan pariwisata dengan konsep halal tersebut juga terjadi di Indonesia sehingga Indonesia mulai menggunakan sebuah konsep wisata halal dalam beberapa produk pariwisatanya. Wisata halal sendiri bukan sebuah wisata yang khusus untuk umat Islam/Muslim semata melainkan sebuah konsep yang bersifat umum atau terbuka untuk semua wisatawan dengan perbedaan keyakinan (agama), suku, dan budaya. Dalam konsep ini, yang diutamakan adalah bagaimana sebuah pariwisata mampu untuk mengedepankan nilai-nilai serta norma Islam sebagai landasan dasarnya (Widagdyo & Kurniawan, 2015). Walaupun pada kenyataannya konsep ini tampak seperti mendahulukan kepentingan umat Islam/Muslim namun kenyamanan wisatawan non-muslim menjadi sebuah perhatian khusus. Hal ini terlihat ketika pernah terjadinya kesalahpahaman para pemangku kepentingan tentang konsep ini sehingga pemahaman masyarakat tentang konsep wisata halal masih seolah untuk Muslim semata (Ahmed & Atilla, 2018). Sebaliknya, konsep wisata halal ini merupakan sebuah peluang yang muncul bagi negara mayoritas Muslim maupun negara dengan mayoritas non-Muslim. Peluang tersebut muncul karena tingginya jumlah penduduk Muslim dunia menjadi sebuah peluang bagaimana untuk menarik mereka melakukan perjalanan wisata di suatu wilayah.

Pariwisata halal telah menjadi suatu industri yang memberikan dampak positif baik dinegara mayoritas maupun minoritas Muslim. Jika sebelumnya industri ini tampak eksklusif karena terpagari oleh sesuatu (kegiatan) yang disebut '*haram*' maka pariwisata halal telah menjadi suatu pilihan menarik karena menjadi suatu kegiatan tanpa harus mengorbankan agama dengan menyentuh unsur '*haram*' (Ahmed & Atilla, 2018).

Ketika sebelumnya pernah terjadi kesalahpahaman bahwa wisata halal hanya eksklusif untuk Muslim semata karena masih mengandung pemahaman wisata agama sehingga masih perlunya peran banyak pihak untuk mengubah pandangan masyarakat yang masih menganggap konsep ini hanya untuk Muslim semata. Terlebih, masih ada tantangan besar terkait Islamfobia yang pernah berkembang sebelumnya terutama untuk potensi halal di negara-negara dengan minoritas Muslim sehingga adakalanya pariwisata halal perlu menganalisis dari perspektif historis, sosial, bahkan geopolitiknya (Ahmed & Atilla, 2018).

Dalam pariwisata halal, tampak tentang peran agama dalam konteks pariwisata. Nilai-nilai Islam atau syariat Islam menjadi sebuah dasar atau sebuah landasan bagaimana konsep pariwisata ini dapat terpenuhi yang tujuan akhirnya, konsep tersebut mampu mempengaruhi kepuasan wisatawan dibawah peran agama (Putra dkk, 2016). Melalui pariwisata halal, peran dan tugas keagamaan dilakukan serta pengetahuan dapat tercapai untuk dimensi yang lebih luas

seperti memberikan manfaat ekonomi, sosial, dan budaya. Sehingga, pariwisata halal dapat menjadi sebuah jawaban atas kebutuhan populasi Muslim untuk tetap berada dalam lingkungan budaya dan agama ketika melakukan perjalanan atau berlibur (Aresteh & Eilami, 2011).

Pariwisata halal telah memunculkan berbagai komponen bisnis pariwisata dalam industri mulai dari paket wisata, akomodasi, transportasi, makanan, minuman, dan lain sebagainya yang harus dipelajari dalam perspektif Islam. Dalam sudut pandang Islam, pariwisata harus menghormati nilai-nilai kemanusiaan yang mulia, etika yang menjaga martabat dan kebanggaan manusia, penghormatan terhadap lingkungan alam dan masyarakat, solidaritas sosial atau memastikan masyarakat setempat mendapatkan dampak positif dari pariwisata, menghormati wisatawan dengan berbagai latar belakang agama, dan lain sebagainya (Othman & Jamal, 2017).

Meskipun pariwisata halal tampak berfokus pada wisatawan Muslim karena memberikan kenyamanan dalam mendapatkan nilai-nilai Islam untuk kegiatan wisatanya namun dalam konsep pariwisata halal, wisatawan disambut untuk mendapatkan kenyamanan kegiatan halal yang dapat dinikmati sebagai perjalanan dengan memberikan kesenangan serta pengetahuan luas. Pariwisata halal bukan sesuatu yang berfokus pada konteks ziarah keagamaan atau sejenisnya namun lebih berfokus pada konteks budaya lokal dan regional untuk perjalanan wisata (Butler, O’Gorman, & Prentice, 2012). Hal tersebut menunjukkan bahwa pariwisata halal tidak saja ditujukan untuk Muslim namun untuk semua masyarakat dengan latar belakang agama yang berbeda dengan tidak menghilangkan nilai-nilai Islam dalam setiap perjalanan wisata mulai dari makanan, minuman, akomodasi, travel, dan lain sebagainya.

Perkembangan wisata halal memiliki tujuan menarik wisatawan tanpa membedakan agama baik Muslim maupun non-Muslim sehingga pengembangannya sangat penting mengingat berbagai manfaat yang akan diterima. Namun hal yang perlu digarisbawahi, sekalipun konsep ini terbuka untuk semua kalangan namun kenyamanan ibadah umar Muslim menjadi sebuah penekanan penting dalam setiap produk wisata dengan standar yang berlaku (Jaelani, 2017). Artinya, wisatawan Muslim dan non-Muslim akan menerima kenyamanan tanpa mengganggu kenyamanan wisatawan lain sehingga hal ini menjadi sebuah peluang yang potensial untuk menarik lebih banyak wisatawan.

Peluang tersebut sudah dilihat oleh berbagai negara bahkan untuk negara yang mayoritas non-Muslim seperti Korea Selatan yang telah memiliki paket wisata halal seperti di Everland, Gangwon, Bucheon, Gyonggi-do, dan lain sebagainya. Tidak hanya Korea selatan, Thailand sendiri telah membentuk sebuah pusat riset bernama *‘Tha Halal Science Center Chulalongkom University’* untuk menunjangnya serta Australia yang membentuk sebuah program pariwisata

halal melalui '*Queensland Tourism*' (Kementerian Pariwisata, 2015). Hal ini memperlihatkan bahwa negara yang mayoritas penduduknya non-Muslim telah melihat peluang agar mampu menarik lebih banyak wisatawan Muslim dunia untuk melakukan kunjungan wisata.

Apa yang telah dilakukan oleh berbagai negara non-Muslim tersebut merupakan sebuah gambaran bahwa konsep halal menjadi daya tarik tersendiri pada setiap produk pariwisata. Terlebih, wisata halal merupakan sebuah perjalanan wisata yang ramah terhadap kehadiran wisatawan muslim dan non-Muslim secara langsung serta mampu memberikan kenyamanan beribadah umat Islam. Wisata halal telah mampu mengenalkan cara berwisata yang menyenangkan tanpa harus mengurangi ibadah umat Muslim dan mampu memperkenalkan Islam dengan cara yang menyenangkan kepada umat agama lain.

Ketika melihat konsep ini lebih jauh, wisata halal tidak hanya berfokus terhadap destinasi wisata semata namun mengenai kuliner, restoran, hotel, fasilitas, pelayanan, travel, dan lain sebagainya yang berlandaskan syariat Islam (Kementerian Pariwisata, 2015). Hal tersebut juga berlaku di Indonesia bahkan jenis pariwisata dengan konsep halal telah menjadi bagian dari industri pariwisata nasional (Jaelani, 2017).

Pariwisata halal telah menjadi suatu alternatif bagi industri perjalanan di Indonesia yang juga dianggap sebagai bagian dari ekonomi Islam global (Samori dkk, 2016). Dalam konsep pariwisata halal, konsep ini telah mengeksplorasi makna budaya yang terintegrasi sebagai pengalaman spiritual masyarakat modern yang mampu memberikan manfaat ekonomi dan diproyeksikan dalam kebijakan pemerintah untuk meningkatkan pendapatan masyarakat (Jaelani, 2016). Artinya, kembali ditekankan bahwa pariwisata halal bukan mencakup ziarah atau situs keagamaan melainkan semua jenis pariwisata hingga fasilitas penunjang pariwisata yang sesuai dengan syariat Islam.

Indonesia sendiri dalam mengembangkan konsep ini telah meraih beberapa penghargaan seperti pada '*World Halal Travel Award 2015*' dimana telah berhasil meraih tiga buah penghargaan mulai dari *World Best Halal Honeymoon*, *World Best Halal Tourism Destination*, dan *World Best Family Hotel*. Selain itu ditahun berikutnya, pada '*World Halal Tourism 2016*' telah berhasil meraih 12 penghargaan (Kementerian Pariwisata, 2020). Tidak hanya itu, Global Muslim Travel Indeks menetapkan Indonesia sebagai negara dengan lokasi destinasi halal terbaik dunia. Hal tersebut menunjukkan bahwa potensi Indonesia untuk wisata halal di mata Internasional sangat baik sehingga diharapkan akan mampu menarik lebih banyak wisatawan Muslim dan non-Muslim yang pada akhirnya akan berdampak pada perekonomian nasional.

Akan tetapi, apakah pemahaman wisatawan domestik mengenai wisata halal perlu ditinjau lebih dalam terlebih kata '*halal*' memiliki makna yang seolah eksklusif hanya untuk Islam

semata sedangkan kenyataannya, wisata halal merupakan sebuah wisata yang terbuka untuk umum. Pemahaman wisatawan dalam memaknai konsep halal menjadi penting untuk perkembangan pariwisata halal yang menjadi bagian dari pariwisata nasional.

Selain itu, di Indonesia, beberapa isu terkait mengenai wisata halal pernah menjadi perbincangan hangat seperti adanya penolakan dari sekelompok masyarakat mengenai danau toba yang akan direncanakan menjadi wisata halal dan mengenai mengenai Bali serta Toba yang tidak akan menjadi wisata halal (bisnis.tempo.co, 2019). Pernyataan tersebut tentu tidak muncul begitu saja tanpa penyebabnya dan tanpa pemikiran lebih jauh. Lalu, mengapa adanya penolakan tersebut dan wilayah tersebut tidak dapat menjadi wisata halal? Apakah wisata halal hanya dipandang eksklusif untuk masyarakat beragama Islam semata? Atau kurangnya pengetahuan ataupun pemahaman dari berbagai informasi terkait bagi yang setuju ataupun yang menolak mengenai makna dari wisata halal sendiri? Tentu hal ini perlu dibuktikan kebenarannya sehingga penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana literasi masyarakat mengenai wisata halal di Indonesia dengan fokus penelitian pada wisatawan domestik.

b. Tinjauan Pustaka

Literasi

Literasi merupakan sebuah peristiwa sosial yang melibatkan keterampilan tertentu guna menyampaikan suatu informasi maupun untuk mendapatkan suatu informasi dalam bentuk tulisan. Hakikat literasi bukan saja mengenai kemampuan membaca dan menulis namun kemampuan berpikir kritis dalam memahami berbagai bidang (Damayantie, 2018). Literasi akan mampu membentuk suatu masyarakat yang kritis dan membentuk masyarakat berpengetahuan (The Literacy and Numeracy, 2009). Literasi merupakan hal yang melibatkan interpretasi atau bagaimana konsepsinya seseorang terhadap hal yang telah dibacanya maupun didengarnya dan literasi pun melibatkan kolaborasi yang artinya antara pemberi informasi dan penerima informasi harus bekerjasama sehingga sebuah informasi dapat diterima sebagaimana mestinya dan dapat diinterpretasikan oleh penerima. Bahkan, literasi akan melihat pemecahan masalah dimana hal ini merupakan sebuah upaya untuk mempertimbangkan berbagai informasi yang diterima untuk dapat diambil kesimpulan (Kern, 2000).

Dalam literasi, berbagai tingkatan menjadi sangat penting mulai dari tingkatan dasar hingga seseorang mampu menstranformasikan pengetahuannya dalam bentuk bahasa (Wells, 1987). Hal ini menunjukkan bahwa literasi dan pengetahuan merupakan dua hal yang tidak dapat dipisahkan bahkan literasi dapat dianggap sebagai suatu kemampuan

untuk menemukan, mengevaluasi, dan kemudian menggunakan suatu informasi/pengetahuan yang dibutuhkan oleh seseorang melalui sebuah proses membaca dan menulis.

Pariwisata

Pariwisata adalah suatu kegiatan seseorang atau individu yang melakukan perjalanan yang berbeda dari kesehariannya (World Tourism Organization). Pariwisata juga dikatakan sebagai perpindahan sementara seseorang dengan tujuan diluar rumah untuk sementara waktu bukan untuk menetap (Thirunoorthi & Wong, 2015). Selain itu, dikatakan bahwa pariwisata adalah suatu hubungan antar fenomena dari perjalanan yang tidak berhubungan dengan aktivitas penghasilan namun mampu untuk memberikan dampak pada perekonomian (Franklin & Crang, 2001).

Di Indonesia sendiri, pariwisata juga dianggap sebagai perjalanan individu maupun kelompok dengan tujuan untuk melakukan kegiatan menyenangkan atau rekreasi (UU No 10 Tahun 2009). Berbagai teori yang mengungkapkan pariwisata terlihat sederhana namun untuk memahami fenomena tersebut tidak sesedehana kelihatannya karena beberapa pernyataan membutuhkan penjelasan yang lebih panjang dan mendalam seperti siapakah yang dimaksud dengan wisatawan, hal apa yang membentuk pariwisata, aktivitas dan dimensi apa saja dalam pariwisata, bagaimana permintaan dan penawaran pariwisata, aspek apa saja yang terdapat dalam industri pariwisata, dampak apa saja yang akan ditimbulkan dari pariwisata, faktor apa saja yang akan menghambat serta mendukung pariwisata, siapa yang berperan dalam industri pariwisata, cara memasarkan pariwisata dalam konteks nasional dan internasional, hingga bagaimana pariwisata dapat bertahan, dan lain sebagainya merupakan hal yang tidak sederhana (Judisseno, 2017).

Dengan adanya berbagai definisi yang dikemukakan maka hal tersebut dapat digunakan untuk kepentingan pendataan statistik pariwisata di suatu wilayah baik regional, nasional, maupun internasional. Selain itu, berbagai definisi tersebut dapat digunakan untuk membedakan siapa yang dapat disebut wisatawan dan siapa yang bukan merupakan wisatawan.

Pariwisata Halal

Pariwisata halal merupakan pariwisata yang mempresentasikan aktivitas yang diizinkan dalam ajaran Islam baik makanan, minuman, perilaku, akomodasi, dan lain sebagainya (Kasseem & Scott, 2010). Pariwisata ini juga merupakan sebuah konsep pariwisata yang terbuka untuk umum tanpa membedakan agama, suku, kebudayaan, dan lain sebagainya selama aktivitas pariwisata tidak bertentangan dengan syariat Islam (Ahmed & Atilla, 2018). Konsep ini telah memiliki tujuan untuk wisatawan Muslim dan

non-Muslim sehingga pengembangan pariwisata halal sangat penting karena memiliki manfaat tidak terbatas yang terbuka untuk semua kalangan (Jaelani, 2017). Keberadaan pariwisata halal telah membuka pandangan bahwa pariwisata ini tidak eksklusif untuk Muslim semata.

Pariwisata halal tidak lagi dipandang murni masalah agama namun telah memasuki ranah bisnis dan perdagangan dengan landasan agama dan konsep ini merupakan sebuah komponen dari bisnis halal. Pariwisata halal telah membuka ruang tersendiri bagi non-Muslim untuk mengenal budaya Islam dan karakter Islam dengan cara yang menyenangkan yaitu pariwisata.

Hal yang menarik dalam pariwisata halal adalah tidak ada pengorbanan agama (ibadah wajib) ketika melakukan perjalanan wisata sehingga banyak negara yang mulai menggunakan konsep *halal* untuk pariwisata agar mampu menarik wisatawan. Negara-negara seperti Malaysia, Singapura, Turki, dan lain sebagainya telah memasuki industri pariwisata halal untuk menarik wisatawan domestik maupun mancanegara (Ahmad & Atila, 2018). Bahkan negara-negara dengan minoritas Muslim telah melihat hal ini sebagai peluang untuk meningkatkan pariwisata negaranya. Terlebih, produk dan layanan halal telah menjadi populer tidak saja pada kalangan Muslim semata namun diantara kalangan non-Muslim karena telah dikenal akan kualitasnya. Selain itu, industri halal sendiri telah menciptakan lingkungan yang memungkinkan untuk saling menghormati dan kerjasama yang jujur (Candra, 2014).

Di Indonesia sendiri, pariwisata halal telah menjadi suatu bagian penting dalam sektor pariwisata atau dalam pariwisata nasional. Selain itu, Dewan Syariah Nasional – MUI telah mengeluarkan fatwa sebagai pedoman para penyelenggara pariwisata halal agar dapat melakukan bisnisnya sesuai prinsip Islam serta untuk menunjang pariwisata halal agar terus berkembang dan mampu memperkuat pariwisata nasional.

c. Rumusan Masalah

Rumusan masalah ini adalah seberapa besar tingkat literasi pariwisata halal wisatawan domestik di Indonesia dan seberapa besar keputusan wisatawan untuk memilih wisata halal dalam melakukan perjalanan wisata.

d. Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian yang dilakukan adalah untuk mengetahui tingkat literasi dari pariwisata halal dan untuk mengetahui besar tingkat keputusan wisatawan untuk memilih wisata halal dalam melakukan perjalanan wisata pada wisatawan domestik di Indonesia.

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan sebuah penelitian kualitatif dengan menggunakan wawancara yang dilakukan secara tertulis kepada wisatawan domestik dan pernah melakukan perjalanan wisata setidaknya 2 kali dalam satu tahun. Dalam penelitian ini, populasi yang digunakan adalah seluruh perjalanan wisatawan domestik selama satu tahun yaitu 303 juta perjalanan sedangkan pengambilan sampelnya menggunakan metode Slovin yang menghasilkan 407 responden. Sampel penelitian terdiri dari 60,2% adalah responden berusia 17-25 tahun, 19,2% berusia diatas 30 tahun, dan 18,9% berusia 25-30 tahun, dan sisanya responden berusia 15-17 tahun. Sampel dalam penelitian ini diambil dari masyarakat Indonesia yang telah melakukan perjalanan wisata beberapa kali dalam satu tahun dan memiliki ketertarikan dengan pariwisata tanpa membedakan latar belakang agama, budaya, dan perbedaan lainnya. Penelitian ini dilakukan dengan menelusuri informasi dari berbagai sumber baik elektronik maupun cetak serta berbagai literatur mengenai pariwisata Indonesia serta dilakukan dengan riset lapangan. Dalam penelitian ini, data-data yang akan dikumpulkan tidak dapat dilihat secara numerik karena berupa jawaban responden melalui sebuah wawancara tertulis namun, hasil jawabannya akan dikelompokkan menjadi dua yaitu respon positif dan respon negatif sehingga dapat melihat persentase dari jawaban yang diinginkan dalam penelitian. Sehingga analisa kualitatif dengan studi kasus wisatawan domestik di Indonesia ini didasarkan pada hubungan variabel yang diteliti bukan memperlihatkan sebab akibat dari suatu variabel yang dimulai dengan mereduksi data, *display data*, dan menarik kesimpulan serta verifikasi.

III. HASIL PENELITIAN

Hasil penelitian mengenai tingkat literasi dari wisata halal pada wisatawan domestik di Indonesia menunjukkan bahwa sebanyak 56,5% wisatawan telah mengetahui konsep wisata halal sedangkan sebanyak 43,5% tidak mengetahui konsep tersebut secara lebih jauh. Artinya, hasil penelitian yang mewakili seluruh wisatawan domestik di Indonesia telah memberikan gambaran bahwa sebagian besar wisatawan sudah memiliki pengetahuan mengenai pariwisata halal maupun konsep pariwisata halal bahwa konsep ini merupakan sebuah bentuk pariwisata yang berlandaskan syariat Islam namun terbuka untuk dinikmati semua kalangan dengan perbedaan agama (keyakinan). Para responden juga menyatakan bahwa pariwisata akan memberikan berbagai dampak seperti berkembangnya sektor perdagangan dan sektor penunjangnya, mampu menciptakan terbukanya lapangan pekerjaan, mampu meningkatkan infrastruktur wilayah, memperkenalkan budaya setempat, dan lain sebagainya. Hal ini sejalan dengan penelitian yang pernah dilakukan pada tahun 2018 oleh Ahmed dan Atilla bahwa pariwisata halal telah menjadi suatu industri yang mampu memberikan dampak positif dan telah menjadi suatu pilihan menarik dengan melakukan kegiatan menyenangkan tanpa harus mengorbankan agama dengan menyentuh unsur 'haram'.

Namun, hasil penelitian awal juga menunjukkan bahwa masih ada sebagian yang tidak menilai positif dengan lebih dalam mengenai pariwisata halal. Sebagian responden masih merasa bahwa pariwisata halal hanya ditujukan untuk Muslim semata bahkan mengatakan bahwa pariwisata halal menyangkut ziarah maupun mengunjungi sebuah situs agama. Hal tersebut memperlihatkan bahwa masih ada sebagian besar wisatawan yang menilai pariwisata halal seolah hanya eksklusif untuk Muslim semata sedangkan kenyataannya, hal itu tidak dapat dibenarkan karena pariwisata halal terbuka untuk semua kalangan. Apa yang terjadi tersebut sempat juga terjadi di negara lain seperti Ethiopia ketika para pemangku kepentingan menilai bahwa konsep pariwisata halal hanya untuk Muslim semata. Tentu hal ini menjadi suatu tantangan terutama untuk pemerintah dan pengembang pariwisata untuk dapat memberikan pemahaman bahwa konsep ini benar-benar terbuka untuk umum.

Dengan keadaan demikian, peneliti mencoba melakukan wawancara dengan memberikan pemahaman mengenai pariwisata halal serta bagaimana pariwisata halal dapat terbuka untuk semua kalangan. Penekanan disini adalah tentang bagaimana peneliti memperkenalkan konsep yang dilabeli kata '*halal*' namun dapat diberlakukan untuk banyak jenis pariwisata baik alam, budaya, buatan, dan lain sebagainya. Wawancara dengan memberikan pemahaman kepada responden memberikan hasil yang cukup baik sehingga mampu memberikan angka sebesar 73% bahwa responden yang mewakili wisatawan domestik di Indonesia memberikan respon yang positif. Hal itu terlihat ketika responden menyatakan bahwa konsep ini sangat baik jika dikembangkan dan diberlakukan untuk produk-produk pariwisata bukan hanya tentang destinasinya saja, mereka juga berpikir bahwa konsep ini sangat tepat agar dapat memperkenalkan Islam dengan cara yang menyenangkan terlebih kepada individu yang mungkin anti dengan Islam, dan konsep ini dianggap sangat menarik karena tidak saja diperuntukkan untuk Muslim namun untuk semua wisatawan tanpa memandang latar belakang agama. Kemudian, responden menyatakan bahwa pariwisata halal sangat ramah untuk segala usia termasuk anak-anak karena konsepnya tidak memberikan akses pada aktivitas yang mengarah pada kegiatan pornoaksi, minuman beralkohol, dan lain sebagainya serta untuk umat Muslim mampu untuk memberikan kenyamanan beribadah tanpa harus mengorbankan sesuatu yang tidak sesuai dengan syariat Islam.

Bagaimana hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden yang mewakili seluruh wisatawan domestik di Indonesia memberikan respon positif terhadap pariwisata halal. Responden memahami bahwa pariwisata halal bukan saja eksklusif untuk Muslim semata namun untuk semua agama dan pariwisata halal merupakan sebuah konsep yang mampu diadaptasi oleh berbagai produk pariwisata maupun produk penunjangnya sehingga mampu memberikan dampak positif dalam berbagai hal. Artinya, pariwisata halal dapat diterima oleh sebagian besar wisatawan

di Indonesia dan pariwisata halal mampu dikembangkan lebih jauh untuk memperkuat pariwisata nasional. Sebagaimana penelitian ini juga sejalan dengan sebuah penelitian yang dikemukakan oleh Suid dan Nor pada tahun 2017 bahwa pariwisata halal merupakan suatu konsep yang muncul secara global sebagaimana wawancara yang telah dilakukan bahwa banyak responden atau wisatawan yang memberikan respon positif.

Akan tetapi, hal yang perlu digarisbawahi mengenai apa yang pernah terjadi di negara lain bahwa masih ada kesalahpahaman mengenai konsep ini seolah hanya untuk Muslim semata. Hal tersebut juga terjadi di Indonesia karena hasil penelitian menunjukkan bahwa masih ada sebagian kecil masyarakat yang berpendapat bahwa konsep ini ditujukan untuk Muslim dan menganggap pariwisata halal merupakan kunjungan pada lokasi-lokasi keagamaan. Tidak terlepas kemungkinan dimasa sekarang maupun di masa yang akan datang bahwa masih terdapat isu-isu yang menilai negatif tentang konsep ini terutama mengenai eksklusifnya pariwisata halal untuk Muslim. Hal ini yang menjadi sebuah tantangan untuk para pengembang pariwisata, pemerintah, dan masyarakat yang sudah memahaminya untuk memberikan pengetahuan serta memberikan pemahaman mengenai konsep ini. Bagaimana interaksi berbagai pihak untuk memberikan literasi kepada masyarakat luas dengan pendekatan-pendekatan tertentu terlebih konsep ini mengusung sesuatu yang menyenangkan dengan berlandaskan nilai-nilai agama.

Seperti yang telah dilakukan peneliti bahwa sebelumnya hanya 56,5% responden yang memberikan respon positif atau memberikan jawaban-jawaban bahwa mereka memahami konsep ini sedangkan sisanya masih berpandangan bahwa konsep ini hanya untuk Muslim semata. Kemudian, peneliti mencoba mengajukan beberapa pertanyaan dengan memberikan pemahaman mengenai pariwisata halal sehingga respon positif dan pemahaman wisatawan domestik menjadi 73%. Artinya, penelitian ini dapat menjadi salah satu pertimbangan bahwa dengan memberikan pemahaman mengenai konsep ini setidaknya masyarakat dapat mulai mengerti lebih jauh tentang konsep ini dan bagaimana konsep ini digunakan dalam produk pariwisata. Walaupun penelitian ini hanya mengambil sampel sebagian kecil saja namun para pemangku kepentingan dapat mempertimbangkannya dan mencoba untuk memberikan literasi pariwisata halal dengan berbagai program hingga dapat mencakup semua wisatawan bahkan semua masyarakat Indonesia.

Dalam penelitian yang telah dilakukan, hal yang menarik dan perlu digaris bawahi dari wisata halal adalah wisata ini mampu memberikan kemudahan dan kenyamanan beribadah umat Muslim sebagaimana penelitian yang pernah dilakukan oleh Windagyo dan Kurniawan pada tahun 2015 bahwa nilai-nilai Islam harus menjadi landasan para pariwisata halal. Akan tetapi, hal yang menarik dalam pariwisata halal bahwa konsep ini tidak melupakan mengenai kenyamanan wisatawan Muslim karena sudah jelas bahwa pariwisata halal terbuka untuk umum.

Hal tersebut memperlihatkan bahwa pariwisata halal merupakan konsep pariwisata yang menguntungkan dari sisi industri pariwisata karena mampu menarik wisatawan dari latar belakang yang berbeda. Kedatangan wisatawan yang tinggi akan mampu meningkatkan pertumbuhan berbagai produk pariwisata maupun produk penunjangnya mulai dari destinasi, hotel, restoran, biro perjalanan, transportasi, perdagangan, perdagangan kecil-menengah, dan lain sebagainya. Artinya, pariwisata halal mampu menunjang berbagai sektor dan mampu untuk memperkuat perekonomian nasional. Dengan hal yang sedemikian rupa maka akan memunculkan terbukanya lapangan pekerjaan, pengenalan budaya, peningkatan arus informasi, dan lain sebagainya yang dinilai positif.

Keadaan sedemikian rupa telah menunjukkan jika pariwisata halal menjadi sebuah peluang baik bagi negara mayoritas maupun minoritas Muslim karena mampu memberikan berbagai manfaat. Pariwisata halal bukan lagi dipandang murni sebagai masalah agama namun sudah memasuki ranah bisnis dan perdagangan yang berlandaskan agama terlebih pariwisata halal merupakan sebuah komponen atau bagian dari bisnis halal. Selain itu, pariwisata halal telah mampu menciptakan sikap saling menghormati antar agama serta mampu memperkenalkan Islam dan karakter Islam dengan cara yang menyenangkan yaitu pariwisata sebagaimana hal tersebut dikemukakan dalam sebuah penelitian yang dilakukan oleh Candra pada tahun 2014 bahwa industri halal akan mampu menciptakan lingkungan untuk saling menghormati dan menciptakan kerjasama yang jujur.

IV. PENUTUP

a. Simpulan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat literasi wisatawan domestik 56,5% yang menunjukkan bahwa hanya sebagian wisatawan domestik yang memberikan respon positif bahwa pariwisata halal merupakan suatu konsep yang terbuka untuk umum atau dapat dikatakan bukan eksklusif bagi Muslim semata. Mereka sudah memiliki pengetahuan mengenai pariwisata halal maupun konsep pariwisata halal dan mengatakan bahwa pariwisata halal akan mampu memberikan berbagai manfaat serta mampu untuk memperkuat pariwisata nasional. Akan tetapi, masih ada sebagian yang memberikan respon berbeda dan beranggapan konsep ini hanya untuk Muslim semata sehingga peneliti melakukan wawancara dengan memberikan pengetahuan mengenai konsep tersebut. Hasil selanjutnya menunjukkan bahwa 73% responden yang mewakili wisatawan domestik di Indonesia memberikan tanggapan baik dan mereka juga berpikir bahwa konsep ini sangat tepat agar dapat memperkenalkan Islam dengan cara yang menyenangkan terlebih kepada individu yang mungkin anti dengan Islam. Selain itu, konsep ini dianggap sangat menarik karena tidak saja diperuntukkan untuk Muslim namun untuk semua wisatawan tanpa memandang latar belakang agama. Kemudian, responden menyatakan bahwa

pariwisata halal sangat ramah untuk segala usia termasuk anak-anak karena konsepnya tidak memberikan akses pada aktivitas yang mengarah pada kegiatan pornoaksi, minuman beralkohol, dan lain sebagainya serta untuk umat Muslim mampu untuk memberikan kenyamanan beribadah tanpa harus mengorbankan sesuatu yang tidak sesuai dengan syariat Islam.

b. Saran

Diharapkan kepada para pemangku kepentingan baik pemerintah, penyelenggara pariwisata, dan lain sebagainya agar dapat memberikan pemahaman melalui literasi atau melalui program lain untuk memberikan pengetahuan mengenai pariwisata halal bahwa konsep ini terbuka untuk umum dan mampu memberikan berbagai manfaat terutama dalam perekonomian nasional. Selain itu, diharapkan agar konsep ini dapat digunakan lebih banyak pada produk-produk pariwisata karena konsep ini mampu diadaptasi oleh berbagai produk pariwisata walaupun menggunakan agama sebagai landasannya sehingga agama dan pariwisata dapat menjadi sesuatu yang menarik dan memberikan nilai positif terhadap masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmed, M., & Atilla, A. (2018). The Potential of Halal Tourism in Ethiopia: Opportunities, Challenges, and Prospects. *International Journal of Contemporary Tourism Research*, 1, 13–22. <https://doi.org/10.30625/ijctr.397499>
- Aresteh & Eilami. (2011). The Role of Religion and Islam in the Tourism Industry of Iran. <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.1773827>
- bisnis.tempo.co. (2019). *Wisnutama Pastikan Bali dan Toba Tak Akan Jadi Wisata Halal*. <http://bisnis.tempo.co/read/1271875/wisnutama-pastikan-bali-dan-toba-tak-akan-jadi-wisata-halal/full&view=ok>
- Butler R, O'Gorman KD, Prentice R. (2012). Destination Appraisal for European Cultural Tourism to Iran. *International Journal of Tourism Research*.
- Candra. (2014). Halal Tourism: a New Goldmine for Tourism. *International Joournal of Business Management and Research IJBMR Vol 4*.
- Damayantie, Agustia R. (2018). Literasi dari Era ke Era. Universitas Negeri Yogyakarta: Pascasarjana Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia.
- Franklin, A., & Crang, M. (2001). *The Trouble With Tourism and Travel Theory* (Vol. 1). Sage Publication.
- Jaelani, A. (2017). Halal Industry in Indonesia: Potential and Prospects. *International Review of Management and Marketing*, 25–34.

- Jaelani, A. (2016). Islamic Tourism Development in Cirebon: The Study Heritage Tourism in Islamic Economic Perspective. *Journal of Economics Bibliography*. <http://mpr.ub.uni-muenchen.de/74833/>
- Judisseno, K Rimsky. (2017). *Aktivitas dan Kompleksitas Kepariwisata: Mengkaji Kebijakan Pembangunan Kepariwisata*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama
- Kassem Sanad & Scott. (2010). *Tourism and Islamic Law: Tourism in the Muslim World*.
- Kementerian Pariwisata. (2019). Statistik Kedatangan Wisatawan [Organization]. *Kementerian Pariwisata Republik Indonesia*. kemenpar.go.id
- Kementerian Pariwisata. (2015). *Laporan Akhir: Kajian Pengembangan Pariwisata Syariah*.
- Kementerian Pariwisata. (2019). *Perjalanan Wisatawan Domestik 2019*. kemenpar.go.id
- Kementerian Pariwisata. (2020). kemenpar.go.id
- Kern, R. (2000). *Literacy and Language Teaching*. Oxford University Press.
- Putra, dkk. (2016). Understanding Muslim Customer Satisfaction With Halal Destinations: The Effect of Traditional and Islamic Values. *The European Proceedings of Social & Behavioural Sciences EpSBS*.
- Rahman, Muhammad K. (2014). Motivating Factors of Islamic Tourist's Destination Loyalty: An Empirical Investigation in Malaysia. *Journal of Tourism and Hospitality Management* 2(1).
- Samori Z, Md Salleh, & Khalid. (2016). Current Trends in Halal Tourism: Cases on Selected Asian Countries. *Tourism Management Perspectives*. <http://dx.doi.org/10.1016/j.tmp.2015.12.011>
- Suid, I., & Nor, N. (2017). A Review on Islamic Tourism and Practical of Islamic Attributes of Destination in Tourism Business. *International Journal in Business and Social Sciences*, 7(12). <https://doi.org/10.6007>
- The Literacy and Numeracy Secretariat. (2009). *Capacity Building Series*. <http://edu.gov.on.ca/eng/inspire/html>.
- Thirunoorthi, T., & Wong, B. (2015). *Tourism Theori*.
- Othman & Jamal. (2017). Innovative System Indicators for Islamic Tourism Using C-PEST Factors. *Journal of Tourism & Hospitality*. doi.org/10.4172
- UNWTO. *UN-World Tourism Organization*. unwto.org
- UU No 10 Tahun 2009. *Undang-undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata*.

- Widagdyo, & Kurniawan. (2015). Analisis Pasar Pariwisata Halal Indonesia. *The Journal of Tauhidinomics*, 1(1), 73–80.
- Wells, B. (1987). Apprenticeship in Literacy. *The Ontario Institute for Studies in Education, Canada*. <http://doi.org/10.1007/BF01807064>