

# INDONESIA MENGHADAPI WISATA HALAL

Oleh :

**Minta Harsana,M.Sc**

Program Studi Pendidikan Teknik Boga Busana

Universitas Negeri Yogyakarta

E-mail: Minta\_Harsana@uny.ac.id

## **Abstrak**

Potensi pariwisata suatu daerah dengan beragam mulai dari keindahan alam, adat istiadat atau budaya dan keramah tamahan penduduknya harus didukung kesiapan sarana dan prasarana pendukungnya hal ini sangat ideal sekali dalam proses perencanaan dan pengembangan pariwisata suatu destinasi pariwisata kedepannya dan dapat dijadikan sebagai mesin penghasil devisa bagi suatu daerah dimana pariwisata itu berkembang. Tujuan Kajian Ini adalah **Bagaimana Indonesia dalam menghadapi Wisata Halal ?**

Dengan kajian pustaka untuk mencari data-data tentang potensi pariwisata di Indonesia, pengertian wisata halal dari buku, makalah, jurnal, dan internet. Hasil kajian adalah Indonesia sebagai negara yang berpenduduk muslim terbesar 200 Juta orang (80% dari total jumlah penduduk), namun kenyataannya Indonesia sebagai negara muslim terbesar masih belum bisa menjadi produsen dan lebih banyak menjadi pasar bagi negara-negara penyedia berbagai produk halal dari negara-negara muslim dan non muslim. Hal ini dikarenakan Indonesia belum mempunyai road map/ grand design dalam mengembangkan sektor-sektor halal tersebut

*Keyword: potensi, budaya, pariwisata, pariwisata Indoneisa, pariwisata halal*

## **A. Latar Belakang**

Seiring dengan pesatnya kemajuan ekonomi kaum muslimin di dunia, kebutuhan umat muslim dunia untuk berwisata juga semakin meningkat. Berdasarkan Global Islamic Economy Report 2016-2017 lebih dari 300 juta umat muslim berwisata setiap tahunnya di luar haji dan umroh. Berwisata bagi umat muslim selain Haji, wajib bagi yang mampu, tetapi juga sangat disarankan. Oleh sebab itu wisata umroh, dan ziarah sangat berkembang dewasa ini dengan berbagai macam fasilitas dan keragamannya.

Secara hakiki wisata halal ini dianjurkan seperti dalam Al-Quran Surat Al Jumu'ah (62) : 10 ***"Apabila telah ditunaikan shalat, maka bertebaranlah kamu di muka bumi; dan carilah karunia Allah, dan ingatlah Allah banyak-banyak, supaya kamu beruntung."***

Dan Surat Al Qof (50) : 7-8 ***"Dan Kami hamparkan bumi itu dan Kami letakkan padanya gunung-gunung yang kokoh dan Kami tumbuhkan padanya segala macam tanaman yang indah dipandang mata, untuk menjadi pelajaran dan peringatan bagi tiap-tiap hamba yang kembali (mengingat Allah) "***

Seperti dikatakan sebelumnya Indonesia sebagai negara muslim terbesar dan mempunyai banyak destinasi wisata yang beragam menjadi tempat yang menarik untuk dikunjungi wisatawan muslim dunia. Menurut Kh. Ma'ruf Amin (Ketua Umum MUI/ Rais Aam) Islam yang tumbuh di Indonesia adalah Islam yang moderat atau *wassatiyah*, yang toleran damai dan indah. Tidak heran bila kita memenangkan berbagai award Halal Tourism.

Sebenarnya wisata halal itu bisa dilaksanakan di wilayah destinasi mana saja, karena hal itu merupakan “*extended services*” bagi kaum muslim. Dari sisi bisnis juga memperluas jangkauan bisnis, oleh karena itu Malaysia, Singapura, Thailand, Korea dan lain sebagainya yang sudah menyediakan panduan online maupun offline/guide book bagi muslim traveller yang berkunjung ke negara-negara tersebut sebagai tambahan pelayanan. Sebagai contoh hotel Mandarin di Kualal Lumpur dan Singapura yang saat ini tidak menawarkan makanan yang mengandung Babi, karena mereka ingin mendapatkan 2 segmen pasar, yaitu muslim dan non muslim.

Berita menarik akhir-akhir ini adalah kedatangan Raja Salman dari Saudi Arabia yang membawa hingga 1500 rombongannya ke Indonesia. Raja Salman juga lebih memilih destinasi wisata di Pulau Bali, yang kita ketahui bukan berpenduduk mayoritas muslim seperti di Sumatera Barat atau NTB. Hal ini dikarenakan elemen-elemen pendukung pariwisata di Bali sudah sangat berkembang pesat dan sudah siap dalam melayani rombongan Raja Arab yang berjumlah ribuan, yang jadi persoalan ialah logistic terutama makanan halal yang masih dibawa dari Saudi Arabia yang mencapai 459 Ton untuk kebutuhan Raja dan rombongannya selama berlibur di Indonesia.

Dari penjelasan di atas dapat disimpulkan bahwa potensi pariwisata suatu daerah dengan beragam mulai dari keindahan alam, adat istiadat atau budaya dan keramahan penduduknya harus didukung kesiapan sarana dan prasarana pendukungnya hal ini sangat ideal sekali dalam proses perencanaan dan pengembangan pariwisata suatu destinasi pariwisata kedepannya dan dapat dijadikan sebagai mesin penghasil devisa bagi suatu daerah dimana pariwisata itu berkembang. Oleh sebab itu **Bagaimana Prospek Indonesia dalam menghadapi Wisata Global ?**

## **B. Pembahasan**

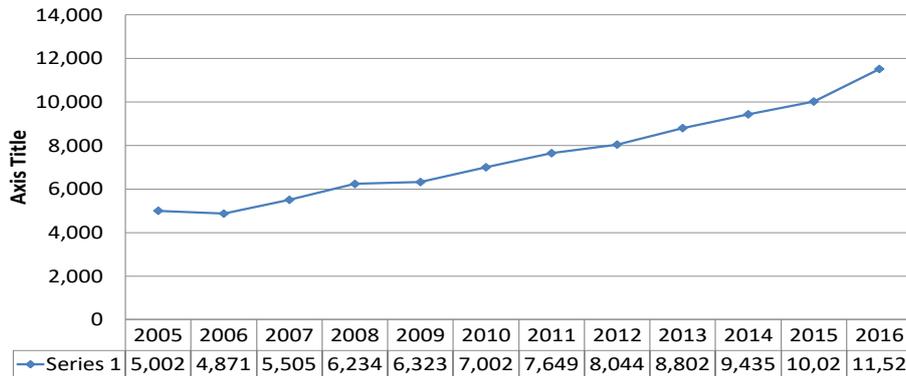
### **1. Pariwisata Indonesia**

Indonesia tentu sebagai negara yang mempunyai keindahan alam yang luar biasa indah, Indonesia juga diakui negara yang mempunyai *Mega Bio Diversity*. Demikian pula dengan kekayaan dan keragaman budaya Indonesia yang diakui oleh masyarakat dunia. Berbagai budaya dan warisan budaya seperti Candi Borobudur, Candi Prambanan, Wayang Kulit, Keris, Batik dan lain sebagainya sudah diakui oleh badan dunia UNESCO.

Hampir 17 ribu pulau dari Sabang sampai Merauke tidak dapat dipungkiri merupakan kekayaan alam yang dapat dimanfaatkan untuk aktivitas wisata bahari. Wisata bahari di samping merupakan kegiatan wisata yang paling digemari oleh masyarakat dunia, tetapi juga mempunyai nilai tambah dan nilai jual yang tinggi seperti *diving, sailing, cruise ship, surfing dan fishing* dan lain sebagainya. Hampir setiap pulau mempunyai potensi dikembangkan wisata bahari. Namun hingga saat ini sayangnya kita belum mempunyai *integrated cruise (yacht) terminal* yang memadai untuk kapal pesiar yang besar atau kecil yang datang berlabuh ke Indonesia.

Indonesia juga kaya wisata alam lainnya seperti gunung, sungai, danau, hutan, air terjun dan gua. Bahkan yang terakhir wisata gua belum banyak dikembangkan di Indonesia. Data yang disajikan dibawah ini menggambarkan perkembangan pariwisata Indonesia dan kontribusi bagi Indonesia. Belum kekayaan budaya Indonesia yang bernilai tinggi di daerah yang belum dikelola dengan baik, merupakan daya tarik bagi wisatawan mancanegara dan wisatawan nusantara.

**IN 2016, INTERNATIONAL TOURIST ARRIVALS TO INDONESIA SET HIGHEST RECORD NUMBER OF 11,520 MILLION**



The growth of INDONESIA tourism sector was **8.6%**  
**surpassed** World Growth of only **4,6%**.

Source : Central Statistics Bureau, 2017

Dari grafik di atas dapat dilihat bila industri pariwisata Indonesia mengalami perkembangan yang cukup baik. Sejak Visit Indonesia Year 2008 dicanangkan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia mengalami kenaikan yang cukup pesat dari 6 juta wisman di tahun 2009 dan di tahun 2016 mencapai 11.5 juta wisman, sehingga ada kenaikan sekitar 8,6 % pertahun dan bila di bandingkan dengan pertumbuhan pariwisata global yang naik 4,6%, Indonesia mempunyai pertumbuhan yang lebih tinggi. Kunjungan wisatawan mancanegara 11.52 Juta ini berdampak sumbangan pariwisata sebesar 90 Milyar dollar atau sekitar 14 Triliyun rupiah, dan menempatkan pariwisata pada 4 besar penghasil devisa selain Minyak bumi, gas, batu bara dan kelapa sawit. Seperti terlihat dalam grafik di bawah ini.

**PEROLEHAN DEvisa INDONESIA MENURUT LAPANGAN USAHA**

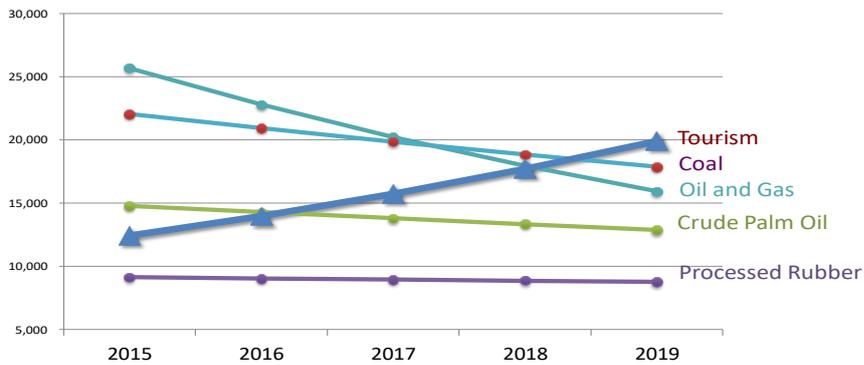


No	2013		2014		2015	
	Jenis Komoditas	Nilai (juta USD)	Jenis Komoditas	Nilai (juta USD)	Jenis Komoditas	Nilai (juta USD)
1	Minyak & gas bumi	32,633.2	Minyak & gas bumi	30,318.8	Minyak & gas bumi	18,906.7
2	Batu bara	24,501.4	Batu bara	20,819.3	Batu bara	16,359.6
3	Minyak kelapa sawit	15,839.1	Minyak kelapa sawit	17,464.9	Minyak kelapa sawit	15,485.0
<b>4</b>	<b>Pariwisata</b>	<b>10,054.1</b>	<b>Pariwisata</b>	<b>11,166.3</b>	<b>Pariwisata</b>	<b>12,578.6</b>
5	Karet olahan	9,316.6	Pakaian jadi	7,450.9	Pakaian jadi	7,340.5
6	Pakaian jadi	7,501.0	Karet olahan	7,021.7	Makanan olahan	6,351.2
7	Alat listrik	6,418.6	Makanan olahan	6,486.8	Karet olahan	5,997.4
8	Makanan olahan	5,434.8	Alat listrik	6,259.1	Alat listrik	5,713.3
9	Tekstil	5,293.6	Tekstil	5,379.7	Tekstil	5,048.8
10	Kertas dan barang dr kertas	3,802.2	Kayu olahan	3,914.1	Kertas dan barang dr kertas	3,647.5
11	Kayu olahan	3,514.5	Bahan kimia	3,853.7	Kayu olahan	3,448.9
12	Bahan kimia	3,501.6	Kertas dan barang dr kertas	3,780.0	Bahan kimia	2,871.7

Bila kita perhatikan grafik diatas jelas bahwa sektor sumber daya alam trendnya semakin menurun dan akan habis. Sedangkan sektor pariwisata dari tahun ke tahun semakin meningkat.

**FOREIGN EXCHANGE EARNINGS**

**PROJECTION OF MAIN SECTORS' FOREIGN EXCHANGE EARNINGS IN INDOONESIAN ECONOMY**



Sumber: Ministry of Tourism, 2014

Sedangkan wisatawan nusantara juga mengalami pertumbuhan yang luar biasa. Bila kita melihat jumlah wisatawan pada tahun 2001 tercatat sebesar 195 Juta maka pada tahun 2016 tercatat sekitar 260 Juta wisatawan, diperkirakan kelas menengah yang terus tumbuh

dan hal ini berdampak nilai tambah terhadap jumlah pengeluaran dan jumlah wisatawan yang semakin tinggi.

Oleh karena itu investasi di sektor pariwisata dinilai berpeluang besar, hanya saja saat ini masih terpusat di kota-kota seperti Bali, Yogyakarta, Bandung, Jakarta dan Batam disamping pengembangan 10 Destinasi Pariwisata Terpadu antara lain Mandalika (NTB), Pulau Morotai (Maluku Utara), Tanjung Kelayang (Bangka Belitung), Danau Toba (Sumatera Utara), Wakatobi, (Sulawesi Tenggara), Borobudur (Jawa Tengah), Kep Seribu (DKI Jakarta), Tanjung Lesung (Banten), Bromo Tengger Semeru (Jawa Timur) dan Labuan Baju (NTT).

Disamping diperlukannya perbaikan infrastruktur dan aksesibilitas serta aturan yang memberikan situasi yang kondusif bagi para investor, diperlukan juga kebersihan dan kesehatan di setiap destinasi serta peningkatan ICT yang terkini sehingga pariwisata Indonesia dapat berkompetisi baik secara regional maupun internasional. Saat ini indeks daya saing pariwisata Indonesia sudah meningkat dari rangking ke 70 menjadi rangking ke 50.

## **2. Pengertian Pariwisata Halal**

Pariwisata halal adalah bagian dari industri pariwisata yang ditujukan untuk wisatawan Muslim. Pelayanan wisatawan dalam pariwisata halal merujuk pada aturan-aturan Islam. Salah satu contoh dari bentuk pelayanan ini misalnya Hotel yang tidak menyediakan makanan ataupun minuman yang mengandung alkohol dan memiliki kolam renang serta fasilitas spa yang terpisah untuk pria dan wanita.

Selain hotel, transportasi dalam industri pariwisata halal juga memakai konsep Islami. Penyedia jasa transportasi wajib memberikan kemudahan bagi wisatawan muslim dalam pelaksanaan ibadah selama perjalanan. Kemudahan ini bisa berupa penyediaan tempat

sholat di dalam pesawat, pemberitahuan berupa pengumuman maupun adzan jika telah memasuki waktu sholat selain tentunya tidak adanya makanan atau minuman yang mengandung alkohol dan adanya hiburan Islami selama perjalanan.

### **3. Peluang Baru Halal Lifestyle & Halal tourism**

Persoalan “*Halal*” saat ini bukan saja menjadi bagian dari tuntutan agama Islam, tetapi lebih dari itu sudah menjadi tren gaya hidup (“*halal Lifestyle*”). Bahkan tren ini sudah mengglobal. Mengapa ? karena diyakini gaya hidup halal itu didasari keinginan hidup sehat. Oleh sebab itu gaya hidup halal juga disebut *healthy lifestyle*.

Kalau kita terjemahkan secara umum “*Halal Life Style*” berarti gaya hidup halal, dalam perspektif islam kata halal di sampaikan dengan Thayiban : “*Hallalan Thayiban*” berarti halal dan baik yang bermakna secara Aqidah (spiritual) gaya hidup yang sesuai dengan ajaran islam dan berarti juga sesuatu yang baik. Contohnya gaya hidup yang halal dan baik adalah memakan makanan yang halal “*Halal Food*”. Makanan halal berarti juga baik (*good food*) dan sehat (*healthy food*). Tentu makanan halal dapat juga dikonsumsi oleh non-muslim, sehingga makanan halal (*halal food*) itu tidak eksklusif bagi umat islam saja, tetapi menjadi inklusif bagi seluruh manusia “*Rahmatan Lil Alamin*”.

Tentu gaya hidup ini dapat diterima juga oleh kaum non muslim seperti *halal food* diterima sebagai *healthy food*. Oleh karena itu seorang pakar pemasaran dari inggris bernama Jonathan A.J. Wilson atau biasa disapa John Bilal menyebutnya *halal is a brand*.

Pendapat pakar produk halal Prof. Winai Dahlan bahkan mengatakan bahwa produk halal itu “*lawful, healthy and safety product*”.

Halal lifestyle sudah menjadi *trend* masyarakat islam global, baik yang tinggal di negara-negara berpenduduk mayoritas muslim maupun yang relatif sedikit. Hal ini karena semakin meningkatnya kesadaran masyarakat muslim menjalankan kehidupan sesuai dengan tuntutan syariah islam. Lifestyle juga sudah menjadi bagi masyarakat (Prof. Alexander Chernev).

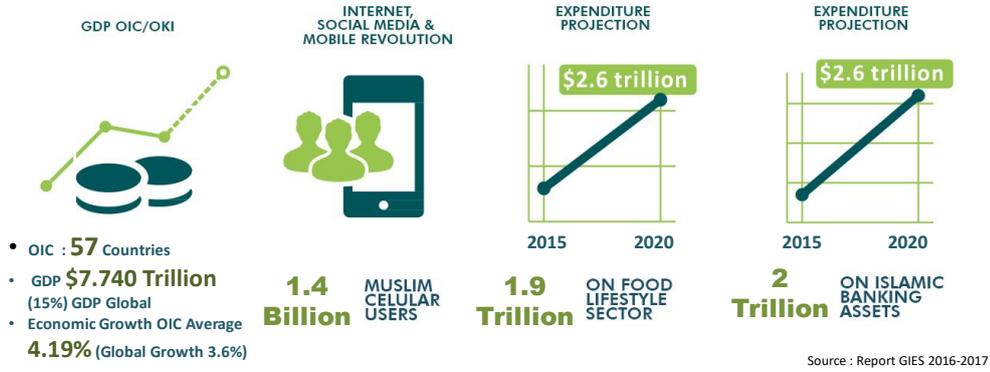
Penyebab lain, Paul Temporal dalam buku *Islamic Branding* (2011) *“by way of response, Islamic audiences love western brands, but there are main reasons why they wish their own.*

- 1. Western brands are often not complain with Islamic values (or their ethical base) – for instance, in hospitality, food and beverage, Pharmaceutical and medical products and services markets.*
- 2. Islamic countries want to create their own global brands, which they see as strategic business assets and national brand ambassadors*
- 3. The growth of the educated middle class in muslim-minority and majority cultures and countries has created an impetus for developing business, products and services that are competitive with the long-established and accepted brands.*

# Global Islamic Economy (2016)

## OIC Countries

### Economic Growth, Mobile Phone Penetration, GDP & Projections



**Gambar 11 Global Islamic Economy Overview**

Sumber : *Global Islamic Economy Report 2016-2017*

Dari perspektif ekonomi dan bisnis, penduduk muslim dunia yang telah mencapai 1.8 Milyar orang (25% dari penduduk dunia) dan mempunyai GDP mencapai \$7.740 Trillion US Dollar merupakan potensi yang sangat besar didalamnya juga terdapat 1.4 Milyar muslim cellular yang termasuk dalam generasi milineal yang perilaku konsumsinya tak jauh dari lingkup dunia teknologi. Arancha González, Executive Director International Trade Centre mengatakan bahwa *“Muslims are the fastest growing consumer segment in the world. Any company that is not considering how to serve them is missing a significant opportunity to affect both its top and bottom line growth”*.

Ada 10 sektor yang memiliki kontribusi ekonomi bisnis yang diperkirakan akan terus meningkat, menurut laporan dari State of the Global Islamic Economy 2016-2017 kontribusi sektor-sektor halal lifestyle antara lain Halal Food (\$ 1,173 Billion), Travel/ Tourism ( \$ 151 Billion), *Clothing and Fashion* ( \$ 243 Billion), *Pharmaceutical* ( \$ 78 Billion), *Cosmetics* (\$

56 Billion), *Media and Recreation* (\$ 189 Billion), *Medical Wellness, Art and Culture* dan *Education*. Tentu ini mempunyai peluang bagi industri untuk menyiapkan produk dan jasa yang diperlukan.

Indonesia sendiri sebagai negara yang berpenduduk muslim terbesar 200 Juta orang (80% dari total jumlah penduduk), namun kenyataannya Indonesia sebagai negara muslim terbesar masih belum bisa menjadi produser dan lebih banyak menjadi pasar bagi negara-negara penyedia berbagai produk halal dari negara-negara muslim dan non muslim. Hal ini dikarenakan Indonesia belum mempunyai *road map/ grand design* dalam mengembangkan sektor-sektor halal tersebut

Pariwisata di Indonesia merupakan sektor yang terus tumbuh dan mempunyai kontribusi penting terhadap ekonomi. Pariwisata bisa menjadi sektor yang mempunyai peran dalam pengembangan sektor – sektor halal lifestyle lainnya dikarenakan pariwisata mempunyai *multiflier effect* yang luas. Sehingga sektor pariwisata bisa tumbuh berkembang dan sebagai wahana halal lifestyle seperti sektor perbankan, industry kreatif, budaya, pendidikan, IT dan lain sebagainya.

### **C. KESIMPULAN**

Indonesia sejak 2008 mengalami kenaikan kunjungan wisatawan yang cukup signifikan. Kunjungan wisatawan mancanegara yang menembus angka 11.52 juta menyumbang negara sebesar 90 Milyar Dollar. Kemajuan ekonomi muslim dunia berdampak pula terhadap kebutuhan umat muslim untuk berwisata. Indonesia sebagai negara muslim terbesar dan mempunyai banyak potensi wisata yang beragam menjadi tempat yang menarik untuk dikunjungi umat muslim di dunia. Kekayaan wisata tersebut juga harus didukung dengan kesiapan sarana dan prasarana pendukung yang ideal untuk proses

perencanaan dan pengembangan pariwisata suatu destinasi wisata agar menjadi mesin penghasil devisa bagi suatu daerah dimana pariwisata itu berkembang.

Pariwisata halal merupakan bagian dari industri pariwisata yang di tujukan untuk wisatawan muslim. Pelayanan wisata ini merujuk kepada aturan-aturan Islam. Persoalan “halal” tidak saja menjadi bagian tuntutan agama Islam, namun sudah berkembang menjadi gaya hidup, karena gaya hidup halal didasari keinginan hidup sehat. Namun demikian meskipun indonesia memiliki sektor wisata yang terus tumbuh dan sebagai negara muslim terbesar belum bisa menjadi produsen untuk menyiapkan produk dan jasa yang mendukung untuk pariwisata halal. Hal ini perlu dikembangkan lagi dan memerlukan kajian mendalam untuk mendukung pariwisata halal tersebut agar dapat menjadi produsen dan meraup devisa lebih besar dari sektor wisata

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Ateljevic, Jovo dan Page, Stephen J. 2009. Tourism and Entrepreneurship “International Perspectives”. Burlington : El Sevier Butterworth Heinemann.
- Abraham, Joe. 2011. Entrepreneurial DNA. New York : McGraw Hill.
- Bolton, John dan Thompson, John. 2000: Entrepreneurs : Talent, Temprament, Technique. Oxford : Butterworth Heinemann
- Brabandere, Luc De dan Iny, Alan. 2013. A New Paradigm Creativity “Thinking in New Boxes”. New York : Random House.
- Bowie, David dan Buttle Francis. 2004. Hospitality Marketing An Introduction. Burlington : El Sevier Butterworth Heinemann.
- Deakins, David dan Freel, Mark. 2009 Edisi ke 5. Entrepreneurship and Small Firms. London : The McGraw Hills Company.
- Erisman, Porter. 2015. Alibaba’s World. London : Macmillan.
- Fayolle, Allain. 2007. Entrepreneurship and New Value Creation. New York : Cambridge University Press.
- Harvard Business Review on Entrepreneurship Edition 1999.
- Holt, Douglas dan Cameron, Douglas. 2014. Cultural Strategy. Jakarta : PT. Elex Media Komputindo.
- Johnson, Kevin. 2013. The Entrepreneur Mind. Atlanta : Johnson Media.
- Jacobs, Steve. 2013. The Behavior Breakthrough “Leading your Organization to a New Competitive Advantage”. Austin : Greenleaf Book Group Press.
- Kartajaya, Hermawan dan Nirwandar, Saptia. 2014. Tourism Marketing 3.0. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kartajaya, Hermawan. 2015. Marketing in Challenging Times. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.
- Kotler, Philip., Kartajaya, Hermawan, dan Den Huan, Hooi. 2016
- King, Carl. 2011. So, You’re a Creative Genius. Studio City : Wiese Production.
- Kebijakan Pembangunan Bidang Pariwisata oleh Dr. Ir. Arief Yahya, M.Sc.
- Murphy, Bill Jr. 2010. The Intelegent Entrepreneur. New York : Henry Holt and Company

McGinnis, Patrick J. 2016. The 100 Entrepreneur. London : Penguin Random House.

Nirwandar, Sapta. 2014. Building WOW Indonesia Tourism and Creative Industry. Jakarta : PT. Gramedia Pustaka Utama.

Suryana, Yuyus dan Bayu, Kartib. 2011. Kewirausahaan “Pendekatan Karakteristik Wirausahawan Sukses”. Jakarta : Kencana Prenada Media Group.

Temporal, Paul. 2011. Islamic Branding and Marketing. Singapore : John Wiley & Sons Asia

UNWTO Tourism Highlight edition 2016.

WTTC Economy Impact 2016.

<https://studipariwisata.com/referensi/pariwisata-halal/>

<http://www.tribunnews.com/wonderful-indonesia/2016/10/08/menpar-arief-yahya-serahkan-anugerah-pariwisata-halal-2016>