

**SKRIPSI**

**PENGARUH JUMLAH KUNJUNGAN WISATA SYARIAH  
TERHADAP PRODUK DOMESTIK REGIONAL BRUTO  
(PDRB) (STUDI KASUS DI BANDA ACEH DAN ACEH  
BESAR)**



**Disusun Oleh:**

**MAULIDA  
NIM. 150602111**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH  
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY  
BANDA ACEH  
2020M/1441H**

## LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH

Yang bertandatangan di bawah ini

Nama : Maulida  
NIM : 150602111  
Program Studi : Ekonomi Syariah  
Fakultas : Ekonomi dan Bisnis Islam

Dengan ini menyatakan bahwa dalam penulisan SKRIPSI ini, saya:

- 1. Tidak menggunakan ide orang lain tanpa mampu mengembangkan dan mempertanggungjawabkan.***
- 2. Tidak melakukan plagiasi terhadap naskah karya orang lain.***
- 3. Tidak menggunakan karya orang lain tanpa menyebutkan sumber asli atau tanpa izin pemilik karya.***
- 4. Tidak melakukan manipulasi dan pemalsuan data.***
- 5. Mengerjakan sendiri karya ini dan mampu bertanggungjawab atas karya ini.***

Bila di kemudian hari ada tuntutan dari pihak lain atas karya saya, dan telah melalui pembuktian yang dapat dipertanggung jawabkan dan ternyata memang ditemukan bukti bahwa saya telah melanggar pernyataan ini, maka saya siap untuk dicabut gelar akademik saya atau diberikan sanksi lain berdasarkan aturan yang berlaku di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya.

Banda Aceh, 13 Agustus 2020

Yang Menyatakan,



Maulida

## PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

### **Pengaruh Jumlah Kunjungan Wisata Syariah Terhadap Produk Regional Domestik Bruto (PDRB) (Studi Kasus di Banda Aceh dan Aceh Besar)**

Disusun Oleh:

Maulida  
NIM. 150602111

Disetujui untuk disidangkan dan dinyatakan bahwa isi dan formatnya telah memenuhi syarat penyelesaian Program Studi  
Ekonomi Syariah  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh

Pembimbing I

Dr. Nilam Sari, M.Ag  
NIP. 197103172008012007

Pembimbing II

Hafizh Maulana, SP., S.HI., ME  
NIDN. 2006019002

Mengetahui  
Ketua Program Studi Ekonomi Syariah, 

Dr. Nilam Sari, M.Ag  
NIP. 197103172008012007

## PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI

### **Pengaruh Jumlah Kunjungan Wisata Syariah Terhadap Produk Regional Domestik Bruto (PDRB) (Studi Kasus di Banda Aceh dan Aceh Besar)**

Maulida

NIM. 150602111

Telah Disidangkan Oleh Dewan Penguji Skripsi  
Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh  
dan Dinyatakan Lulus serta Diterima Sebagai Salah Satu Syarat  
Untuk Menyelesaikan Program Studi Strata Satu (S-1) dalam  
Bidang Ekonomi Syariah

Pada Hari/Tanggal: Kamis, 13 Agustus 2020 M  
25 Dzulqaidah 1441 H

Banda Aceh  
Tim Penilai Seminar Hasil Skripsi

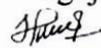
Ketua

  
Dr. Nilam Sari, M.Ag  
NIP. 19710317200801200

Sekretaris

  
Hafiihz Marjana, SP., S.HI., ME  
NIDN. 2006019002

Penguji I

  
Khairul Amri, SE, M.Si  
NIDN. 0106077507

Penguji II

  
Dara Amanatillah, M.Sc.Finn  
NIDN. 2022028705

Mengetahui  
Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam  
UIN Ar-Raniry Banda Aceh

  
Dr. Zaki Fuad, M.Ag  
NIP. 196403141992031003



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH  
UPT. PERPUSTAKAAN

Jl. Syekh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh  
TELP. 0651-7552921, 7551857, FAX. 0651-7552922

web:www.library.ar-raniry.ac.id, email:library@ar-raniry.ac.id

**FORM PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASIKARYA ILMIAH  
MAHASISWA UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIK**

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama lengkap : Maulida  
NIM : 150602111  
Fakultas/jurusan : Ekonomi Dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah  
E-mail : maulidazaldi07@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada UPT Perpustakaan Universitas Islam Negeri (UIN) Ar-Raniry Banda Aceh, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif (*Non-Exclusive Royalty-Free Right*) atas karya ilmiah :

Tugas akhir     KKU     Skripsi     .....

Yang berjudul:

**Pengaruh Jumlah Kunjungan Wisata Syariah Terhadap Produk Regional Domestik Bruto (PDRB) (Studi Kasus di Banda Aceh dan Aceh Besar)**

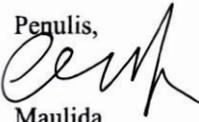
Beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini, UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh berhak menyimpan, mengalih-media formatkan, mengelola, mendiseminasikan, dan mempublikasikannya di internet atau media lain.

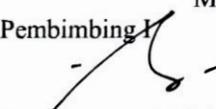
Secara *fulltext* untuk kepentingan akademik tanpa perlu meminta izin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis, pencipta dan atau penerbit karya ilmiah tersebut.

UPT Perpustakaan UIN Ar-Raniry Banda Aceh akan terbebas dari segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Dibuat di : Banda Aceh  
Pada tanggal : 13 Agustus 2020

Penulis,  
  
Maulida

Mengetahui,  
Pembimbing I  
  
Dr. Nilam Sari, M.Ag  
NIP. 19710317200801200

Pembimbing II  
  
Harizn Maulana, SP., S.HI., ME  
NIDN. 2006019002

## LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN

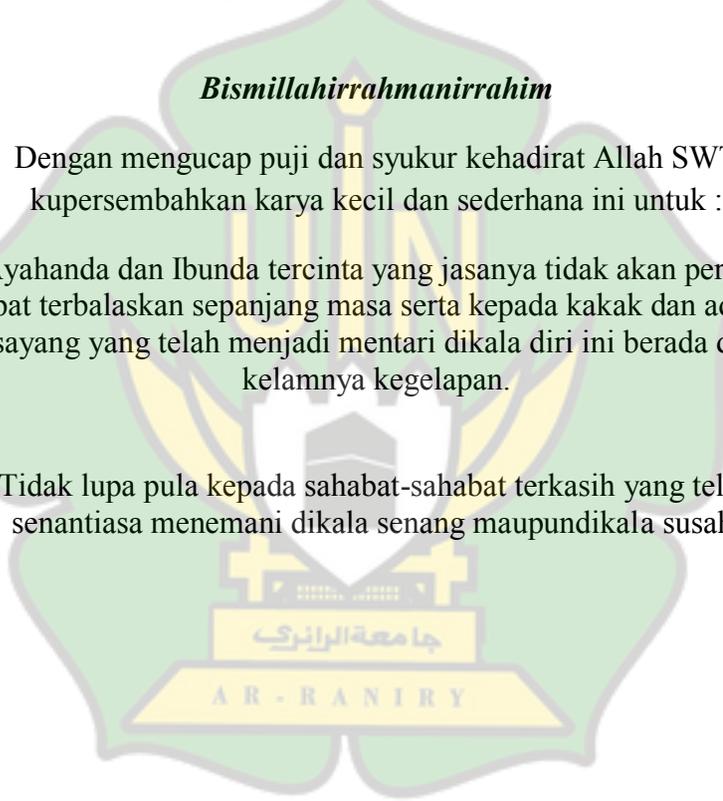
*“Allah tidak membebani seseorang melainkan sesuai dengan kesanggupannya.”- (Q.S Al-Baqarah [2]: 286)*  
*"Waktu bagaikan pedang. Jika engkau tidak memanfaatkannya dengan baik (untuk memotong), maka ia akan memanfaatkanmu (dipotong)."- (H.R. Muslim)*

### ***Bismillahirrahmanirrahim***

Dengan mengucapkan puji dan syukur kehadiran Allah SWT kupersembahkan karya kecil dan sederhana ini untuk :

Ayahanda dan Ibunda tercinta yang jasanya tidak akan pernah dapat terbalaskan sepanjang masa serta kepada kakak dan adikku tersayang yang telah menjadi mentari dikala diri ini berada dalam kelamnya kegelapan.

Tidak lupa pula kepada sahabat-sahabat terkasih yang telah senantiasa menemani dikala senang maupundikala susah.



## KATA PENGANTAR



Alhamdulillah puji dan syukur penulis panjatkan ke hadirat Allah SWT, dimana dengan berkat rahmat Allah SWT yang telah memberikan kesehatan dan kesempatan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Shalawat beserta salam kepada Nabi Muhammad SAW. Rasulullah terakhir yang diutus dengan membawa syari'ah yang mudah, penuh rahmat, dan yang telah membawa peradaban dari alam *jahiliyah* (kebodohan) ke alam yang penuh dengan ilmu pengetahuan.

Dengan izin Allah SWT serta bantuan semua pihak penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi ini yang berjudul **“Pengaruh Jumlah Kunjungan Wisata Syariah Terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) (Studi Kasus di Banda Aceh dan Aceh Besar)”** Skripsi ini disusun dalam rangka memenuhi salah satu syarat guna mencapai gelar sarjana pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam. Penulis telah berusaha semaksimal mungkin sesuai dengan kemampuan yang ada agar skripsi ini dapat tersusun sesuai harapan. Sesuai dengan fitrahnya, manusia diciptakan Allah sebagai makhluk yang tidak luput dari kesalahan dan kekhilafan, maka dalam skripsi yang penulis susun ini belum mencapai tahap kesempurnaan.

Alhamdulillah skripsi ini telah selesai, tentunya tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak baik secara moral maupun

secara materil. Penulis mengucapkan terimakasih dan penghargaan yang sebesar-besarnya kepada:

1. Dr. Zaki Fuad, M.Ag selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry, Dr. Hafas Furqani, M.Ec selaku Wakil Dekan I, Dr. Muhammad Zuhilmi, S.Ag., MA selaku Wakil Dekan II dan Dr. Analiansyah, MA selaku Wakil Dekan III Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry.
2. Dr. Nilam Sari, Lc., M.Ag selaku Ketua Program Studi Ekonomi Syariah dan Cut Dian Fitri, S.E., M.Si., Ak., CA selaku Sekretaris Program Studi Ekonomi Syariah.
3. Muhammad Arifin, M.Ag., Ph.D dan Rina Desiana, M.E selaku dosen perwakilan Prodi Ekonomi Syariah di Laboratorium Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh.
4. Dr. Nilam Sari, M.Ag selaku pembimbing I dan Hafiizh Maulana, SP., S.HI., ME selaku pembimbing II yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga dan pemikirannya dalam membimbing penulis.
5. Khairul Amri, SE, M.Si selaku penguji I dan Dara Amanatillah, M.Sc.Fin selaku penguji II yang telah banyak meluangkan waktu dan memberikan masukan kepada penulis.
6. Dr. Nilam Sari, M.Ag selaku Penasehat Akademik (PA) penulis selama menempuh pendidikan di Program Studi

Strata Satu (S1) Ekonomi Syariah Segenap Dosen dan staf akademik Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam yang telah banyak membantu dan memberikan ilmu kepada penulis.

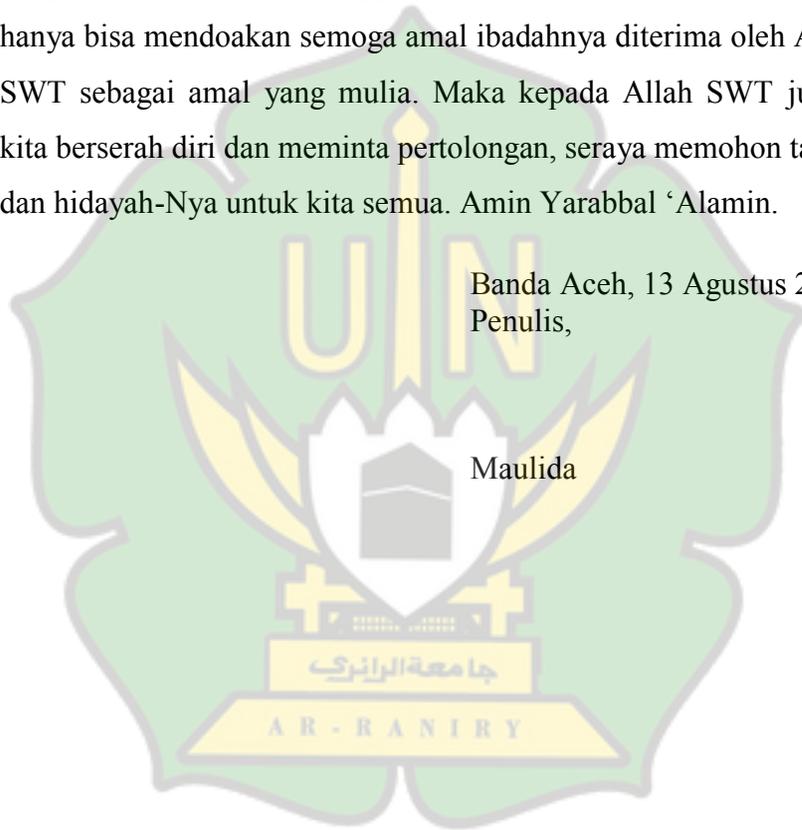
7. Seluruh dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh, yang telah berkenan memberi kesempatan, membina, serta memberikan kemudahan kepada penulis dalam menimba ilmu pengetahuan sejak awal kuliah sampai dengan penyelesaian skripsi ini.
8. Seluruh staf tata usaha Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, atas kesabaran dalam memberikan pelayanan.
9. Orang tua yang sangat penulis cintai, Bapak Zaldi dan Ibu Ajirawati, yang selalu mendo'akan dan memberikan semangat serta dorongan kepada penulis hingga skripsi ini selesai. serta keluarga besar yang selalu mendo'akan dan memberikan semangat sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
10. Teman-teman seperjuangan jurusan Ekonomi Syariah angkatan 2015 dan 2016 yang turut membantu serta memberi saran-saran kepada penulis dalam menyelesaikan skripsi ini, dan untuk teman yang sangat teristimewa Mirza Sayuti S.E, Rizki Maulana S.E, Khairun Jannah S.E, Riyadi, Maghfirah, Nurul Fitri, Rouzi Amsyal, Luthfi Maulidiansyah, Nelly Fitria, Della Ayu, dan lainnya yang telah banyak memberi dukungan moral maupun materil bagi penulis dalam penyelesaian skripsi ini, serta seluruh

teman-teman lainnya yang tidak penulis sebutkan satu per satu.

Semoga Allah SWT selalu melimpahkan rahmat dan karunia-Nya dengan balasan yang tiada tara kepada semua pihak yang telah membantu hingga terselesainya skripsi ini. Penulis hanya bisa mendoakan semoga amal ibadahnya diterima oleh Allah SWT sebagai amal yang mulia. Maka kepada Allah SWT jualah kita berserah diri dan meminta pertolongan, seraya memohon taufiq dan hidayah-Nya untuk kita semua. Amin Yarabbal ‘Alamin.

Banda Aceh, 13 Agustus 2020  
Penulis,

Maulida



**TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN**  
Keputusan Bersama Menteri Agama dan Menteri P dan K  
Nomor: 158 Tahun 1987 – Nomor: 0543 b/u/1987

**1. Konsonan**

No	Arab	Latin	No	Arab	Latin
1	ا	Tidak dilambangkan	16	ط	Ṭ
2	ب	B	17	ظ	Ẓ
3	ت	T	18	ع	‘
4	ث	Ṣ	19	غ	G
5	ج	J	20	ف	F
6	ح	Ḥ	21	ق	Q
7	خ	Kh	22	ك	K
8	د	D	23	ل	L
9	ذ	AR - Ž ANIR	24	م	M
10	ر	R	25	ن	N
11	ز	Z	26	و	W
12	س	S	27	هـ	H
13	ش	Sy	28	ء	’

14	ص	Ş	29	ي	Y
15	ض	Ḍ			

## 2. Vokal

Vokal Bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

### a. Vokal Tunggal

Vokal tunggal bahasa Arab yang lambangnya berupa tanda atau harkat, transliterasinya sebagai berikut:

Tanda	Nama	Huruf Latin
◌َ	<i>Fathah</i>	A
◌ِ	<i>Kasrah</i>	I
◌ُ	<i>Dammah</i>	U

### b. Vokal Rangkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan huruf, transliterasinya gabungan huruf, yaitu:

Tanda dan Huruf	Nama	Gabungan Huruf
يَ	<i>Fatḥah</i> dan ya	Ai
وَّ	<i>Fatḥah</i> dan wau	Au

Contoh:

*kaifa* : كيف

*hauula* : هول

### 3. *Maddah*

*Maddah* atau vokal panjang yang lambangnya berupa harkat dan huruf, transliterasinya berupa huruf dan tanda, yaitu:

Harkat dan Huruf	Nama	Huruf dan tanda
أَ/إِ	<i>Fatḥah</i> dan <i>alif</i> atau ya	Ā
يِ	<i>Kasrah</i> dan ya	Ī
يُ	<i>Dammah</i> dan wau	Ū

Contoh:

*qāla* : قَالَ

*ramā* : رَمَى

*qīla* : قِيلَ

*yaqūlu* : يَقُولُ

#### 4. Ta Marbutah (ة)

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua.

- a. Ta *marbutah* (ة) hidup

Ta *marbutah* (ة) yang hidup atau mendapat harkat *fatḥah*, *kasrah* dan *dammah*, transliterasinya adalah t.

- b. Ta *marbutah* (ة) mati

Ta *marbutah* (ة) yang mati atau mendapat harkat sukun, transliterasinya adalah h.

- c. Kalau pada suatu kata yang akhir katanya ta *marbutah* (ة) diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang al, serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta *marbutah* (ة) itu ditransliterasikan dengan h.

Contoh:

<i>rauḍah al-aṭfāl/ rauḍatul aṭfāl</i>	:	رَوْضَةُ الْأَطْفَالِ
<i>al-Madīnah al-Munawwarah/</i>	:	الْمَدِينَةُ الْمُنَوَّرَةَ
<i>al-Madīnatul Munawwarah</i> جَاه	:	
<i>Ṭalḥah</i> AR-RANIRY	:	طَلْحَةَ

**Catatan:**

#### **Modifikasi**

1. Nama orang berkebangsaan Indonesia ditulis seperti biasa tanpa transliterasi, seperti M. Syuhudi Ismail, sedangkan nama-nama lainnya ditulis sesuai kaidah penerjemahan. Contoh: Ḥamad Ibn Sulaiman.

2. Nama negara dan kota ditulis menurut ejaan Bahasa Indonesia, seperti Mesir, bukan Misr; Beirut, bukan Bayrut; dan sebagainya.
3. Kata-kata yang sudah dipakai (serapan) dalam kamus Bahasa Indonesia tidak ditransliterasi. Contoh: Tasauf, bukan Tasawuf.



## ABSTRAK

Nama : Maulida  
NIM : 150602111  
Fakultas/Program Studi : Ekonomi dan Bisnis Islam/Ekonomi Syariah  
Judul : Pengaruh Jumlah Kunjungan Wisata Syariah Terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) (Studi Kasus di Banda Aceh dan Aceh Besar)  
Pembimbing I : Dr. Nilam Sari, M.Ag  
Pembimbing II : Hafiizh Maulana, SP., S.HI., ME  
Kata Kunci : Pariwisata, Pariwisata Syariah, Ekonomi Aceh, Perekonomian Aceh

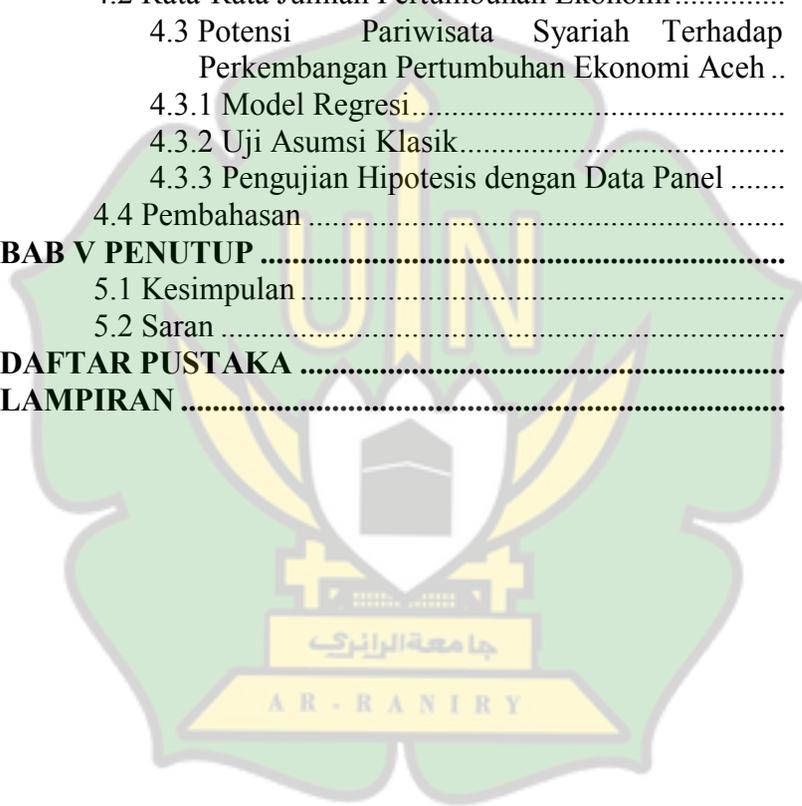
Pariwisata merupakan salah satu penyumbang Pendapatan Asli Daerah (PAD), dengan mengoptimalkan pariwisata maka akan mengoptimalkan pendapatan suatu daerah. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis perkembangan pariwisata syariah di Aceh dan Untuk menganalisis pengaruh perkembangan pariwisata syariah terhadap perkembangan perekonomian Aceh. Jenis penelitian dalam penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan menggunakan data sekunder. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa pertumbuhan ekonomi Aceh berada pada peringkat ke-28 dari 34 provinsi dan peringkat ke-8 di Pulau Sumatera dan pariwisata berpengaruh signifikan terhadap perekonomian Aceh. Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa jumlah kunjungan wisata syariah berpengaruh positif dan signifikan terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) dan hasil koefisien determinasi sebesar 73,62%.

## DAFTAR ISI

	Halaman
<b>HALAMAN SAMPUL KEASLIAN .....</b>	<b>i</b>
<b>HALAMAN JUDUL KEASLIAN .....</b>	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN KARYA ILMIAH.....</b>	<b>iii</b>
<b>PERSETUJUAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI .....</b>	<b>iv</b>
<b>PENGESAHAN SIDANG MUNAQASYAH SKRIPSI .....</b>	<b>v</b>
<b>LEMBAR MOTTO DAN PERSEMBAHAN.....</b>	<b>vii</b>
<b>KATA PENGANTAR .....</b>	<b>viii</b>
<b>TRANSLITERASI ARAB-LATIN DAN SINGKATAN ...</b>	<b>xii</b>
<b>ABSTRAK.....</b>	<b>xvii</b>
<b>DAFTAR ISI .....</b>	<b>xviii</b>
<b>DAFTAR TABEL .....</b>	<b>xxi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR .....</b>	<b>xxii</b>
<b>DAFTAR LAMPIRAN.....</b>	<b>xxiii</b>
<b>BAB I .....</b>	<b>1</b>
<b>PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang Masalah .....	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian .....	5
1.4 Manfaat Penelitian .....	5
1.5 Sistematika Pembahasan.....	6
<b>LANDASAN TEORI .....</b>	<b>7</b>
2.1 Sejarah Pariwisata di Indonesia .....	7
2.1.1 Masa penjajahan Belanda .....	7
2.1.2 Masa pendudukan Jepang .....	10
2.1.3 Setelah kemerdekaan Indonesia .....	11
2.1.4 Babak baru Pariwisata Indonesia .....	12
2.2 Pengertian Pariwisata.....	13
2.2.1 Definisi Pariwisata di Indonesia .....	14
2.2.2 Kebijakan Pemerintah tentang Pariwisata .....	19
2.2.3 Daya Tarik Wisata .....	23
2.2.4 Jenis-Jenis Pariwisata .....	27
2.2.5 Tujuan Pariwisata .....	37
2.2.6 Trend Positif Pariwisata.....	40
2.2.7 Sarana Pariwisata.....	42

2.2.8 Motivasi Melakukan Perjalanan Wisata .....	49
2.3 Pariwisata Syariah .....	53
2.3.1 Pariwisata Syariah dalam Al-Qur'an .....	58
2.3.2 Perbandingan Pariwisata Konvensional, Religi dan Syariah.....	63
2.3.3 Karakteristik Pariwisata Syariah.....	65
2.4 Ekonomi.....	69
2.4.1 Perkembangan Ekonomi Aceh .....	71
2.4.2 Kajian Ekonomi Kepariwisata .....	72
2.4.3 Kebijakan Ekonomi Pariwisata.....	73
2.4.4 Konsep Pembangunan Ekonomi Pariwisata .	74
2.5 Dampak Positif Pariwisata terhadap Perekonomian .....	76
2.5.1 Pendapatan dari Nilai Tukar Valuta Asing...	76
2.5.2 Penerimaan Devisa .....	77
2.5.3 Penyerapan Tenaga Kerja .....	79
2.5.4 Pembangunan Infrastruktur .....	81
2.5.5 Pemberdayaan Perekonomian Masyarakat Lokal.....	82
2.6 Dampak Negatif Pariwisata terhadap Perekonomian .....	83
2.6.1 Kebocoran ( <i>Leakage</i> ) .....	83
2.6.2 Kebobolan ( <i>Enclave Tourism</i> ) .....	84
2.6.3 Pembiayaan Infrastruktur ( <i>Infrastructure Cost</i> ) .....	85
2.6.4 Meningkatnya Harga-harga secara Dramatis ( <i>Increase in Prices or Inflation</i> ).....	86
2.6.5 Ketergantungan Sektoral ( <i>Economic Dependence</i> ).....	87
2.6.6 Masalah Musiman ( <i>Seasonal Characteristics</i> ) .	88
2.7 Penelitian Terdahulu.....	89
2.8 Kerangka Pemikiran .....	95
2.9 Hipotesis .....	96
<b>BAB III METODE PENELITIAN.....</b>	<b>97</b>
3.1 Desain Penelitian .....	97
3.2 Jenis dan Sumber Data.....	97
3.3 Operasional Variabel .....	98
3.4 Metode Analisis Data.....	98

3.4.1 Analisis Regresi .....	98
3.4.2 Penentuan Model Estimasi .....	99
3.4.3 Tahapan Analisis Data .....	100
3.4.4 Uji Asumsi Klasik.....	101
3.4.5 Pengujian Signifikan.....	102
<b>HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>104</b>
4.1 Rata-Rata Jumlah Kunjungan Wisata .....	104
4.2 Rata-Rata Jumlah Pertumbuhan Ekonomi .....	106
4.3 Potensi Pariwisata Syariah Terhadap Perkembangan Pertumbuhan Ekonomi Aceh ..	108
4.3.1 Model Regresi.....	109
4.3.2 Uji Asumsi Klasik.....	112
4.3.3 Pengujian Hipotesis dengan Data Panel .....	114
4.4 Pembahasan .....	117
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>122</b>
5.1 Kesimpulan .....	122
5.2 Saran .....	122
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>124</b>
<b>LAMPIRAN .....</b>	<b>130</b>



## DAFTAR TABEL

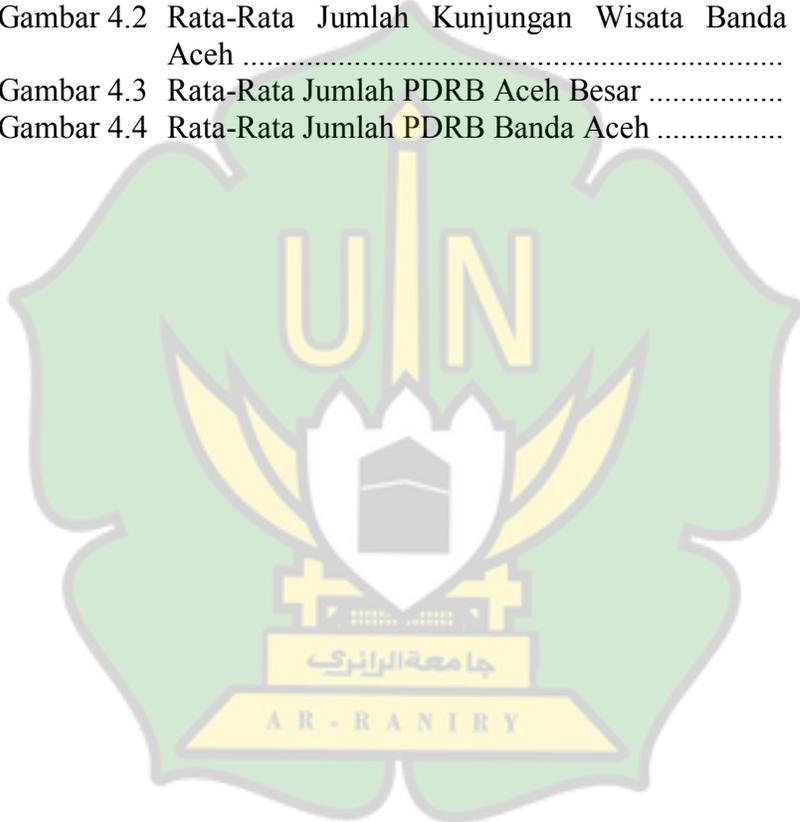
	Halaman
Tabel 1.1 Rekapitulasi Data Pergerakan Kunjungan Wisatawan Mancanegara dan Kunjungan Wisatawan Nusantara Ke Kota Banda Aceh Dan Kabupaten Aceh Besar Dari Tahun 2010 – 2019 ..	2
Tabel 2.1 Pendorong dan Penarik Wisatawan untuk Berwisata .....	52
Tabel 2.2 Perbandingan Wisata Syariah dengan Wisata Konvensional dan Wisata Religi .....	63
Tabel 2.3 Perbandingan Model Pembangunan Pariwisata Model Pembangunan Pariwisata Lama Model Pembangunan Pariwisata .....	75
Tabel 2.4 Penelitian Terdahulu .....	93
Tabel 4.1 Hipotesa Chow Test .....	109
Tabel 4.3 Hasil Uji Chow .....	110
Tabel 4.4 Hipotesa Hausman Test .....	111
Tabel 4.5 Hasil Uji Hausman .....	111
Tabel 4.6 Hasil Uji Normalitas .....	113
Tabel 4.7 Hasil Uji t .....	114
Tabel 4.8 Koefisien Determinasi .....	116
Tabel 4.9 Hubungan Variabel .....	117

جامعة الرانيري

AR-RANIRY

## DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 2.1 Kerangka Penelitian .....	95
Gambar 4.1 Rata-Rata Jumlah Kunjungan Wisata Aceh Besar .....	104
Gambar 4.2 Rata-Rata Jumlah Kunjungan Wisata Banda Aceh .....	105
Gambar 4.3 Rata-Rata Jumlah PDRB Aceh Besar .....	107
Gambar 4.4 Rata-Rata Jumlah PDRB Banda Aceh .....	107



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Data Pariwisata dan Data Pertumbuhan Ekonomi	130
Lampiran 2 Hasil Olah Data.....	131



# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Pariwisata syariah merupakan pariwisata yang mengedepankan nilai-nilai Islami dalam setiap aktivitasnya. Namun, istilah pariwisata syariah secara definisi dikalangan pelaku wisata masih cenderung asing. Pariwisata syariah lebih dimaknai sebagai wisata religi, yaitu kunjungan ke tempat ibadah, makam tokoh Islam, dan tempat bersejarah Islam. Padahal, pariwisata syariah tidak berfokus pada objek saja, tetapi adab perjalanan dan fasilitas lainnya (Chookaew, 2015). Objek pariwisata syariah pun berlaku untuk semua tempat, kecuali tempat ibadah agama lain.

Seiring perkembangan sektor pariwisata secara umum, konsep pariwisata syariah dewasa ini telah menjadi tren dalam pengembangan ekonomi yang berbasis pariwisata di beberapa tempat. Konsep pariwisata meliputi adat istiadat dan budaya yang berlandaskan nilai-nilai Islam, gaya hidup, sehingga produk-produk pariwisata memiliki konsep halal. Sehingga pariwisata syariah adalah kegiatan yang didukung oleh berbagai fasilitas layanan yang disediakan masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah yang memenuhi ketentuan syariah (Kemenparekraf, 2012).

Aceh adalah salah satu provinsi yang termasuk kedalam tiga belas provinsi tujuan wisata di Indonesia. Aceh juga merupakan provinsi yang menerapkan syariat Islam secara kaffah

ditandai dengan adanya UUPA no.11 tahun 2006. Aceh juga baru saja dilanda dua musibah yang sangat besar, yang pertama konflik yang berkepanjangan dan yang kedua musibah tsunami pada tahun 2004 yang meluluhlantahkan Aceh. Kini Aceh kembali berbenah diri untuk menjadi tempat destinasi wisata berbasis syariah dengan mengandalkan kawasan pariwisata, adat istiadat, dan budaya.

Peluang dari pengembangan wisata syariah yaitu potensi pasar baik wisatawan domestik (penduduk Indonesia kurang lebih 90% beragam Islam) maupun manca negara. Ditandai dengan daftar kunjungan wisatawan ke pusat ibukota Aceh, yaitu kota Banda Aceh dan Aceh Besar hal ini dapat dilihat dalam tabel berikut :

**Tabel 1.1**  
**Rekapitulasi Data Pergerakan Kunjungan Wisatawan**  
**Mancanegara dan Kunjungan Wisatawan Nusantara**  
**Ke Kota Banda Aceh Dan Kabupaten Aceh Besar**  
**Dari Tahun 2010 – 2019**

Tahun	Jumlah Pengunjung Wisatawan Mancanegara		Jumlah Pengunjung Wisatawan Nusantara	
	Banda Aceh	Aceh Besar	Banda Aceh	Aceh Besar
2010	3.869	8.215	140.000	41.002
2011	4.000	12.630	161.792	51.005
2012	4.287	12.815	170.493	10.407
2013	7.257	16.004	256.526	30.323
2014	11.964	24.769	229.575	183.441
2015	13.398	27.216	267.880	41.348
2016	18.527	35.883	268.103	466.742

**Tabel 1.1-Lanjutan**

Tahun	Jumlah Pengunjung Wisatawan Mancanegara		Jumlah Pengunjung Wisatawan Nusantara	
	Banda Aceh	Aceh Besar	Banda Aceh	Aceh Besar
2017	28.714	30.380	272.194	574.079
2018	33.254	29.213	372.503	527.207
2019	31.670	28.400	482.323	500.476

Sumber : Data Primer dari DISBUDPAR Aceh (2020)

Berdasarkan data tersebut dapat dipastikan bahwa wisatawan setiap tahun meningkat yang datang ke kota Banda Aceh dan Aceh Besar, ini bisa jadi keuntungan tersendiri bagi Aceh dari adanya wisatawan tersebut yang otomatis pemasukan daerah Aceh bisa meningkat dari berbagai sektor pariwisata. Akan tetapi fenomena yang terjadi justru sebaliknya, dimana pemasukan daerah Aceh masih belum dikatakan meningkat. Tanpa kita sadari perkembangan pariwisata syariah di Aceh turut berpengaruh terhadap perekonomian masyarakat maupun pemerintah. Apalagi Aceh ini sangat di kenal dengan syariat Islam sehingga mendapat julukan *Serambi Mekkah*.

Yang menjadi permasalahan sekarang adalah bagaimana upaya-upaya yang dapat dikembangkan sehingga dari sektor pariwisata ini bisa meningkatkan perekonomian di Aceh, karena ini merupakan potensi yang sangat besar untuk mendapatkan pemasukan bagi pemerintah Aceh. Pengelolaannya harus benar-benar diperhatikan, sarana dan prasarana harus ditingkatkan

semoga para wisatawan mempunyai kesan terhadap Aceh, sehingga mereka mau balik lagi ke Aceh pada lain waktu.

Apabila pariwisata dikembangkan dan dikelola dengan baik maka dari pariwisata tersebut bisa menjadi salah satu penyumbang Pendapatan Asli Daerah (PAD). Kontribusi pendapatan bisa juga berasal dari retribusi tempat wisata, pajak hotel dan penginapan, asrama, villa, dan sejenisnya.

Berdasarkan beberapa penelitian terdahulu, maka peneliti akan menganalisa beberapa hal mengenai potensi wisata syariah di Aceh yang sangat berdampak terhadap perkembangan perekonomian Aceh, khususnya di wilayah kota madya Aceh.

Mengacu pada uraian di atas, maka pariwisata syariah dapat dikaitkan dengan perkembangan ekonomi Aceh. Karena itu penelitian ini memilih judul **“Pengaruh Jumlah Kunjungan Wisata Syariah Terhadap Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) (Studi Kasus di Banda Aceh dan Aceh Besar).**

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, penulis mengambil rumusan masalah sebagai berikut :

1. Bagaimana perkembangan pariwisata syariah di Aceh?
2. Bagaimana potensi perkembangan pariwisata syariah terhadap perkembangan perekonomian Aceh?

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Penelitian ini mempunyai tujuan yang harus diarahkan agar materinya tepat sasaran serta memudahkan dalam melakukan penelitian. Tujuan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis perkembangan pariwisata syariah di Aceh.
2. Untuk menganalisis potensi perkembangan pariwisata syariah terhadap perkembangan perekonomian Aceh.

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Dengan adanya penelitian ini diharapkan adanya manfaat dalam beberapa aspek, antaranya:

1. Bagi instansi terkait  
Hasil penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi dan gambaran pada pemerintah tentang apa manfaat yang didapatkan jika pemerintah mengembangkan potensi pariwisata syariah ini.
2. Bagi Akademik  
Sebagai bahan pertimbangan dalam pengembangan ilmu pengetahuan mengenai analisis potensi pariwisata syariah terhadap perkembangan ekonomi Aceh.
3. Bagi penulis  
Sebagai upaya mengembangkan ilmu pengetahuan yang diperoleh selama mengikuti perkuliahan.

## **1.5 Sistematika Pembahasan**

Penelitian ini disusun kepada lima bab pembahasan sebagai acuan dalam berpikir secara sistematis, adapun rancangan sistematika pembahasan skripsi ini adalah sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Pada bab ini menjelaskan tentang gambaran umum penelitian, yang terdiri dari latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian serta sistematika pembahasan.

### **BAB II TINJAU KEPUSTAKAAN**

Pada bab ini menjelaskan tentang teori yang berhubungan dengan penelitian, temuan penelitian terkait, model penelitian atau kerangka berpikir, serta pengembangan hipotesis.

### **BAB III METODE PENELITIAN**

Pada bab ini menjelaskan tentang desain penelitiann, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, operasional variabel, dan model analisis data.

### **BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

Bab ini menjelaskan tentang paparan data dan hasil penelitian serta diskusi hasil penelitian tentang isi dari skripsi.

### **BAB V PENUTUP**

Bab ini menjelaskan tentang kesimpulan dan saran.

## **BAB II** **LANDASAN TEORI**

### **2.1 Sejarah Pariwisata di Indonesia**

Sejarah pariwisata di Indonesia dibagi menjadi 3 (tiga) bagian penting, yaitu (Utama, 2016: 32-38):

#### **2.1.1 Masa penjajahan Belanda**

Kegiatan pariwisata pada masa ini dimulai sejak tahun 1910– 1920, yakni sesudah keluarnya keputusan Gubernur Jendral atas pembentukan *Vereeniging Toesristen Verker* (VTV) yang merupakan suatu badan atau *Official Tourist Bureau*. Kedudukan VTV selain sebagai *tourist goverment office* juga bertindak sebagai tour operator atau *travel agent*.

Meningkatnya perdagangan antara benua Eropa dan negara– negara di Asia termasuk di Indonesia, telah mengakibatkan ramainya lalu lintas orang–orang yang bepergian dengan motif yang berbeda– beda sesuai dengan keperluannya masing–masing. Untuk dapat memberikan pelayanan kepada mereka yang melakukan perjalanan, maka berdirilah suatu *Travel Agent* di Batavia pada tahun 1926, yaitu Linssonne Lindeman (LISLIND) yang berpusat di Negeri Belanda dan sekarang dikenal dengan nama NITOUR (*Netherlanshe Indische Touristen Bureau*). Pada masa penjajahan Belanda dapat dikatakan bahwa kegiatan kepariwisataan hanya terbatas pada kalangan orang– orang kulit putih saja, sehingga perusahaan–perusahaan yang bergerak dalam bidang kepariwisataan adalah juga monopoli Nitour, KLM, dan

KPM masa itu. Walaupun kunjungan wisatawan pada masa itu masih sangat terbatas, namun di beberapa kota dan tempat di Indonesia telah berdiri hotel untuk menjamin akomodasi bagi mereka yang berkunjung ke daerah Hindia Belanda.

Pertumbuhan usaha akomodasi baru dikenal pada abad ke 19, itu pun terbatas pada kota-kota besar dekat pelabuhan saja. Fungsi hotel yang utama hanya melayani tamu-tamu atau penumpang kapal yang baru datang dari Belanda ataupun negara Eropa lainnya, yang kemudian dibawa dengan menggunakan kereta-kereta yang ditarik dengan beberapa kuda karena belum ada kendaraan bermotor atau mobil (Utama, 2016: 32).

Memasuki abad ke 20 barulah hotel-hotel mulai berkembang ke daerah pedalaman, seperti losmen atau penginapan. Semenjak itulah fungsi hotel mulai dirasakan oleh masyarakat banyak dan orang-orang menempatkan dirinya sesuai dengan kemampuan dan derajatnya masing-masing. Kemudian dari hal itu dikenal istilah penginapan besar (hotel) dan penginapan kecil (losmen).

Selanjutnya satu-satunya airlines yang menghubungkan Indonesia dengan Belanda waktu itu adalah KLM yang mempunyai kedudukan monopoli untuk operasi membawa penumpang antara kedua negara ini. Seperti halnya dengan KLM, dalam tahun 1927 angkutan laut juga dimonopoli oleh KLM. Sedangkan angkutan penumpang dengan menggunakan kereta api baru efektif di Pulau Jawa pada tanggal 1 Oktober 1927. Pada waktu itu para

penumpang yang hendak bepergian ke pulau Jawa harus melakukan reservasi tempat duduk tiga jam sebelum kereta api berangkat.

Pada tahun 1927 kegiatan tour sudah mulai dikembangkan terutama di pulau Jawa dan Sumatra yang diorganisir oleh LISLIND (Lissonne Lindeman), seperti : “Fourteen days in Java motor ar and train combination tour operated by LSLIND dan Fourteen days in Sumatra”. Pada tahun 1927 ternyata sudah datang orang-orang penting yang kenamaan untuk mempelajari kebudayaan Indonesia, terutama tentang kesenian Jawa dan Bali, mereka itu antara lain adalah:

*“Mr.Leopold Chaikoswky, Conductor of symphony orchestra Philadelpia is expected to arrive at Java shortly for the purpose of making a study of Javanesse music dan Dr. Rabindranath Tagore is expected to visit Java early in August, wit the object of studying the influence of Hinduism on javanese religious concepts”.*

Kegiatan promosi pariwisata Indonesia mulai dilakukan, yakni sebagai berikut (Utama, 2016:34):

1. Tahun 1913, Vereniging Teoristen Verker (VTV) menerbitkan sebuah Guide Book yang bagus sekali mengenai daerah–daerah di Jawa Barat, Jawa Tengah, Jawa Timur, Bali, Lombok, Sumatra Utara, Sumatra Barat, Sumatra Selatan, Banten, dan Tanah Toraja di Sulawesi.
2. Tahun 1923, beredar surat kabar mingguan yang merupakan Java Touriost Guide yang isinya, antara lain mengenai Express

Train Service, News from abroad in Brief, Who-where-when to hotels, Postal news, dan sebagainya.

3. Tahun 1926, sudah banyak promotion materials yang telah dipersiapkan oleh badan-badan atau perusahaan yang bergerak dalam bidang kepariwisataan. Di luar negeri, yakni di Belanda pernah diterbitkan sebuah majalah, yaitu : “Tourism” yang banyak mempromosikan Indonesia antara lain : Come to Java, yang merupakan complete guide to Java, Bandung, the mountain city to Netherland India, Bandoeng, Batavia, queen city of east, The wayang wong or wayang orang, dan sebagainya.

### **2.1.2 Masa pendudukan Jepang**

Berkobarnya perang dunia II yang disusul dengan pendudukan tentara Jepang di Indonesia, menyebabkan keadaan pariwisata menjadi terlantar. Dapat dikatakan bahwa orang-orang tidak ada gairah atau kesempatan untuk mengadakan perjalanan. Objek-objek wisata terbengkalai, jalan-jalan rusak karena ada penghancuran jembatan-jembatan untuk menghalangi musuh masuk. Perhotelan sangat menyedihkan karena banyak hotel yang diambil oleh pemerintah Jepang untuk dijadikan rumah sakit dan asrama sebagai tempat tinggal perwira-perwira Jepang. Setelah jatuhnya bom di Hiroshima dan Nagasaki, inflasi terjadi di mana-mana yang mengakibatkan keadaan ekonomi rakyat tambah parah (Utama, 2016:35).

### **2.1.3 Setelah kemerdekaan Indonesia**

Pada tahun 1946 sebagai akibat perjuangan bangsa Indonesia untuk membebaskan Tanah Air Indonesia dari cengkraman penjajahan Belanda, maka pemerintah menghidupkan kembali industri-industri yang mendukung perekonomian. Demikian juga di bidang pariwisata, perhotelan mendapat perhatian dari pemerintah, sehingga dikeluarkanlah Surat Keputusan Wakil Presiden RI waktu itu (DR.Moch. Hatta) tentang pendirian suatu badan yang bertugas untuk melanjutkan perusahaan hotel bekas milik Belanda.

Badan ini bernama HONET (Hotel National & Tourism). Semua hotel yang berada di bawah manajemen HONET diganti namanya menjadi Hotel MERDEKA. Dengan adanya perjanjian KMB (Konferensi Meja Bundar) pada tahun 1949 dimana menurut perjanjian itu semua harta kekayaan harus diembalikan kepada pemiliknya. Karena itu HONET dibubarkan dan dibentuklah satu-satunya badan hukum milik Indonesia sendiri yang bergerak dalam bidang pariwisata, yaitu NV HONET.

Pada tahun 1953 dibentuklah organisasi yang bernama Serikat Gabungan Hotel dan Tourisme Indonesia (SERGAHTI) yang beranggotakan hampir seluruh hotel di Indonesia. Namun keberadaan badan ini tidak berlangsung lama karena tidak terlihat kemungkinan penerobosan dari peraturan pengendalian harga. Pada tahun 1955 oleh Bank Industri Negara didirikan suatu Perseroan Terbatas dengan nama PT. NATOUR Ltd. (National Hotel &

Tourism Corp). Natour ini memiliki anggota antara lain: Hotel Transaera (Jakarta), Hotel Bali, Sindhu Beach, Kuta Beach, dan Jayapura Hotel (Utama, 2016:36).

#### **2.1.4 Babak baru Pariwisata Indonesia**

Banyak usaha kegiatan pariwisata yang telah dirintis oleh Lembaga Pariwisata Nasional, walaupun lembaga ini sendiri banyak mengalami kesukaran sebagai akibat penyesuaian dengan struktur organisasi pariwisata yang hanya coba-coba dalam penerapannya. Namun disini dapat dilihat kegairahan untuk berusaha dalam industri pariwisata yang ditandai dengan dibangunnya hotel-hotel baru atau memperbaiki yang telah bobrok di masa lalu.

Lines penerbangan domestik mulai beroperasi serta mulai meningkatkan mutu pelayanan, pengusaha travel agent mulai membuka operasi tournya di dalam maupun di luar negeri yang diikuti dengan bertambah banyaknya wisatawan asing yang datang berkunjung ke Indonesia. Kunjungan wisatawan mancanegara (wisman) ke Indonesia dari tahun ke tahun cenderung meningkat. Kalau diperhatikan sejak pelita I tahun 1969 jumlah wisatawan relatif masih rendah, yaitu : 86.100 saja. Di akhir tahun 1973 jumlah wisatawan meningkat menjadi 270.300 orang. Jadi dalam pelita I sudah terjadi peningkatan sebesar 214%. Pada akhir pelita II tahun 1978 jumlah wisman yang berkunjung ke Indonesia sebanyak 468.600 orang dan pada akhir pelita III tahun 1983 meningkat lagi menjadi 638.000 orang. Hal yang sama terjadi pada

pelita IV tahun 1989. Wisman yang berkunjung tercatat 11.626.000 orang. Peningkatan yang sangat mencolok terjadi antara tahun 1984–1988 dengan pertumbuhan rata–rata 15 % tiap tahunnya, kemudian pertumbuhan yang lebih besar terjadi pada periode 1989–1991 dengan kedatangan wisatawan rata–rata sebesar 36,2% tiap tahunnya. Kunjungan wisatawan ke Indonesia tahun 1992 ternyata melebihi target 3 juta orang. Dengan demikian kunjungan wisman ke Indonesia meningkat 16,7% (Utama, 2016:38).

## **2.2 Pengertian Pariwisata**

Menurut Utama (2016) industri pariwisata adalah sebuah konsep yang perlu dipahami untuk dianalisis dan sebagai bahan pengambilan keputusan. Namun hampir disemua Negara tidak memahami hal ini sehingga muncul berbagai permasalahan yang menyulitkan industri untuk berkembang secara realitas atau kredibel yang berkaitan dengan informasi pariwisata yang mendasar, dalam memprediksi kontribusinya baik untuk regional, nasional dan perekonomian global.

Masalah definisi berpengaruh terhadap pengukuran secara statistik, sebab tidak mungkin dengan tingkat ketidakpastian untuk menyediakan data yang valid dan reliable tentang peran pariwisata dunia atau dalam dampak ekonominya. Dalam beberapa kasus, kesulitan yang sama juga terjadi ketika mengukur wisatawan domestik (Utama, 2016).

Definisi tentang pariwisata yang berkembang di dunia sangat beragam, multidimensi, dan sangat terkait dengan latar

belakang keilmuan pencetusnya. Pada dasarnya, definisi-definisi tersebut dapat dikelompokkan ke dalam tiga kategori, yaitu yang melihat pariwisata dari sisi *demand* saja, sisi *supply* saja, dan yang sudah menggabungkan sisi *demand* dan *supply*. Kategori pertama merupakan definisi pariwisata yang didekati dari sisi wisatawan, sangat kental dengan dimensi spasial yakni tempat dan jarak. Kategori kedua merupakan definisi pariwisata yang dipandang dari dimensi industri/bisnis, sedangkan kategori ketiga memandang pariwisata dari dimensi akademis dan sosial budaya (Utama, 2016).

### **2.2.1 Definisi Pariwisata di Indonesia**

Menurut arti katanya, pariwisata berasal dari bahasa Sansekerta yang terdiri dari dua kata yaitu kata *Pari* dan kata *Wisata*. Kata *Pari* berarti penuh, seluruh, atau semua dan kata *wisata* berarti perjalanan. Menurut Yoeti (2003), syarat suatu perjalanan disebut sebagai perjalanan pariwisata apabila: (1) Perjalanan dilakukan dari suatu tempat ke tempat yang lain, di luar tempat kediaman orang tersebut biasa tinggal; (2) Tujuan perjalanan semata-mata untuk bersenang-senang, dan tidak mencari nafkah di tempat atau negara yang di kunjunginya; (3) Semata-mata sebagai konsumen di tempat yang dikunjungi.

Menurut Wahab (1992) pariwisata mengandung tiga unsur antara lain: manusia yakni unsur insani sebagai pelaku kegiatan pariwisata, tempat yakni unsur fisik yang sebenarnya tercakup oleh kegiatan itu sendiri dan waktu yakni unsur

tempo yang dihabiskan dalam perjalanan tersebut dan selama berdiam di tempat tujuan. Jadi definisi pariwisata adalah salah satu dari industri baru yang mampu meningkatkan pertumbuhan ekonomi dengan cepat dalam hal kesempatan kerja, pendapatan, taraf hidup dan dalam hal mengaktifkan sektor produksi lain di dalam negara penerima wisatawan.

Sementara menurut Spiilane, (1994) pariwisata adalah suatu jasa dan pelayanan. Berdasarkan Undang-undang Nomor 9 Tahun 1990, usaha pariwisata dibagi menjadi tiga kelompok utama, yaitu: usaha jasa pariwisata, perusahaan obyek dan daya tarik wisata dan usaha sarana pariwisata. Sedangkan yang dimaksud dengan usaha adalah kegiatan menghasilkan barang atau jasa untuk dijual dalam suatu lokasi tertentu serta mempunyai catatan administrasi tersendiri dan ada salah satu orang yang bertanggung jawab.

Pariwisata adalah kegiatan yang bertujuan menyelenggarakan jasa pariwisata, menyediakan atau mengusahakan obyek dan daya tarik wisata, usaha sarana pariwisata dan usaha lain yang terkait di bidang tersebut. Sesuai dengan Undang-undang RI No. 9 Tahun 1990 tentang kepariwisataan, usaha pariwisata digolongkan ke dalam:

1. Usaha Jasa Pariwisata, timbul karena adanya berbagai macam keperluan dan kebutuhan bagi wisatawan akan mendorong tumbuhnya berbagai jenis usaha jasa pariwisata yang

menyediakan keperluan bagi wisatawan serta bertujuan untuk membantu kelancaran perjalanan calon wisatawan. Usaha jasa pariwisata terdiri dari:

- a) Jasa biro perjalanan wisata adalah kegiatan usaha yang bersifat komersial yang Mengatur, menyediakan dan menyelenggarakan pelayanan bagi seseorang, atau sekelompok orang untuk melakukan perjalanan dengan tujuan utama untuk berwisata.
- b) Jasa agen perjalanan wisata adalah badan usaha yang menyelenggarakan usaha perjalanan yang bertindak sebagai perantara di dalam menjual dan atau mengurus jasa untuk melakukan perjalanan.
- c) Usaha jasa pramuwisata adalah kegiatan usaha bersifat komersial yang mengatur, mengkoordinir dan menyediakan tenaga pramuwisata untuk memberikan pelayanan bagi seseorang atau kelompok orang yang melakukan perjalanan wisata.
- d) Usaha jasa konvensi, perjalanan insentif dan pameran adalah usaha dengan kegiatan pokok memberikan jasa pelayanan bagi satu pertemuan sekelompok orang (misalnya negarawan, usahawan, cendekiawan) untuk membahas masalah-masalah yang berkaitan dengan kepentingan bersama.
- e) Jasa impresariat adalah kegiatan pengurusan penyelenggaraan hiburan baik yang mendatangkan,

mengirimkan maupun mengembalikannya serta menentukan tempat, waktu dan jenis hiburan.

- f) Jasa konsultasi pariwisata adalah jasa berupa saran dan nasehat yang diberikan untuk penyelesaian masalah-masalah yang timbul mulai dan penciptaan gagasan, pelaksanaan operasinya dan disusun secara sistematis berdasarkan disiplin ilmu yang diakui serta disampaikan secara lisan, tertulis maupun gambar oleh tenaga ahli profesional.
  - g) Jasa informasi pariwisata adalah usaha penyediaan informasi, penyebaran dan pemanfaatan informasi kepariwisataan.
2. Pengusahaan Obyek dan Daya Tarik Wisata yang dikelompokkan dalam:
    - Pengusahaan obyek dan daya tarik wisata alam merupakan usaha pemanfaatan sumber daya alam dan tata lingkungannya yang telah ditetapkan sebagai obyek dan daya tarik wisata untuk dijadikan sasaran wisata.
    - Pengusahaan obyek dan daya tarik wisata budaya merupakan usaha seni budaya bangsa yang telah dilengkapi sebagai obyek dan daya tarik wisata untuk dijadikan sasaran wisata.
    - Pengusahaan obyek dan daya tarik wisata minat khusus merupakan usaha pemanfaatan sumber daya alam dan atau potensi seni budaya bangsa untuk dijadikan sasaran wisatawan yang mempunyai minat khusus.
  3. Usaha Sarana Pariwisata yang dikelompokkan dalam:

- a) Penyediaan akomodasi adalah usaha penyediaan kamar dan fasilitas lain serta pelayanan yang diperlukan. Perjalanan wisata dengan jarak jauh yang ditempuh lebih dari 24 jam maka diperlukan suatu akomodasi tempat menginap atau istirahat.
- b) Penyediaan makanan dan minuman adalah usaha pengolahan, penyediaan dan pelayanan makanan dan minuman yang dapat dilakukan sebagai bagian dari penyediaan akomodasi ataupun sebagai usaha yang berdiri sendiri.
- c) Penyediaan angkutan wisata adalah usaha khusus atau sebagian dari usaha dalam rangka penyediaan angkutan pada umumnya yaitu angkutan khusus wisata atau angkutan umum yang menyediakan angkutan wisata.
- d) Penyediaan sarana wisata tirta adalah usaha penyediaan dan pengelolaan prasarana dan sarana serta jasa yang berkaitan dengan kegiatan wisata tirta, dermaga serta fasilitas olahraga air untuk keperluan olahraga selancar air, selancar angin, berlayar, menyelam dan memancing.
- e) Penyediaan kawasan pariwisata adalah usaha yang kegiatannya membangun atau mengelola kawasan dengan luas tertentu untuk memenuhi kebutuhan pariwisata.

### **2.2.2 Kebijakan Pemerintah tentang Pariwisata**

Kebijakan Pemerintah tentang Pariwisata tertuang dalam Undang-Undang Republik Indonesia, Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan dengan Persetujuan bersama Dewan Perwakilan Rakyat Republik Indonesia dan Presiden Republik Indonesia yang memutuskan bahwa dalam Undang-Undang ini yang dimaksud adalah sebagai berikut ini:

1. Wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara.
2. Wisatawan adalah orang yang melakukan wisata.
3. Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah.
4. Kepariwisataan adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, Pemerintah, Pemerintah Daerah, dan pengusaha.
5. Daya Tarik Wisata adalah segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman

kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan.

6. Daerah tujuan pariwisata yang selanjutnya disebut Destinasi Pariwisata adalah kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang di dalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan.
7. Usaha Pariwisata adalah usaha yang menyediakan barang dan/atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dan penyelenggaraan pariwisata.
8. Pengusaha Pariwisata adalah orang atau sekelompok orang yang melakukan kegiatan usaha pariwisata.
9. Industri Pariwisata adalah kumpulan usaha pariwisata yang saling terkait dalam rangka menghasilkan barang dan/atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dalam penyelenggaraan pariwisata.
10. Kawasan Strategis Pariwisata adalah kawasan yang memiliki fungsi utama pariwisata atau memiliki potensi untuk pengembangan pariwisata yang mempunyai pengaruh penting dalam satu atau lebih aspek, seperti pertumbuhan ekonomi, sosial dan budaya, pemberdayaan sumber daya alam, daya dukung lingkungan hidup, serta pertahanan dan keamanan.

11. Kompetensi adalah seperangkat pengetahuan, keterampilan, dan perilaku yang harus dimiliki, dihayati, dan dikuasai oleh pekerja pariwisata untuk mengembangkan profesionalitas kerja.
12. Sertifikasi adalah proses pemberian sertifikat kepada usaha dan pekerja pariwisata untuk mendukung peningkatan mutu produk pariwisata, pelayanan, dan pengelolaan kepariwisataan.
13. Kawasan strategis yang memiliki kekhususan wilayah menjadi kawasan pariwisata khusus ditetapkan dengan undang-undang.
14. Yang dimaksud dengan “usaha daya tarik wisata” adalah usaha yang kegiatannya mengelola daya tarik wisata alam, daya tarik wisata budaya, dan daya tarik wisata buatan/binaan manusia.
15. Yang dimaksud dengan “usaha kawasan pariwisata” adalah usaha yang kegiatannya membangun dan/atau mengelola kawasan dengan luas tertentu untuk memenuhi kebutuhan pariwisata.
16. Yang dimaksud dengan “usaha jasa transportasi wisata” adalah usaha khusus yang menyediakan angkutan untuk kebutuhan dan kegiatan pariwisata, bukan angkutan transportasi reguler/umum.
17. Yang dimaksud dengan “usaha jasa perjalanan wisata” adalah usaha biro perjalanan wisata dan usaha agen perjalanan wisata.
18. Usaha biro perjalanan wisata meliputi usaha penyediaan jasa perencanaan perjalanan dan/atau jasa pelayanan dan penyelenggaraan pariwisata, termasuk penyelenggaraan perjalanan ibadah.

19. Usaha agen perjalanan wisata meliputi usaha jasa pemesanan sarana, seperti pemesanan tiket dan pemesanan akomodasi serta pengurusan dokumen perjalanan.
20. Yang dimaksud dengan “usaha jasa makanan dan minuman” adalah usaha jasa penyediaan makanan dan minuman yang dilengkapi dengan peralatan dan perlengkapan untuk proses pembuatan dapat berupa restoran, kafe, jasa boga, kedai minum.
21. Yang dimaksud dengan “usaha penyediaan akomodasi” adalah usaha yang menyediakan pelayanan penginapan yang dapat dilengkapi dengan pelayanan pariwisata lainnya.
22. Usaha penyediaan akomodasi dapat berupa hotel, vila, pondok wisata, bumi perkemahan, persinggahan karavan, dan akomodasi lainnya yang digunakan untuk tujuan pariwisata.
23. Yang dimaksud dengan “usaha penyelenggaraan kegiatan hiburan dan rekreasi” merupakan usaha yang ruang lingkup kegiatannya berupa usaha seni pertunjukan, arena permainan, karaoke, bioskop, serta kegiatan hiburan dan rekreasi lainnya yang bertujuan untuk pariwisata.
24. Yang dimaksud dengan “usaha penyelenggaraan pertemuan, perjalanan insentif, konferensi, dan pameran” adalah usaha yang memberikan jasa bagi suatu pertemuan sekelompok orang, menyelenggarakan perjalanan bagi karyawan dan mitra usaha sebagai imbalan atas prestasinya, serta menyelenggarakan pameran dalam rangka menyebarluaskan informasi dan promosi

suatu barang dan jasa yang berskala nasional, regional, dan internasional.

25. Yang dimaksud dengan “usaha jasa informasi pariwisata” adalah usaha yang menyediakan data, berita, feature, foto, video, dan hasil penelitian mengenai kepariwisataan yang disebarakan dalam bentuk bahan cetak dan/atau elektronik.
26. Yang dimaksud dengan “usaha jasa konsultan pariwisata” adalah usaha yang menyediakan saran dan rekomendasi mengenai studi kelayakan, perencanaan, pengelolaan usaha, penelitian, dan pemasaran di bidang kepariwisataan.
27. Yang dimaksud dengan “usaha jasa pramuwisata” adalah usaha yang menyediakan dan/atau mengoordinasikan tenaga pemandu wisata untuk memenuhi kebutuhan wisatawan dan/atau kebutuhan biro perjalanan wisata.
28. Yang dimaksud dengan “usaha wisata tirta” merupakan usaha yang menyelenggarakan wisata dan olahraga air, termasuk penyediaan sarana dan prasarana serta jasa lainnya yang dikelola secara komersial di perairan laut, pantai, sungai, danau, dan waduk.

### **2.2.3 Daya Tarik Wisata**

Daya tarik wisata pada awal perkembangan pariwisata di Indonesia adalah untuk mengistilahkan objek wisata, namun setelah Peraturan Pemerintah (PP) pada tahun 2009 diterbitkan, kata objek wisata selanjutnya tidak digunakan lagi untuk menyebut kata objek wisata yang merupakan suatu daerah tujuan para wisatawan. Untuk

memahami pengertian dan makna dari kata daya tarik wisata tersebut, berikut dijabarkan pengertian daya tarik wisata dari beberapa sumber berikut ini:

Menurut Undang-undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009, daya tarik wisata bisa dijelaskan sebagai segala sesuatu yang mempunyai keunikan, kemudahan, dan nilai yang berwujud keanekaragaman, kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau kunjungan para wisatawan. Sedangkan menurut Yoeti (2003), menyatakan bahwa daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang menjadi daya tarik bagi wisatawan untuk mengunjungi suatu daerah tertentu. Begitu juga dengan Pendit (1999), menyatakan bahwa daya tarik wisata adalah segala sesuatu yang menarik dan mempunyai nilai untuk dikunjungi dan dilihat. Pada dasarnya, daya tarik wisata dapat dikelompokkan menjadi dua kelompok, yakni daya tarik wisata alamiah, dan daya tarik wisata buatan.

Daya tarik wisata alamiah adalah daya tarik wisata ciptaan Tuhan Yang Maha Esa yang terdiri dari keadaan alam, flora dan fauna, sedangkan daya tarik wisata buatan merupakan hasil karya manusia yang terdiri dari museum, peninggalan sejarah, seni dan budaya, wisata agro, wisata buru, wisata petualangan alam, taman rekreasi, dan kompleks hiburan. Lebih lanjut Pendit (1999) juga menyatakan bahwa terdapat daya tarik wisata lainnya yakni minat khusus yang merupakan suatu hal yang menjadi daya tarik sesuai dengan minat dari wisatawannya seperti berburu, mendaki gunung,

menyusuri gua, industri dan kerajinan, tempat perbelanjaan, sungai air deras, tempat-tempat ibadah, tempat ziarah dan lainnya.

Paparan beberapa pengertian yang diberikan di atas tentang daya tarik wisata, maka dapat dikatakan bahwa yang dimaksud dengan daya tarik wisata adalah segala sesuatu disuatu tempat yang memiliki keunikan, keindahan, kemudahan dan nilai yang berwujud keanekaragaman kekayaan alam maupun buatan manusia yang menarik dan mempunyai nilai untuk dikunjungi dan dilihat oleh wisatawan.

Lebih lanjut tentang faktor-faktor yang dapat menjadi daya tarik wisata, menurut Pitana dan Gayatri, (2005) mengidentifikasikan terdapat 10 faktor yang menjadi faktor penarik suatu daerah menjadi daya tarik wisata, yaitu: (1) iklim suatu daerah, (2) gencarnya usaha promosi, (3) produk barang maupun jasa pada suatu daerah, (4) even-even khusus, (5) insentif potongan harga dan sejenis, (6) ajakan teman, (7) mengunjungi kerabat dan teman, (8) daya tarik wisata, (9) budaya, dan (10) lingkungan alamiah maupun buatan manusia. Dalam kaitannya dengan faktor-faktor yang menentukan wisatawan untuk membeli atau mengunjungi daya tarik wisata, Ariyanto (2005), menyatakan ada lima faktor yang menentukan seseorang untuk membeli jasa atau mengunjungi objek wisata, yaitu: (1) lokasi, (2) fasilitas, (3) citra atau image, (4) harga atau tarif, dan (5) pelayanan.

Jika melihat pengertian dan pendapat di atas, mengindikasikan bahwa tidak semua tempat yang ada di suatu

kawasan wisata dapat dikelompokkan sebagai daya tarik daerah tujuan wisata. Terdapat syarat-syarat yang mesti dapat dipenuhi untuk menjadi daya tarik wisata pada tujuan wisata. Daya tarik daerah untuk tujuan wisata akan mampu menarik wisatawan untuk mengunjunginya jika memenuhi syarat-syarat untuk pengembangan daerahnya, syarat-syarat tersebut adalah sebagai berikut (Utama, 2016):

1. Daya tarik yang dapat disaksikan (*what to see*), hal ini mengisyaratkan bahwa pada daerah harus ada sesuatu yang menjadi daya tarik wisata, atau suatu daerah mestinya mempunyai daya tarik yang khusus dan atraksi budaya yang bisa dijadikan sebagai hiburan bagi wisatawan. Apa yang disaksikan dapat terdiri dari pemandangan alam, kegiatan, kesenian, dan atraksi wisata.
2. Aktivitas wisata yang dapat dilakukan (*what to do*), hal ini mengisyaratkan bahwa di tempat wisata, menyaksikan sesuatu yang menarik, wisatawan juga mesti disediakan fasilitas rekreasi yang bisa membuat para wisatawan betah untuk tinggal lebih lama di tempat tujuan wisata.
3. Sesuatu yang dapat dibeli (*what to buy*), hal ini mengisyaratkan bahwa tempat tujuan wisata mestinya menyediakan beberapa fasilitas penunjang untuk berbelanja terutama barang souvenir dan kerajinan rakyat yang bisa berfungsi sebagai oleh-oleh untuk dibawa pulang ketempat asal wisatawan.

4. Alat transportasi (*what to arrived*), hal ini mesti mampu dijelaskan bahwa untuk dapat mengunjungi daerah daya tarik tujuan wisata tersebut, kendaraan apa yang digunakan dan berapa lama wisatawan tiba ke tempat tujuan wisata yang akan dituju.
5. Penginapan (*where to stay*), hal ini menunjukkan bagaimana wisatawan akan dapat tinggal untuk sementara selama mereka berlibur. Untuk menunjang keperluan tempat tinggal sementara bagi wisatawan yang berkunjung, daerah tujuan wisata perlu mempersiapkan penginapan-penginapan, seperti hotel berbintang atau hotel tidak berbintang dan sejenisnya.

#### **2.2.4 Jenis-Jenis Pariwisata**

Menurut Pendit (1999), pariwisata dapat dibedakan menurut motif wisatawan untuk mengunjungi suatu tempat. Jenis-jenis pariwisata tersebut adalah sebagai berikut.

##### **2.2.4.1 Wisata Budaya**

Wisata budaya yaitu perjalanan yang dilakukan atas dasar keinginan untuk memperluas pandangan hidup seseorang dengan jalan mengadakan kunjungan atau peninjauan ketempat lain atau ke luar negeri, mempelajari keadaan rakyat, kebiasaan adat istiadat mereka, cara hidup mereka, budaya dan seni mereka. Seiring perjalanan serupa ini disatukan dengan kesempatan–kesempatan mengambil bagian dalam kegiatan–kegiatan budaya, seperti

eksposisi seni (seni tari, seni drama, seni musik, dan seni suara), atau kegiatan yang bermotif kesejarahan dan sebagainya.

#### **2.2.4.2 Wisata Maritim atau Bahari**

Jenis wisata ini banyak dikaitkan dengan kegiatan olah raga di air, lebih-lebih di danau, pantai, teluk, atau laut seperti memancing, berlayar, menyelam sambil melakukan pemotretan, kompetisi berselancar, balapan mendayung, melihat-lihat taman laut dengan pemandangan indah di bawah permukaan air serta berbagai rekreasi perairan yang banyak dilakukan didaerah-daerah atau negara-negara maritim, di Laut Karibia, Hawaii, Tahiti, Fiji dan sebagainya. Di Indonesia banyak tempat dan daerah yang memiliki potensi wisata maritim ini, seperti misalnya Pulau-pulau Seribu di Teluk Jakarta, Danau Toba, pantai Pulau Bali dan pulau-pulau kecil disekitarnya, taman laut di Kepulauan Maluku dan sebagainya. Jenis ini disebut pula wisata tirta.

#### **2.2.4.3 Wisata Cagar Alam (Taman Konservasi)**

Untuk jenis wisata ini biasanya banyak diselenggarakan oleh agen atau biro perjalanan yang mengkhususkan usaha-usaha dengan jalan mengatur wisata ke tempat atau daerah cagar alam, taman lindung, hutan daerah pegunungan dan sebagainya yang kelestariannya dilindungi oleh undang-undang. Wisata cagar alam ini banyak dilakukan oleh para penggemar dan pecinta alam dalam kaitannya dengan kegemaran memotret binatang atau marga satwa serta pepohonan kembang beraneka warna yang memang mendapat

perlindungan dari pemerintah dan masyarakat. Wisata ini banyak dikaitkan dengan kegemaran akan keindahan alam, kesegaran hawa udara di pegunungan, keajaiban hidup binatang dan marga satwa yang langka serta tumbuh-tumbuhan yang jarang terdapat di tempat-tempat lain. Di Bali wisata Cagar Alam yang telah berkembang seperti Taman Nasional Bali Barat dan Kebun Raya Eka Karya.

#### **2.2.4.4 Wisata Konvensi**

Menurut Pendit (1999), MICE diartikan sebagai wisata konvensi, dengan batasan : usaha jasa konvensi, perjalanan insentif, dan pameran merupakan usaha dengan kegiatan memberi jasa pelayanan bagi suatu pertemuan sekelompok orang (negarawan, usahawan, cendikiawan dsb) untuk membahas masalah-masalah yang berkaitan dengan kepentingan bersama. Sedangkan menurut Kesrul (2004), Mice sebagai suatu kegiatan kepariwisataan yang aktifitasnya merupakan perpaduan antara leisure dan business, biasanya melibatkan sekelompok orang secara bersama-sama, rangkaian kegiatannya dalam bentuk meetings, incentive travels, conventions, congresses, conference dan exhibition.

1. *Meeting*: Meeting adalah istilah bahasa inggris yang berarti rapat, pertemuan atau persidangan. Meeting merupakan suatu kegiatan yang termasuk di dalam MICE. Menurut Kesrul (2004), Meeting Suatu pertemuan atau persidangan yang diselenggarakan oleh kelompok orang yang tergabung dalam asosiasi, perkumpulan atau perserikatan dengan tujuan

mengembangkan profesionalisme, peningkatan sumber daya manusia, menggalang kerja sama anggota dan pengurus, menyebarluaskan informasi terbaru, publikasi, hubungan kemasyarakatan. Menurut Kesrul (2004), “Meeting adalah suatu kegiatan kepariwisataan yang aktifitasnya merupakan perpaduan antara leisure dan business, biasanya melibatkan orang secara bersama-sama”.

2. *Incentive*: Undang-undang No.9 tahun 1990 yang dikutip oleh Pendit (1999), Menjelaskan bahwa perjalanan insentive merupakan suatu kegiatan perjalanan yang diselenggarakan oleh suatu perusahaan untuk para karyawan dan mitra usaha sebagai imbalan penghargaan atas prestasi mereka dalam kaitan penyelenggaraan konvensi yang membahas perkembangan kegiatan perusahaan yang bersangkutan. Menurut Kesrul (2004), bahwa insentive merupakan hadiah atau penghargaan yang diberikan oleh suatu perusahaan kepada karyawan, klien, atau konsumen. Bentuknya bisa berupa uang, paket wisata atau barang. Menurut Noor (2007), definisi mengenai incentive adalah *incentive travel is a global management tool that uses an exceptional travel experience to motivate and/or recognize participants for increased levels of performance in support of the organizational goals.*
3. *Conference*: Menurut (Pendit,1999), Istilah conference diterjemahkan dengan konferensi dalam bahasa Indonesia yang mengandung pengertian sama. Dalam prakteknya, arti meeting

sama saja dengan conference, maka secara teknis akronim mice sesungguhnya adalah istilah yang memudahkan orang mengingatnya bahwa kegiatan-kegiatan yang dimaksud sebagai perencanaan, pelaksanaan dan penyelenggaraan sebuah meeting, incentive, conference dan exhibition hakekatnya merupakan sarana yang sekaligus adalah produk paket-paket wisata yang siap dipasarkan. Kegiatan-kegiatan ini dalam industri pariwisata dikelompokkan dalam satu kategori, yaitu mice. Menurut Kesrul, (2004), Conference atau konferensi adalah suatu pertemuan yang diselenggarakan terutama mengenai bentuk-bentuk tata karena, adat atau kebiasaan yang berdasarkan mufakat umum, dua perjanjian antara negara-negara para penguasa pemerintahan atau perjanjian internasional mengenai topik tawanan perang dan sebagainya.

4. *Exhibition*: Exhibition berarti pameran, dalam kaitannya dengan industri pariwisata, pameran termasuk dalam bisnis wisata konvensi. Hal ini diatur dalam Surat Keputusan Menparpostel RI Nomor KM. 108 / HM. 703 / MPPT-91, Bab I, Pasal 1c, yang dikutip oleh Pendit (1999) yang berbunyi “Pameran merupakan suatu kegiatan untuk menyebar luaskan informasi dan promosi yang ada hubungannya dengan penyelenggaraan konvensi atau yang ada kaitannya dengan pariwisata Menurut Kesrul (2004), exhibition adalah ajang pertemuan yang dihadiri secara bersama-sama yang diadakan di suatu ruang pertemuan atau ruang pameran hotel, dimana

sekelompok produsen atau pembeli lainnya dalam suatu pameran dengan segmentasi pasar yang berbeda.

Pertimbangan pelaksanaan Mice: Menurut Kesrul (2004), dalam penyelenggara kegiatan MICE, ada beberapa hal yang perlu diperhatikan, antara lain:

1. Penetapan lokasi dan ruang MICE
  - a) Dalam penentuan terjadi 2 kemungkinan sebagai berikut:
    - (1) Pihak klien yang menetapkan dan mengkonfirmasi lokasi tempat penyelenggaraannya. Pihak perencana tidak meneruskan proses lebih lanjut. dan (2) Perencana mutlak menentukan lokasi dan tempat pertemuan, misalnya menyelenggarakan suatu seminar atau workshop atau konferensi.
  - b) Pertimbangan tempat penyelenggara secara geografis dengan spread of the person attending : terlalu jauh dari tempat peserta, kecuali khususnya seperti no.1b, peserta yang memerlukan sekali seminar dan konferensi tersebut.
  - c) Pertimbangan dalam menentukan kondisi sekitar lokasi dimana pertemuan akan digelar.
2. Perlengkapan fasilitas  
MICE Menurut Kesrul (2004) Perlengkapan fasilitas dan pelayanan kesekretariatan dari pertemuan atau konferensi amat beragam sehingga tidak ada standar yang berlaku umum. Dalam menentukan perlengkapan suatu pertemuan perlu memahami dengan seksama beberapa hal berikut:

- a) Jenis pertemuan dan lamanya
  - b) Jumlah peserta
  - c) Jumlah ruangan yang dibutuhkan
  - d) Jenis dan jumlah equipment yang diperlukan
  - e) Bentuk pengaturan tempat duduk
  - f) Akomodasi peserta mice
3. Penanganan transportasi
- Meeting planner atau PCO bertanggung jawab dalam pengaturan transportasi bagi keseluruhan peserta MICE. Menurut Kesrul (2004), ada enam point dalam pengaturan transportasi yaitu :
- a) Transprtasi udara
  - b) *Airport shuttle service*
  - c) *Multiple property shuttle*
  - d) *VIP transportation*
  - e) *Local tour*
  - f) *Staff transportation.*
4. Pelayanan makanan dan minuman
- Menurut Kesrul (2004), Mengemukakan bahwa agar acara pertemuan atau konferensi berjalan dengan lancar dan mengurangi complaint makanan dan minuman. Seorang meeting manager perlu memeriksa lokasi dan penempatan reguler food and beverage, room service and banquet capabilities. Evaluasi kualitas makanan dan minuman meliputi appearance and attractiveness, cleanliness, dan jenis serta

variasi makanan dan minuman pada saat ramai (peak hours) untuk mengetahui ketersediaan stok pelayanan dan keterampilan. Termasuk harga yang sesuai dengan penawaran, di samping itu apakah perlu melakukan pemesanan terlebih dahulu. Apakah restaurant tersebut melayani permintaan khusus atau tambahan menyangkut lay out dan jenis makanan dan minuman.

## 5. Akomodasi

Berikut ini daftar penanganan akomodasi yang harus di cek:

- a) Akomodasi sesuai harapan peserta
- b) Penginapan : Jumlah kamar, tipe kamar dan tempat tidur
- c) Kamar gratis untuk panitia atau komite : jumlah, tipe, dan fasilitas yang harus dibayar
- d) Kamar khusus untuk organisasi dan tamu resmi : jumlah, tipe, dan harga.

### 2.2.4.5 Wisata Pertanian (Agrowisata)

Filosofi agrowisata adalah meningkatkan pendapatan kaum tani, dan meningkatkan kualitas alam pedesaan menjadi hunian yang benar-benar dapat diharapkan sebagai hunian yang berkualitas, memberikan kesempatan masyarakat untuk belajar kehidupan pertanian yang menguntungkan dan ekosistemnya.

*“The philosophy of agrotourism is inspired to improve the farmers’ earnings and the quality of rural society lives which then expectedly represents opportunity to educate the societies on agriculture and ecosystems.”*

Artinya: “Agrowisata memberikan kesempatan kaum tani meningkatkan kualitas hidupnya dengan memanfaatkan sumberdaya pertanian yang mereka miliki”

Rilla (1999) memiliki pendapat yang hampir sama tentang agrowisata, dimana pembangunan pariwisata mestinya dapat menjadi peluang bagi petani lokal untuk meningkatkan pendapatannya untuk mempertahankan hidup keluarganya. Pendapat Lobo et al dapat dijabarkan sebagai berikut: agrowisata mendidik masyarakat belajar tentang pertanian untuk meningkatkan pendapatannya, agrowisata dapat mengurangi urbanisasi karena dengan adanya agrowisata di pedesaan, kaum muda tidak perlu pergi ke kota untuk bekerja, agrowisata juga dapat menjadi media mempromosikan produk lokal ke ranah internasional.

*“Rilla (1999) describes more clearly the reasons of developing agrotourism as such; (1) it educates for the purpose of keeping the relationship among local societies, interest sectors, and visitors. (2) it improves the health and freshness of visitors, (3) relaxation, (4) adventure, (5) natural food or food organic, (6) unique experiences, (7) cheap tourism.”*

Sementara agrowisata bagi wisatawan adalah mendidikan wisatawan untuk memahami kehidupan nyata tentang pertanian dan memberikan pemahaman kepada wisatawan bahwa kehidupan bertani adalah pekerjaan yang amat mulia karena kehidupan manusia lainnya sangat tergantung pada pertanian. Keuntungan lain bagi wisatawan adalah mereka dapat menikmati alam yang sehat

dan alamiah bebas dari polusi kota, mendapatkan produk pertanian yang benar-benar segar dan bahkan organic atau green product, agrowisata memberikan pengalaman perjalanan wisata yang unik, agrowisata adalah perjalanan wisata yang relatif murah jika dibandingkan dengan wisata lainnya.

#### **2.2.4.6 Wisata Buru**

Jenis ini banyak dilakukan di negeri-negeri yang memang memiliki daerah atau hutan tempat berburu yang dibenarkan oleh pemerintah dan digalakan oleh berbagai agen atau biro perjalanan. Wisata buru ini diatur dalam bentuk safari buru ke daerah atau hutan yang telah ditetapkan oleh pemerintah negara yang bersangkutan, seperti berbagai negeri di Afrika untuk berburu gajah, singa, ziraf, dan sebagainya. Di India, ada daerah-daerah yang memang disediakan untuk berburu macan, badak dan sebagainya, sedangkan di Indonesia, pemerintah membuka wisata buru untuk daerah Baluran di Jawa Timur dimana wisatawan boleh menembak banteng atau babi hutan.

#### **2.2.4.7 Wisata Ziarah**

Jenis wisata ini sedikit banyak dikaitkan dengan agama, sejarah, adat istiadat dan kepercayaan umat atau kelompok dalam masyarakat. Wisata ziarah banyak dilakukan oleh perorangan atau rombongan ke tempat-tempat suci, ke makam-makam orang besar atau pemimpin yang diagungkan, ke bukit atau gunung yang dianggap keramat, tempat pemakaman tokoh atau pemimpin

sebagai manusia ajaib penuh legenda. Wisata ziarah ini banyak dihubungkan dengan niat atau hasrat sang wisatawan untuk memperoleh restu, kekuatan batin, keteguhan iman dan tidak jarang pula untuk tujuan memperoleh berkah dan kekayaan melimpah.

### **2.2.5 Tujuan Pariwisata**

Dari sisi kepentingan nasional, Menurut Departemen Kebudayaan dan Pariwisata RI (2005) menjelaskan bahwa pembangunan kepariwisataan pada dasarnya ditujukan untuk beberapa tujuan pokok yang dapat dijelaskan sebagai berikut:

#### **1. Persatuan dan Kesatuan Bangsa**

Pariwisata dianggap mampu memberikan perasaan bangga dan cinta terhadap Negara Kesatuan Republik Indonesia melalui kegiatan perjalanan wisata yang dilakukan oleh penduduknya ke seluruh penjuru negeri. Dampak yang diharapkan, dengan banyaknya warganegara yang melakukan kunjungan wisata di wilayah-wilayah selain tempat tinggalnya akan menimbulkan rasa persaudaraan dan pengertian terhadap sistem dan filosofi kehidupan masyarakat yang dikunjungi sehingga akan meningkatkan rasa persatuan dan kesatuan nasional.

#### **2. Penghapusan Kemiskinan (*Poverty Alleviation*)**

Pembangunan pariwisata diharapkan mampu memberikan kesempatan bagi seluruh rakyat Indonesia untuk berusaha dan bekerja. Kunjungan wisatawan ke suatu daerah diharapkan mampu memberikan manfaat yang sebesar-besarnya

bagi peningkatan kesejahteraan masyarakat. Harapannya adalah bahwa pariwisata harusnya mampu memberi andil besar dalam penghapusan kemiskinan di berbagai daerah yang miskin potensi ekonomi lain selain potensi alam dan budaya bagi kepentingan pariwisata.

3. Pembangunan Berkesinambungan (*Sustainable Development*)

Dengan sifat kegiatan pariwisata yang menawarkan keindahan alam, kekayaan budaya dan keramah tamahan dan pelayanan, sedikit sekali sumberdaya yang habis digunakan untuk menyokong kegiatan ini. Artinya penggunaan sumberdaya yang habis pakai cenderung sangat kecil sehingga jika dilihat dari aspek keberlanjutan pembangunan akan mudah untuk dikelola dalam waktu yang relative lama.

4. Pelestarian Budaya (*Culture Preservation*)

Pembangunan kepariwisataan diharapkan mampu berkontribusi nyata dalam upaya-upaya pelestarian budaya suatu negara atau daerah yang meliputi perlindungan, pengembangan dan pemanfaatan budaya negara ataudaerah. UNESCO dan UN-WTO dalam resolusi bersama mereka di tahun 2002 telah menyatakan bahwa kegiatan pariwisata merupakan alat utama pelestarian kebudayaan. Dalam konteks tersebut, sudah selayaknya bagi Indonesia untuk menjadikan pembangunan kepariwisataan sebagai pendorong pelestarian kebudayaan diberbagai daerah.

5. Pemenuhan Kebutuhan Hidup dan Hak Azasi Manusia

Pariwisata pada masa kini telah menjadi kebutuhan dasar kehidupan masyarakat modern. Pada beberapa kelompok masyarakat tertentu kegiatan melakukan perjalanan wisata bahkan telah dikaitkan dengan hak azasi manusia khususnya melalui pemberian waktu libur yang lebih panjang dan skema *paid holidays*.

#### 6. Peningkatan Ekonomi dan Industri

Pengelolaan kepariwisataan yang baik dan berkelanjutan diharapkan mampu memberikan kesempatan bagi tumbuhnya ekonomi di suatu destinasi pariwisata. Penggunaan bahan dan produk lokal dalam proses pelayanan di bidang pariwisata akan juga memberikan kesempatan kepada industri lokal untuk berperan dalam penyediaan barang dan jasa.

#### 7. Pengembangan Teknologi

Dengan semakin kompleks dan tingginya tingkat persaingan dalam mendatangkan wisatawan ke suatu destinasi, kebutuhan akan teknologi tinggi khususnya teknologi industri akan mendorong destinasi pariwisata mengembangkan kemampuan penerapan teknologi terkini mereka. Pada daerah-daerah tersebut akan terjadi pengembangan teknologi maju dan tepat guna yang akan mampu memberikan dukungan bagi kegiatan ekonomi lainnya. Dengan demikian pembangunan kepariwisataan akan memberikan manfaat bagi masyarakat dan pemerintahan di berbagai daerah yang lebih luas dan bersifat fundamental. Kepariwisataakan menjadi bagian tidak

terpisahkan dari pembangunan suatu daerah dan terintegrasi dalam kerangka peningkatan kesejahteraan masyarakat setempat.

### **2.2.6 Trend Positif Pariwisata**

Saat ini pariwisata seringkali dipersepsikan sebagai mesin penggerak ekonomi atau penghasil devisa bagi pembangunan ekonomi di suatu negara, tanpa terkecuali di Afrika. Namun pada kenyataannya, pariwisata memiliki spektrum fundamental pembangunan yang lebih luas bagi suatu negara. Melihat trend positif dari pertumbuhan pariwisata global, optimisasi pembangunan pariwisata sebagai sebuah alternatif pembangunan untuk pengganti sektor agraris dan industri yang cenderung merusak sumber daya alamiah semakin mendapat sambutan yang lebih meyakinkan. Munculnya isu pengelolaan pariwisata yang berkelanjutan adalah sebagai hal yang dinamis dalam skala industri secara makro melalui pendekatan strategis dalam perencanaan dan pembangunan sebuah destinasi pariwisata.

Kepentingan pariwisata dalam pembangunan berkelanjutan adalah logis mengingat bahwa pariwisata adalah salah satu industri yang produknya menjual lingkungan, baik fisik dan manusia sebagai sebuah totalitas produk. Sebenarnya pembangunan pariwisata merupakan konsep yang sedang berkembang, konsep siklus hidup pariwisata dan konsep daya dukung saling terkait adalah cara yang baik dan dinamis untuk melihat kondisi dan perkembangan pariwisata. Konsep siklus hidup menunjukkan

bahwa daerah tujuan wisata senantiasa mengalami perubahan dari waktu ke waktu, dan kemajuannya dapat dilihat melalui tahapan-tahapan dari pengenalan hingga penurunan. Dengan pengelolaan yang baik, pariwisata berperan untuk memberdayakan sumber daya yang langka serta menjadikan industri pariwisata dapat diperpanjang siklus hidupnya dan berkelanjutan (Utama, 2016: 29).

Dalam pengembangan strategi pariwisata dan kebijakan, otoritas yang bertanggung jawab, harus mempertimbangkan pandangan dari sejumlah pemangku kepentingan termasuk industri, penduduk, kelompok khusus yang mewakili kepentingan lingkungan dan masyarakat, serta wisatawan sendiri. Pelibatan stakeholder dalam perumusan strategi pengembangan pariwisata yang berkelanjutan dan kebijakan mungkin menjadi hal yang sangat penting untuk diperhatikan. Sebuah keharusan mengakomodasi seluruh masukan atau pendapat dari berbagai kelompok pemangku kepentingan dalam hal identifikasi masalah, legitimasi, keterlibatan dan resolusi konflik. Kerangka stakeholder telah diterapkan dalam hubungannya dengan siklus hidup daerah tujuan wisata dalam rangka menganalisis sikap terhadap pemangku kepentingan pariwisata dan pembangunan berkelanjutan (Utama, 2016: 30).

### **2.2.7 Sarana Pariwisata**

Sarana Pariwisata adalah fasilitas dan perusahaan yang memberikan pelayanan kepada wisatawan baik secara langsung maupun tidak langsung. Baik-buruknya sarana kepariwisataan tergantung pada jumlah kunjungan wisatawan. Sarana pariwisata meliputi (Utama, 2016):

#### **2.2.7.1 Biro perjalanan wisata**

Biro perjalanan wisata adalah perusahaan yang menyelenggarakan kegiatan paket wisata dan agen perjalanan. Kegiatan usaha biro perjalanan wisata:

1. Menyusun dan menjual paket wisata luar negeri atas dasar permintaan.
2. Menyenggarakan atau menjual pelayaran wisata (*cruise*).
3. Menyusun dan menjual paket wisata dalam negeri kepada umum atau atas dasar permintaan.
4. Menyenggarakan pemanduan wisata.
5. Menyediakan fasilitas untuk wisatawan.
6. Menjual tiket/karcis sarana angkutan, dan lain-lain.
7. Mengadakan pemesanan sarana wisata.
8. Mengurus dokumen-dokumen perjalanan sesuai dengan peraturan yang berlaku.

### **2.2.7.2 Agen Perjalanan Wisata**

Agen Perjalanan Wisata adalah perusahaan yang melakukan kegiatan penjualan tiket (karcis), sarana angkutan, dan lain-lain serta pemesanan sarana wisata. Kegiatan agen perjalanan wisata:

1. Menjual tiket, dan lain-lain
2. Mengadakan pemesanan sarana wisata
3. Mengurus dokumen-dokumen perjalanan sesuai dengan peraturan yang berlaku.

### **2.2.7.3 Cabang biro perjalanan umum**

Adalah satuan-satuan usaha dari suatu Biro Perjalanan Umum Wisata yang berkedudukan di tempat yang sama atau ditempat lain yang memberikan pelayanan yang berhubungan dengan perjalanan umum.

### **2.2.7.4 Industri-Industri dalam Kepariwisataan**

Industri-Industri dalam Kepariwisataan meliputi:

1. Transportasi
2. Akomodasi
3. Segala sesuatu yang menarik wisatawan untuk berkunjung sesuai sifat kegiatan perusahaan perjalanan dibagi menjadi:  
Wholesaler adalah perusahaan perjalanan yang menyusun acara perjalanan wisata secara menyeluruh atau secara khusus menjual paket perjalanan wisata kepada Retail Travel Agent.

Retailer atau Retailer Travel Agent adalah biro perjalanan yang menjual perjalanan wisata secara langsung kepada wisatawan

#### **2.2.7.5 Hotel dan Jenis Akomodasi lainnya**

Yang termasuk jenis akomodasi: hotel, motel, wisma, pondok wisata, villa, apartemen, karavan, perkemahan, kapal pesiar, yacht, pondok remaja dan sebagainya.

1. *Serviced Accomodation*, akomodasi yang menyediakan fasilitas dan pelayanan makanan dan minuman.
2. *Non-Service Accomodation*, akomodasi yang tidak menyediakan makanan dan minuman. Sekurang-kurangnya harus menyediakan kamar berperabot (*furnished room*) dan tenaga untuk melayani keperluan tamu.

Sarana lainnya berupa: bar, restoran, katering dan usaha jasa boga, toko cendramata dan pusat kerajinan

##### **2.2.7.5.1 Pengertian Hotel**

Kebutuhan akan sarana akomodasi bagi para wisatawan sangat di rasakan manfaat dan pentingnya suatu hotel. Hotel berasal dari bahasa latin yakni “hospes” yang mempunyai pengertian untuk menunjukkan orang asing yang menginap di rumah seseorang kemudian berkembangnya menjadi kata “hotel” yang di nyatakan sebagai rumah penginapan. Hotel adalah sejenis akomodasi yang menyediakan fasilitas dan pelayanan penginapan, makan, dan minum, serta jasa jasa lainnya untuk umum yang tinggi untuk

sementara waktu dan di kelola secara professional (Utama, 2016: 43).

#### 2.2.7.5.2 Klasifikasi Hotel

Meskipun kegiatan yang beraa di dalam setiap hotel sama, beberapa hotel memiliki keunikan rancangan yang berbeda-beda baik dari sisi kelengkapan ruang, kelengkapan layanan, penampilan bangunan, maupun suasana dalam bangunan yang dirancang,. Hal ini dipengaruhi oleh kegiatan khusus atau lebih spesifik dari para tamu hotel. Proses perncanaan sebuah hotel perlu diperhatikan berbagai komponen yang terkait, yang berbeda-beda sesuai dengan jenis htel yang direncanakan.

1. Jenis hotel menurut tujuan kedatangan tamu (Utama, 2016: 44):

a) *Business Hotel*

Merupakan hotel yang dirancang untuk mengakomoasi tamu yang mempunyai tujuan berbisnis. Hotel seperti ini memerlukan berbagai macam fasilitas seperti olah raga, bersantai, jamuan makan ataupun minum, fasilitas negosiasi dengan mengedepankan kenyamanan dan privasi yang tinggi. Selain itu standart luas ruang pertemuan juga perlu dipertimbangkan.

b) *Pleasure Hotel*

Merupakan hotel yang sebagian besar fasilitasnya ditujukan untuk memfasilitasi tamu yang bertujuan berekreasi. Sebagai fasilitas pendukung aktivitas rekreasi,

hotel seperti ini dilengkapi dengan berbagai fasilitas untuk bersantai dan relaksasi baik itu untuk kegiatan outdoor ataupun indoor.

c) Country Hotel

Merupakan hotel khusus bagi tamu antar negara. Hotel seperti ini sangat memerlukan privasi dan keamanan yang sangat tinggi. Biasanya lokasi hotel tersebut berada di pusat kota agar dekat dengan pusat pemerintahan suatu negara, atau berada jauh dari pusat kota tetapi lokasi tersebut mempunyai nilai lebih seperti pemandangan yang indah sehingga tamu dapat beristirahat dengan nyaman.

d) *Sport Hotel*

Merupakan hotel yang fasilitasnya ditujukan terutama untuk melayani tamu yang bertujuan untuk berolahraga. Untuk fasilitas sport hotel hampir sama dengan fasilitas pleasure hotel, hanya saja untuk fasilitas olah raga lebih ditonjolkan, tidak hanya sekedar fasilitas olah raga untuk berekreasi, fasilitas untuk berekreasi juga tetap diadakan karena tidak semua tamu yang menginap di hotel tersebut merupakan kalangan penggemar olah raga saja tetapi juga merupakan masyarakat biasa.

2. Jenis hotel menurut lamanya tamu menginap (Utama, 2016: 46):

a) Transit Hotel

Hotel dengan waktu inap tiak lama (harian). Fasilitas yang dapat mendukung hotel seperti ini adalah layanan pada tamu dalam waktu singkat seperti laundry, restoran, dan agen perjalanan.

b) Semiresintial Hotel

Hotel dengan rata-rata waktu inap tamu cukup lama (mingguan). Fasilitas hotel seperti ini perlu dilengkapi dengan fasilitas yang lebih bervariasi, tidak membosankan, dan untuk waktu yang relatif lebih lama, seperti fasilitas kebugaran (spa, jogging track, tenis, kolam renang,dan sebagainya), dan fasilitas rekreasi (restoran, cafe, taman bermain,dan sebagainya).

c) Residential Hotel

Hotel dengan waktu kunjungan tamu yang tergolong lama (bulanan). Hotel seperti ini mengedepankan rasa nyaman dan keamanan pada tamu hotel. Fasilitas yang disediakan biasanya fasilitas yang dibutuhkan sehari-hari seperti supermarket atau perbelanjaan, fasilitas kebugaran, (spa, jogging track, tenis, kolam renang,dan sebagainya), fasilitas rekreasi (taman bermain, restoran, cafe, dan sebagainya). Maka dari itu perletakan hotel yang seperti ini biasanya digabungkan atau join dengan tempat perbelanjaan atau

supermarket agar saling dapat memberikan keuntungan, layanan dan sebagai daya tarik pengunjung.

3. Jenis hotel menurut jumlah kamar (Utama, 2016: 47):

a) *Small Hotel*

Hotel dengan jumlah kamar maksimal 25 kamar. Hotel ini biasanya dibangun di daerah dengan angka kunjungan rendah.

b) *Medium Hotel*

Hotel dengan jumlah kamar sekitar 29-299 kamar. Hotel ini biasanya dibangun di daerah dengan angka kunjungan sedang.

c) *Large Hotel*

Hotel dengan jumlah kamar minimum 300 kamar. Hotel ini biasanya dibangun di daerah dengan angka kunjungan tinggi.

4. Jenis hotel menurut lokasinya (Utama, 2016: 48):

a) *City Hotel*

Hotel yang terletak di pusat kota dan biasanya menampung tamu yang bertujuan bisnis atau dinas. Sasaran konsumen dari hotel ini adalah tamu pebisnis atau urusan dinas, lokasi yang dipilih sebaiknya mendekati kantor-kantor atau area bisnis di kota tersebut.

b) *Down Town Hotel*

Hotel yang berlokasi di dekat perdagangan dan perbelanjaan. Sasaran konsumen dari hotel ini adalah

pengunjung yang ingin berwisata belanja ataupun menjalin relasi dagang. Kadang hotel ini dibangun bergabung dengan suatu fasilitas perbelanjaan agar dapat saling memberikan keuntungan.

c) Sub-urban Hotel/Motel

Hotel yang berlokasi di pinggir kota. Sasaran konsumen dari hotel ini adalah tamu yang menginap dengan waktu pendek dan merupakan fasilitas transit masyarakat yang sedang melakukan perjalanan.

d) *Resort* Hotel

Hotel yang dibangun di tempat-tempat wisata. Tujuan pembangunan hotel ini adalah sebagai fasilitas akomodasi dari suatu aktivitas wisata.

### **2.2.8 Motivasi Melakukan Perjalanan Wisata**

Motivasi dipandang sebagai bagian dari sisi kebutuhan dan keinginan psikologis maupun biologis, yang meliputi bagian yang tidak dapat dipisahkan yang dapat mendorong dan menarik seseorang untuk berbuat atau melakukan aktivitas tertentu (Yoon dan Uysal, 2003). Karena paradigma pariwisata erat hubungannya dengan manusia dan sifat manusia, maka terbangunlah proposisi yang kompleks untuk memahami mengapa seseorang melakukan perjalanan wisata dan apa yang mereka ingin nikmati dalam perjalanan wisatanya.

Berbagai disiplin ilmu telah digunakan untuk menjelaskan fenomena dan karakteristik yang berkaitan dengan motivasi

tersebut. Namun menurut Yoon dan Uysal (2003) pendekatan yang paling cocok untuk memahami motivasi seseorang melakukan perjalanan wisata adalah pendekatan psikologi dan sosiologi, dimana definisi motivasi tersebut dipahami sebagai motif emosional dan kognitif yang mendorong dan menarik atau motif pendorong (*intrinsic*) dan penarik (*extrinsic*) untuk melakukan perjalanan wisata baik secara individu maupun secara kelompok (Yoon dan Uysal, 2003).

Motivasi pendorong berhubungan dengan dorongan, perasaan, dan insting yang berasal dari dalam diri seseorang. Motivasi penarik melibatkan representasi mental seperti pengetahuan atau keyakinan. Dari pandangan antropolog, wisatawan dimotivasi oleh kedua hal tersebut, untuk melakukan perjalanan wisata ke suatu destinasi karena mereka yakin dari pengetahuan yang mereka miliki bahwa suatu destinasi diharapkan seperti apa yang mereka yakini (Yoon dan Uysal, 2003).

Menurut Yoon dan Uysal, 2003 pada beberapa penelitian tentang pariwisata, konsep motivasi dibagi menjadi dua klasifikasi yakni motivasi pendorong dan penarik. Seseorang melakukan perjalanan wisata disebabkan oleh faktor-faktor yang mendorong (*push factors*) dari dalam diri mereka sendiri, dan faktor-faktor yang menarik (*pull factors*) yang berasal dari atribut destinasi pariwisata yang mereka kunjungi. Lebih lanjut, Uysal and Hagan (1993) dalam Utama (2016: 166) menjelaskan bahwa faktor pendoronglah (*push factors*) yang memutuskan mengapa seseorang

melakukan perjalanan wisata, dan faktor penarik (*pull factors*) kemudian menentukan kapan, bagaimana, dan ke mana seseorang akan berwisata.

Menurut Sharpley, 1994 dan Wahab, 1975 (dalam Pitana, 2005) menekankan, motivasi merupakan hal yang sangat mendasar dalam studi tentang wisatawan dan pariwisata, karena motivasi merupakan “*Trigger*” dari proses perjalanan wisata, walau motivasi ini sering tidak disadari secara penuh oleh wisatawan itu sendiri.

Pada dasarnya seseorang melakukan perjalanan dimotivasi oleh beberapa hal, motivasi-motivasi tersebut dapat dikelompokkan menjadi empat kelompok besar sebagai berikut: (1) *Physical or physiological motivation* yaitu motivasi yang bersifat fisik antara lain untuk relaksasi, kesehatan, kenyamanan, berpartisipasi dalam kegiatan olahraga, bersantai dan sebagainya. (2) *Cultural motivation* yaitu keinginan untuk mengetahui budaya, adat, tradisi dan kesenian daerah lain. (3) *Social or interpersonal motivation* yaitu motivasi yang bersifat sosial, seperti mengunjungi teman dan keluarga, menemui mitra kerja, melakukan hal-hal yang dianggap mendatangkan gengsi (*prestice*), melakukan ziarah, pelarian dari situasi yang membosankan dan seterusnya. (4) *Fantasy motivation* yaitu adanya motivasi di daerah lain seseorang akan bisa lepas dari rutinitas keseharian yang menjemukan dan yang memberikan kepuasan psikologis (McIntosh, 1977 dan Murphy, 1985; dalam Pitana, 2005).

Pearce, 1998 (dalam Pitana, 2005) berpendapat, wisatawan dalam melakukan perjalanan wisata termotivasi oleh beberapa faktor yakni: Kebutuhan fisiologis, keamanan, sosial, prestise, dan aktualiasasi diri. Faktor-faktor pendorong untuk berwisata sangatlah penting untuk diketahui oleh siapapun yang berkecimpung dalam industri pariwisata (Pitana, 2005). Dengan adanya faktor pendorong, maka seseorang ingin melakukan perjalanan wisata, tetapi belum jelas mana daerah yang akan dituju. Interpretasi Faktor Pendorong dan Penarik Berwisata.

**Tabel 2. 1**  
**Pendorong dan Penarik Wisatawan untuk Berwisata**

<b>Faktor Pendorong (<i>push factors</i>)</b>	<b>Faktor Penarik (<i>pull factors</i>)</b>
1. <i>Rest and relaxation</i> (Beristirahat dan relaksasi)	1. <i>Safety of the destination</i> (Jaminan keselamatan pada destinasi)
2. <i>Visit to new places</i> (mengunjungi tempat-tempat baru)	2. <i>Location of accommodation</i> (Lokasi akomodasi)
3. <i>Learn and experience new things</i> (Belajar dan mengalami hal-hal baru)	3. <i>Natural attractions</i> (Daya tarik alamiah)
4. <i>Get away from stress</i> (Menjauhkan diri dari stress)	4. <i>Price of inclusive packages/hotels</i> (Harga paket yang inklusif/hotel)
5. <i>Escape from day-by-day activities</i> (Melarikan diri dari kegiatan sehari-hari)	5. <i>Variety of suitability of food and beverage</i> (Berbagai makanan dan minuman yang sesuai)
6. <i>Meet people and socialization</i> (Menemui orang-orang dan bersosialisasi)	6. <i>Historical attractions</i> (Daya tarik sejarah)
7. <i>Improve health and well-being</i> (Meningkatkan kesehatan dan kesejahteraan)	7. <i>Cultural attractions</i> (Daya tarik budaya)
8. <i>Take challenge/experience and</i>	8. <i>Local transportation</i>

Tabel 2.1 – Lanjutan

<i>adventure</i> (Mencoba tantangan/pengalaman dan petualangan)	(Transportasi lokal)
9. Seek intellectual enrichment (Memperkaya intelektualitas)	9. Convenient immigration and customs procedure (Kenyamanan urusan imigrasi dan prosedur beacukai)
10. Exercise physically (Melatih fisik)	10. Availability of medical facilities (Ketersediaan fasilitas medis)
11. Visit family and friends (Mengunjungi keluarga dan teman-teman)	11. Infrastructure (Infrastruktur Destinasi)
	12. <i>Service quality of travel agents</i> (Kualitas layanan agen perjalanan)
	13. <i>Service quality of tour leaders and tour guide</i> (Kualitas pelayanan <i>tour leader</i> dan pemandu wisata)
	14. <i>Hotel accessibility and disability features</i> (Aksesibilitas hotel dan fasilitas untuk penyandang cacat/senior)
	15. <i>Special events and festivals</i> (Acara khusus dan festival)
	16. <i>Leisure activities</i> (Aktivitas wisata, rekreasi, dan hiburan)

Sumber: Esichaikul, (2012)

### 2.3 Pariwisata Syariah

Pariwisata syariah adalah suatu kegiatan wisata yang didukung dengan berbagai fasilitas serta layanan yang sesuai dengan prinsip syariah. Adapun yang dimaksud dengan prinsip

syariah adalah hukum Islam terkait berbagai kegiatan pariwisata berdasarkan fatwa yang dikeluarkan oleh lembaga yang berwenang. Di Indonesia lembaga yang dimaksud adalah Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI). Pariwisata syariah dapat didefinisikan sebagai kegiatan wisata yang didukung berbagai fasilitas dan layanan yang disediakan masyarakat, pengusaha, pemerintah yang memenuhi kebutuhan syariah (Misno, 2018).

Pariwisata syariah telah diperkenalkan sejak tahun 2000 dari pembahasan pertemuan OKI (Organisasi Konferensi Islam). Pariwisata syariah merupakan suatu permintaan wisata yang didasarkan pada gaya hidup wisatawan muslim selama liburan. Selain itu, pariwisata syariah merupakan pariwisata yang fleksibel, rasional, sederhana dan seimbang. Pariwisata ini bertujuan agar wisatawan termotivasi untuk mendapatkan kebahagiaan dan berkat dari Allah (Munirah, 2012).

Terminologi wisata syariah di beberapa negara ada yang menggunakan istilah seperti Islamic tourism, halal tourism, ataupun as moslem friendly destination. 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, pegadaian syariah, hotel syariah dan pariwisata syariah (Adinugraha, Sartika, dan Kadarningsih, 2018).

Saat ini pariwisata yang tengah menjadi tren yaitu pariwisata syariah yang mana pengoperasiannya sesuai dengan syariah Islam. Adanya sektor baru ini yaitu pariwisata syariah diharapkan akan berimplikasi terhadap peningkatan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat. Implikasi yang dirasakan masyarakat akan adanya pariwisata syariah ini tidak hanya berimplikasi pada satu bidang saja melainkan ada beberapa bidang seperti bidang ekonomi, bidang sosial budaya dan bidang lingkungan (Ridwan & Ramadhany, 2018). 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 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 (Jaelani, 2017).

Menurut Sofyan (2012:33), definisi wisata syariah 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.

Pariwisata syariah ini bentuk kegiatan wisata yang telah didukung dengan beraneka macam fasilitas dan pelayanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, serta pemerintah daerah yang memenuhi kebutuhan masyarakat. Oleh karena itu pariwisata syariah dapat disimpulkan bahwa pariwisata syariah merupakan perjalanan wisata yang mengedepankan nilai dan norma Islam yang mana nilai halal dan haram menjadi tolak ukur wisatawan.

Pariwisata syariah sudah lebih dulu diterapkan di negara lain, contohnya negara yang telah menerapkan pariwisata syariah adalah Malaysia dan Thailand. Malaysia telah membangun konsep syariah sejak 2006 bahkan telah memiliki Direktorat Jenderal

Pariwisata Syariah sejak 2009. Hal tersebut ,membuat program wisata syariah di Malaysia lebih terkoordinasi<sup>6</sup>. Thailand sebagai negara mayoritas non muslim telah merancang wisata syariah sejak tahun 2005 namun pemerintah Thailand benar – benar siap sejak tahun 2015. Pihak pemerintah Thailand memfokuskan pada bagian kuliner dan hotel. Disamping itu, Thailand telah menyediakan aplikasi *thailand muslim friendly destination untuk mengakses lokasi restoran dan masjid terdekat. Ini merupakan bentuk kesiapan Thailand dalam menerapkan wisata syariah.* Indonesia sangat berpotensi dalam mengembangkan wisata berbasis syariah, selain karena masyarakat Indonesia dengan mayoritas muslim terbesar dunia, Indonesia juga memiliki banyak potensi alam untuk dijadikan destinasi wisata. Menurut Kasubdit Korporasi Direktorat MICE dan Minat Khusus Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif mengatakan, ada 13 provinsi yang telah siap mengembangkan pariwisata syariah salah satunya Nusa Tenggara Barat. Saat ini sudah ditetapkan empat bidang yang mendukung pengoperasian wisata syariah yaitu tempat penginapan (hotel), travell, rumah makan yang bersertifikat halal, serta salon dan spa, ke empat bidang ini akan terus dikembangkan dan akan terus dilakukan sertifikasi halal yang dikeluarkan oleh Dewan Syariah Nasional (DSN) – Majelis Ulama Indonesia (MUI), dan LP POM. Sedangkan untuk biro perjalanan wisata, paket wisata syariah yang diberikan harus sesuai syariah (Ramadhany & Ridlwan, 2018).

### 2.3.1 Pariwisata Syariah dalam Al-Qur'an

Berwisata mendapatkan legitimasi dari ajaran Islam. Sebagai sistem kepercayaan, Islam memberikan arah kepada umat manusia untuk merenungi tanda kebesaran Tuhan yang membentang di langit dan bumi. Allah memberikan dua tanda kebesaran-Nya kepada manusia, yaitu: Pertama, ayat qauliyah yang ada dalam Al-Quran dan al-Hadits sebagai cara hidup manusia. Kedua, ayat-ayat kauniyah yang menghampar di alam sebagai bukti kebesaran Tuhan. Secara harfiah, ayat berarti “tanda” dalam arti rambu-rambu perjalanan menuju Allah, atau bukti-bukti kekuasaan Allah. “Tanda” tersebut tidak dapat difungsikan dengan baik kecuali apabila didengar dan dipandang, baik dengan mata hati maupun oleh mata kepala (Faidah dan Anwar, 2015).

Al-Quran memuji (*al-Saihun*) yang melakukan perjalanan untuk mendapatkan ilmu, pengajaran dan agama, Allah berfirman yang artinya :

*“Sesungguhnya Allah telah membeli dari orang-orang mukmin, diri dan harta mereka dengan memberikan surga untuk mereka. Mereka berperang pada jalan Allah, lalu mereka membunuh atau terbunuh. (Itu telah menjadi) janji yang benar dari Allah di dalam Taurat, Injil dan Al quran. Dan siapakah yang lebih menepati janjinya (selain) daripada Allah? Maka bergembiralah dengan jual beli yang telah kamu lakukan itu, dan itulah kemenangan yang besar”.* (QS. At Taubah [9]:111)

*“Mereka itu adalah orang-orang yang bertaubat, yang beribadat, yang memuji (Allah), yang menggembara (demi ilmu dan agama), yang ruku yang sujud, yang menyuruh berbuat makruf dan*

*mencegah berbuat munkar dan yang memelihara hukum-hukum Allah. Dan gembirakanlah orang-orang mukmin itu". (QS:112)*

Ayat tersebut memberikan pujian kepada orang yang menggembara untuk mendapatkan ilmu dan agama, dipuji beriringan dengan orang yang bertobat, mengabdikan memuji Allah, rukuk dan sujud, memerintahkan kepada kebaikan dan mencegah kemungkaran serta memelihara hukum Allah (Faidah dan Anwar, 2015).

Quraish Shihab menjelaskan bahwa kata *al-saihun* merupakan musytaq (pecahan) dari kata *siyahah* yang secara populer diartikan sebagai wisata. Kata ini mengandung arti penyebaran. Oleh karena itu, dari kata tersebut dibentuk kata sahat yang berarti lapangan yang luas. Muhammad Jamaluddin Al-Qasimiy (1866-1914) menguraikan dalam tafsirnya bahwa arti *siyahah* adalah perjalanan wisata. Menurutnya, cukup banyak bukti dan indikator dari ayat Al-Quran yang mendukung arti tersebut. Pakar Al-Quran tersebut menjelaskan sebagai berikut (Shihab, 2003): Penulis telah menemukan sekian banyak pakar yang berpendapat bahwa Kitab Suci memerintahkan manusia agar mengorbankan sebagian dari masa hidupnya untuk melakukan perjalanan wisata agar ia dapat menemukan peninggalan-peninggalan lama, mengetahui kabar berita umat-umat terdahulu, agar kesemua itu dapat menjadi pelajaran yang dapat mengetuk otak-otak yang beku.

Sedangkan Fakhruddin Al-Raziyy (1149-1209), seorang mufasir, menulis Perjalanan wisata memiliki dampak yang sangat besar dalam rangka menyempurnakan jiwa manusia. Dengan melakukan perjalanan, ia mungkin mendapat kesulitan dan dalam kondisi itu ia dapat mendidik jiwanya untuk bersabar. Mungkin juga ia menemui orang-orang terkemuka, sehingga ia dapat mendapatkan sesuatu dari mereka hal-hal yang tidak dimilikinya. Selain itu, ia juga dapat menyaksikan aneka ragam perbedaan ciptaan Allah. Maka, perjalanan wisata memiliki dampak yang kuat dalam kehidupan beragama seseorang.

Perjalanan wisata yang dibolehkan dan bernilai ibadah adalah perjalanan yang tidak mengakibatkan seorang pelancong melakukan kemaksiyatan dan berbuat dosa. Islam memberikan keringanan kepada orang yang melakukan perjalanan dalam menjalankan kewajiban agama, seperti kebolehan menunda puasa dan melakukan jama' dan qashar shalat.

Melakukan perjalanan wisata tidak hanya diperbolehkan, bahkan dianjurkan dalam al- Qur'an dengan tujuan untuk bertadabbur dan mengagumi kebesaran Allah yang terhampar di alam semesta dan di berbagai penjuru dunia. Tujuan berwisata di dalam al-Qur'an merujuk pada beberapa ayat adalah (Faidah dan Anwar, 2015):

1. Memperkuat keimanan kepada Sang Khaliq. Dengan melakukan perjalanan wisata, menikmati keindahan alam dan keanekaragaman hayati seseorang wisatawan memiliki

kesadaran akan kebesaran dan kekuasaan Allah. Allah berfirman yang artinya:

*“Jelajahilah bumi, kemudian perhatikanlah bagaimana kesudahan orang-orang yang mendustakan itu”. Katakanlah: “Kepunyaan siapakah apa yang ada di langit dan bumi?” Katakanlah: “Kepunyaan Allah”. Dia telah menetapkan atas diri-Nya kasih penulisng. Dia sungguh akan menghimpun kamu pada hari kiamat yang tidak ada keraguan terhadapnya. Adapun orang-orang yang merugikan dirinya, mereka itu tidak beriman”.* (QS. Al An'am [6]:11-12).

Perintah melakukan perjalanan pada ayat tersebut dilanjutkan dengan perintah memperhatikan secara seksama akibat yang ditanggung umat terdahulu atas kedustaan yang dilakukan. Pada ayat 12, ditegaskan bahwa hasil tadabbur manusia akan cakrawala alam semesta ini seharusnya mengantarkan pada keyakinan akan keberadaan Pencipta. Dengan demikian, berwisata dapat meningkatkan keimanan seorang hamba dan mendekatkan hamba pada Rabbnya.

2. Sebagai bagaian dari dzikir dan tafakkur kepada Allah. Para pilmuwan dan ulama' masa lalu untuk menemukan dan menguji kebenaran sebuah teori dan ilmu pengetahuan, mereka melakukan berbagai perjalanan, discovery, dan observasi ke berbagai tempat. Perjalanan wisata dengan memperhatikan perputaran yang ada di alam dan segala hal yang faktual dan empirik akan mengarahkan seseorang menganalisis dan berpikir bagaimana cara memanfaatkan sumber daya alam dan

memberdayakan sumber daya manusia. Allah berfirman yang artinya :

*“Sesungguhnya dalam penciptaan langit dan bumi, dan silih bergantinya malam dan siang terdapat tanda-tanda bagi orang-orang yang berakal, (yaitu) orang-orang yang mengingat Allah sambil berdiri atau duduk atau dalam keadaan berbaring dan mereka memikirkan tentang penciptaan langit dan bumi (seraya berkata): "Ya Tuhan kami, tiadalah Engkau menciptakan ini dengan sia-sia. Maha Suci Engkau, maka peliharalah kami dari siksa neraka”.* (QS. Ali Imran [3]:190-191).

Ayat tersebut memberikan penegasan bahwa segala yang terhampar di alam, akan memberi kemanfaatan dan nilai guna bagi manusia dan kehidupan di bumi. Ini berarti tugas manusia, untuk bertafakkur di alam semesta, berzikir bersama alam, memanfaatkannya, dan memikirkan keberlanjutannya untuk kehidupan generasi manusia.

3. Memperluas interaksi, komunikasi, dan mengenal keragaman manusia, warna, bahasa, etnis, adat-istiadat, dan budaya. Perjalanan wisata ke negara lain atau daerah lain, akan menambah jalinan silaturahmi dan persahabatan. Seorang wisatawan akan mengenal dan memahami keunikan budaya dan kearifan yang dimiliki suatu bangsa. Di balik keragaman yang ada, di hadapan Allah semua adalah sama, yang membedakan

nilai seseorang adalah ketakwaannya. Allah berfirman yang artinya:

*“Wahai manusia, sesungguhnya Kami menciptakan kamu dari seorang laki-laki dan seorang perempuan dan menjadikan kamu berbangsa-bangsa dan bersuku-suku supaya kamu saling mengenal. Sesungguhnya orang yang paling mulia di antara kamu di sisi Allah ialah orang yang paling bertakwa. Sesungguhnya Allah Maha Mengetahui lagi Maha Mengenal”.*(QS. Al Hujuraat [49]:13).

### 2.3.2 Perbandingan Pariwisata Konvensional, Religi dan Syariah

Berikut ini tabel perbandingan antara wisata konvensional, wisata religi, dan wisata syariah:

**Tabel 2. 2**  
**Perbandingan Wisata Syariah dengan Wisata Konvensional dan Wisata Religi**

No	Item Perbandingan	Konvensional	Religi	Syariah
1.	Objek	Alam, budaya, heritage, kuliner	Tempat ibadah, peninggalan sejarah	Semuanya
2.	Tujuan	Menghibur	Meningkatkan spiritualitas	Meningkatkan spirit religiusitas dengan cara menghibur
3.	Target	Menyentuh kepuasan dan kesenangan yang berdimensi nafsu, semata-	Aspek spiritual yang bisa menenangkan jiwa. Semata	Memenuhi keinginan dan kesenangan serta menumbuhkan kesadaran

Tabel 2.2 – Lanjutan

No	Item Perbandingan	Konvensional	Religi	Syariah
		mata hanya untuk hiburan	mata mencari ketentraman batin	beragama
4.	Guide	Memahami dan menguasai informasi sehingga bisa menarik wisatawan	Menguasai sejarah tokoh dan lokasi yang menjadi objek wisata	Membuat turis tertarik pada objek sekaligus membangkitkan spirit religiusitas wisatawan. Mampu menjelaskan fungsi dan peran syariah dalam membentuk kebahagiaan dan kepuasan batin dalam kehidupan
5.	Fasilitas Ibadah	Sekadar pelengkap	Sekadar pelengkap	Menjadi bagian yang menyatu dengan objek pariwisata, ritual peribadatan menjadi bagian paket hiburan
6.	Kuliner	Umum	Umum	Spesifik yang halal
7.	Relasi dengan Masyarakat di Lingkungan Objek Wisata	Komplementer dan semata-mata mengejar keuntungan	Komplementer, semata-mata mengejar keuntungan	Integrated, interaksi berdasar pada prinsip prinsip syariah

**Tabel 2.2 – Lanjutan**

No	Item Perbandingan	Konvensional	Religi	Syariah
8.	Agenda Perjalanan	Mengabaikan waktu	Peduli waktu perjalanan	Memperhatikan waktu

Sumber: Jaelani, 2017.

Dengan melihat tabel di atas, maka dapat disimpulkan bahwa wisata syariah merupakan wisata yang lengkap karena mencakup wisata konvensional dan religi di dalamnya. Tidak hanya itu, wisata syariah merupakan wisata yang lebih kompleks dibandingkan dengan kedua wisata (konvensional dan religi) karena wisata syariah menekankan pada produk halal dan sesuai dengan syariat Islam.

### 2.3.3 Karakteristik Pariwisata Syariah

Pariwisata menurut United Nation World Tourism Organization yaitu meliputi berbagai kegiatan yang dikerjakan oleh orang yang mengadakan kunjungan dan bermukim di suatu daerah di luar area yang biasa selama waktu yang tidak lebih dari satu tahun secara berulang-ulang guna rekreasi, kegiatan bisnis dan tujuan lainnya (Antariksa, 2016).

Wisata syariah dapat diartikan sebagai proses penggabungan nilai-nilai keIslaman ke dalam seluruh aspek kegiatan wisata. Di dalam Al-Qur'an Allah SWT menyuarakan pada umatnya untuk melakukan perjalanan atau *travelling* hal ini bertujuan agar umatnya selalu senantiasa bersyukur atas

kelimpahan rezeki di bumi. Di dalam Al-Qur'an ada sembilan (9) ayat yang membahas tentang perjalanan salah satunya terdapat pada surah Ar-Rum ayat 42 yang artinya:

*Katakanlah: “Adakanlah perjalanan di muka bumi dan perhatikanlah bagaimana kesudahan orang-orang yang terdahulu. Kebanyakan dari mereka itu adalah orang-orang yang mempersekutukan (Allah)”*. (Ar-Rum [30]:42).

Saat ini pariwisata syariah sedang menjadi tren, konsep syariah merupakan jawaban dari tingginya *untapped market* yang belum tersentuh dengan maksimal. Sebagai negara dengan mayoritas penduduk muslim dan didukung dengan beragam destinasi wisata, Indonesia sudah seharusnya memanfaatkan peluang yang ada (Widagdyo, 2015). Pengembangan pariwisata merupakan komponen yang dilakukan untuk meningkatkan kualitas pariwisata. Tujuan dengan adanya pengembangan pariwisata agar pariwisata di daerah yang menjadi tempat pariwisata menjadi lebih baik dan berkualitas sehingga menumbuhkan minat wisatawan untuk berkunjung.

Menurut Chukaew (2015), terdapat delapan faktor standar pengukuran pariwisata syariah dari segi administrasi dan pengelolaannya untuk semua wisatawan yang hal tersebut dapat menjadi suatu karakteristik tersendiri, yaitu:

- a) Pelayanan kepada wisatawan harus cocok dengan prinsip muslim secara keseluruhan.

- b) Pemandu dan staf harus memiliki disiplin dan menghormati prinsip-prinsip Islam.
- c) Mengatur semua kegiatan agar tidak bertentangan dengan prinsip Islam.
- d) Bangunan harus sesuai dengan prinsip-prinsip Islam.
- e) Restoran harus mengikuti standar internasional pelayanan halal.
- f) Layanan transportasi harus memiliki keamanan sistem proteksi.
- g) Ada tempat-tempat yang disediakan untuk semua wisatawan muslim melakukan kegiatan keagamaan.
- h) Bepergian ke tempat-tempat yang tidak bertentangan dengan prinsip Islam.

Dari karakteristik pariwisata syariah yang dijabarkan Chukaew (2015), terdapat empat aspek penting yang harus diperhatikan untuk menunjang suatu pariwisata syariah :

- a) Lokasi: Penerapan sistem Islami di area pariwisata. Lokasi pariwisata yang dipilih merupakan yang diperbolehkan kaidah Islam dan dapat meningkatkan nilai-nilai spiritual wisatawan.
- b) Transportasi: Penerapan sistem, seperti pemisahan tempat duduk antara laki-laki dan wanita yang bukan mahram sehingga tetap berjalannya syariat Islam dan terjaganya kenyamanan wisatawan.

- c) Konsumsi: Islam sangat memperhatikan segi kehalalan konsumsi, hal tersebut tertuang dalam Q.S Al-Maidah ayat 3, yang artinya:

*“Diharamkan bagimu (memakan) bangkai, darah, daging babi, (daging hewan) yang disembelih atas nama selain Allah, yang tercekik, yang terpukul, yang jatuh, yang ditanduk, dan diterkam binatang buas, kecuali yang sempat kamu menyembelinya, dan (diharamkan bagimu) yang disembelih untuk berhala. Dan (diharamkan juga) mengundi nasib dengan anak panah, (mengundi nasib dengan anak panah itu) adalah kefasikan. Pada hari ini orang-orang kafir telah putus asa untuk (mengalahkan) agamamu, sebab itu janganlah kamu takut kepada mereka dan takutlah kepada-Ku. Pada hari ini telah Kusempurnakan untuk kamu agamamu, dan telah Kukukupkan kepadamu nikmat-Ku, dan telah Ku-ridhai Islam itu jadi agama bagimu. Maka barang siapa terpaksa karena kelaparan tanpa sengaja berbuat dosa, sesungguhnya Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyayang.”* (Al-Maidah [5]:3)

Segi kehalalan disini baik dari dari sifatnya, perolehannya maupun pengolahannya. Selain itu, suatu penelitian menunjukkan bahwa minat wisatawan dalam makanan memainkan peran sentral dalam memilih tujuan wisata. Hotel: seluruh proses kerja dan fasilitas yang disediakan berjalan sesuai dengan pelayanan dalam prinsip syariah. Pelayanan disini tidak sebatas dalam lingkup makanan maupun minuman, tetapi juga dalam fasilitas yang diberikan seperti spa, gym, kolam renang, ruang tamu dan

fungsional untuk laki-laki dan perempuan sebaiknya terpisah.

## **2.4 Ekonomi**

Secara umum, bisa dibilang bahwa ekonomi adalah sebuah bidang kajian tentang pengurusan sumber daya material individu, masyarakat, dan negara untuk meningkatkan kesejahteraan hidup manusia. Karena ekonomi merupakan ilmu tentang perilaku dan tindakan manusia untuk memenuhi kebutuhan hidupnya yang bervariasi dan berkembang dengan sumber daya yang ada melalui pilihan-pilihan kegiatan produksi, konsumsi dan atau distribusi.

Kata ekonomi berasal dari bahasa Yunani *oikos* dan *nomos*. *Oikos* berarti rumah tangga, sedangkan *nomos* berarti aturan kaidah atau pengelolaan. Dengan demikian secara sederhana ekonomi dapat diartikan sebagai kaidah-kaidah, aturan-aturan rumah tangga. Ilmu yang mempelajari bagaimana tiap rumah tangga atau masyarakat mengelola sumber daya yang mereka miliki untuk memenuhi kebutuhan mereka disebut ilmu ekonomi. Ekonomi adalah suatu ilmu yang mempelajari masyarakat dalam usahanya untuk mencapai kemakmuran, yaitu keadaan dimana manusia dapat memenuhi kebutuhannya dari segi pemenuhan barang maupun jasa (Ningsih, 2014).

Sementara menurut kamus Bahasa Indonesia, Ekonomi berarti segala hal yang bersangkutan dengan penghasilan, pembagian dan pemakaian barang-barang dan kekayaan

(keuangan). Ekonomi berkenaan dengan setiap tindakan atau proses yang harus dilaksanakan untuk menciptakan barang-barang dan jasa yang ditujukan untuk memenuhi kebutuhan atau keinginan manusia. Secara lebih spesifik istilah ini dipakai untuk menyebutkan efisiensi relatif proses produksi, pengorganisasian administratif, atau penerapan ilmu pengetahuan dan teknologi untuk memenuhi kebutuhan-kebutuhan manusia.

Menurut Wijaya (2009) yang mengutip dari buku Adam Smith mengatakan bahwa, ekonomi adalah ilmu kekayaan atau ilmu yang khusus mempelajari sarana-sarana kekayaan suatu bangsa dengan memusatkan perhatian secara khusus terhadap sebab-sebab material dari kemakmuran, seperti hasil-hasil industri, pertanian dan sebagainya. Menurut Priyono & Ismail (2012), ekonomi adalah ilmu yang mempelajari usaha-usaha individu dalam ikatan pekerjaan dalam kehidupannya sehari-hari. Ilmu ekonomi membahas kehidupan manusia yang berhubungan dengan bagaimana ia memperoleh pendapatan dan bagaimana pula ia mempergunakan pendapatan itu.

Sedangkan Ekonomi Pariwisata adalah kegiatan yang berhubungan dengan fenomena pariwisata untuk memaksimalkan sumber daya, berupa modal, manusia, dan alam dengan harapan memperoleh hasil, produk pariwisata berupa barang dan jasa yang maksimal.

### **2.4.1 Perkembangan Ekonomi Aceh**

Berdasarkan hasil kajian dan survey yang dilakukan Badan Pusat Statistik Aceh mengenai pertumbuhan ekonomi Aceh ada beberapa catatan yang mempengaruhinya, adanya keterlambatan pengesahan APBA. Fenomena ini harus diubah dengan mendorong agar peran sektor swasta lebih meningkat. Seperti sektor-sektor yang sangat potensial di Aceh, seperti pertanian, perkebunan, perikanan, pertambangan, dan salah satu yang paling potensial adalah sektor pariwisata syariah (Rahmi, 2017).

Provinsi Aceh melalui Dinas Pariwisata memanfaatkan beberapa media dalam melakukan promosi wisata. Kegiatan promosi melalui media cetak dan elektronik saat ini gencar dilakukan. Beberapa bentuk iklan telah disiarkan dan ditayangkan oleh Radio maupun Televisi. Persepsi wisatawan terhadap Aceh cukup baik, dimana objek wisata sudah menjalani konsep syariah. Disamping itu pelaksanaan pertunjukan seni juga telah menganut sistem syariah (Rahmi, 2017).

Karena Aceh sangat potensial dalam menggerakkan usaha sektor pariwisata maka diperlukan dukungan-dukungan dari pihak-terkait sehingga sektor perekonomian akan meningkat. Pengembangan sektor ini dapat menjadi quick-win serta memberi sumbangan cukup berarti bagi pendapatan masyarakat dan pembukaan lapangan kerja baru. Sektor pariwisata dapat menjadi sektor yang potensial untuk dikembangkan sebagai sumber pendapatan ekonomi masyarakat. Pemberdayaan sektor pariwisata

secara maksimal dengan pendayagunaan sumber daya dan potensi daerah yang ada semestinya dapat mendorong pertumbuhan ekonomi (Rahmi, 2017).

#### 2.4.2 Kajian Ekonomi Kepariwisata

Untuk dapat menghubungkan antara konsep ekonomi dan pariwisata terlebih dahulu akan dijelaskan konsep-konsep sebagai berikut (Utama, 2016):

##### 1. Aspek Penawaran Pariwisata

Ada empat aspek (4A) yang harus diperhatikan dalam penawaran pariwisata. Aspek-aspek adalah:

- a) *Attraction* (daya tarik)
- b) *Accessible* (bisa dicapai)
- c) *Amenities* (fasilitas)
- d) *Activities* (kegiatan)

##### 2. Aspek Permintaan Pariwisata

Ada tiga pendekatan yang digunakan untuk menggambarkan permintaan pariwisata, tiga pendekatan tersebut adalah sebagai berikut:

- a) Pendekatan ekonomi, pendapat para ekonom mengatakan dimana permintaan pariwisata menggunakan pendekatan elastisitas permintaan/pendapatan dalam menggambarkan hubungan antara permintaan dengan tingkat harga ataukah permintaan dengan variabel lainnya.
- b) Pendekatan geografi, sedangkan para ahli geografi berpendapat bahwa untuk menafsirkan permintaan harus

berpikir lebih luas dari sekedar penaruh harga, sebagai penentu permintaan karena termasuk yang telah melakukan perjalanan maupun yang karena suatu hal belum mampu melakukan wisata karena suatu alasan tertentu.

- c) Pendekatan psikologi, para ahli psikologi berpikir lebih dalam melihat permintaan pariwisata, termasuk interaksi antara kepribadian calon wisatawan, lingkungan dan dorongan dari dalam jiwanya untuk melakukan kepariwisataan.

### **2.4.3 Kebijakan Ekonomi Pariwisata**

Kebijakan ekonomi pariwisata merupakan acuan dasar dari setiap kegiatan di sebuah daerah berkaitan dengan segala aktivitas pariwisata. Dalam perkembangannya, kebijakan ekonomi pariwisata ini bersifat dinamis dan disesuaikan dengan kondisi yang muncul dan berubah dari sebuah kawasan yang menjadi pusat aktivitas pariwisata. Priambodo (2015) mendefinisikan kebijakan pariwisata sebagai regulasi, aturan, pedoman, arah, dan sasaran pembangunan, promosi serta strategi yang memberikan kerangka dalam pengambilan keputusan individu maupun kolektif yang secara langsung mempengaruhi pengembangan pariwisata dalam jangka panjang dan sekaligus kegiatan sehari-hari yang berlangsung di suatu destinasi wisata.

Prinsip dari kebijakan pariwisata adalah harus menjamin negara maupun daerah mendapatkan manfaat yang sebesar-besarnya dari kontribusi sosial dan ekonomi yang diberikan

pariwisata. Sasaran akhir dari kebijakan pariwisata adalah peningkatan kemajuan negara atau daerah dan kehidupan warga negaranya. Hal ini seperti diungkapkan oleh Biederman (2006) yang menekankan hal penting dari penerapan kebijakan pariwisata sebagai berikut:

*“A tourism policy defines the direction or course of action that a particular country, region, locality or an individual destination plans to take when developing or promoting tourism. The key principle for any tourism policy is that it should ensure that the nation (region or locality) would benefit to the maximum extent possible from the economic and social contributions of tourism. The ultimate objective of a tourism policy is to improve the progress of the nation (region or locality) and the lives of its citizens”.*

Kebijakan ekonomi pariwisata bersifat dinamis dan fleksibel dalam melakukan penyesuaian dan perubahan terhadap perkembangan kondisi yang terjadi. Kebijakan ekonomi pariwisata terkait erat dengan perencanaan kepariwisataan daerah, dimana perencanaan tersebut memperkuat kedudukan aktivitas pariwisata dalam pembangunan di suatu daerah.

#### **2.4.4 Konsep Pembangunan Ekonomi Pariwisata**

Menurut Spillane (2001) istilah pariwisata sering disamakan dengan istilah *tourism*, yang secara umum diartikan sebagai suatu kegiatan untuk melakukan perjalanan dengan tujuan untuk mendapatkan kenikmatan atau kepuasan dan bisa jadi untuk

mengetahui sesuatu. Pariwisata di sisi lain memiliki arti yang sangat luas, yaitu perjalanan dari suatu tempat ke tempat yang lain, bersifat *temporary* atau sementara, dilakukan perorangan atau kelompok, dan sebagai usaha untuk mendapatkan keseimbangan dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup dalam dimensi sosial, budaya dan alam.

**Tabel 2.3**  
Perbandingan Model Pembangunan Pariwisata Lama Model Pembangunan Pariwisata Baru

<b>Model Pembangunan Pariwisata Lama</b>	<b>Model Pembangunan Pariwisata Baru</b>
Tumbuh secara spontan tanpa perencanaan yang jelas	Tumbuh dengan perencanaan strategis
Menjual penginapan	Menjual pengalaman
Promosi bersifat umum dan kurang terorganisir	Terdapat integrasi antar promosi dan <i>manajemen brand</i> daya tarik

**Tabel 2.3-Lanjutan**

<b>Model Pembangunan Pariwisata Lama</b>	<b>Model Pembangunan Pariwisata Baru</b>
	wisata
Monoproduk	Diversifikasi produk
Berorientasi pada jumlah (kuantitas)	Berorientasi pada kualitas
Masih belum mempertimbangkan aspek daya saing dan keberlanjutan daya tarik wisata	Daya tarik wisata memiliki daya saing dan berkelanjutan

Sumber: Priambodo, 2015

## **2.5 Dampak Positif Pariwisata terhadap Perekonomian**

Pariwisata memberikan suatu dampak positif perekonomian terhadap suatu daerah, menurut Utama (2016) ada 5 dampak positif pariwisata terhadap ekonomi, yaitu:

### **2.5.1 Pendapatan dari Nilai Tukar Valuta Asing**

Pengeluaran sektor pariwisata akan menyebabkan perekonomian masyarakat lokal menggeliat dan menjadi stimulus berinvestasi dan menyebabkan sektor keuangan bertumbuh seiring bertumbuhnya sektor ekonomi lainnya.

Pengalaman di beberapa negara bahwa kedatangan wisatawan ke sebuah destinasi wisata juga menyebabkan bertumbuhnya bisnis valuta asing untuk memberikan pelayanan dan kemudahan bagi wisatawan selama mereka berwisata. Tercatat juga bahwa di beberapa negara di dunia 83% dari lima besar pendapatan mereka, 38% pendapatannya adalah berasal dari “*Foreign Exchange Earnings*” perdagangan valuta asing.

*“New Delhi, Feb 26 : Highlighting the tremendous growth potential offered by the tourism sector, the Economic Survey 2010-11 has said the country's foreign exchange earnings (FEE) from tourist arrivals grew by 24.56 percent in 2010 at 14,193 million dollars as compared to 11,394 dollars million in 2009”*

Sebagai contoh, bahwa pariwisata mampu menyumbangkan pendapatan untuk Negara India, berdasarkan hasil survey ekonomi India pada tahun 2010-11, bahwa akibat kedatangan wisatawan asing ke India pada tahun 2010 terjadi

peningkatan pendapatan dari perdagangan Valas sebesar 34,56% atau sebesar 14,193 Juta US Dolar meningkat jika dibandingkan tahun 2009 yang hanya sebesar 11,394 Juta US Dolar.

*“Latest statistics from National Tourism Administration show that China's foreigntaxchange earnings from tourism exceeded US\$5.1 billion in the first four months this year, an increase of 18.7 percent over the same period last year, 2010”*

Sementara pemerintah China mencatat bahwa sumbangan pariwisata akibat perdagangan Valas telah mencapai 5,1 Juta US Dolar untuk kurun waktu hanya empat bulan saja pada tahun 2010. Dari kedua contoh tersebut sudah dianggap cukup menguatkan pendapat bahwa pembangunan pariwisata dapat meningkatkan pendapatan suatu Negara khususnya dari aktifitas perdagangan valuta asing.

### **2.5.2 Penerimaan Devisa**

Kontribusi pariwisata terhadap pendapatan pemerintah dapat diuraikan menjadi dua, yakni: kontribusi langsung dan tidak langsung. Kontribusi langsung berasal dari pajak pendapatan yang dipungut dari para pekerja pariwisata dan pelaku bisnis pariwisata pada kawasan wisata yang diterima langsung oleh dinas pendapatan suatu destinasi. Sedangkan kontribusi tidak langsung pariwisata terhadap pendapatan pemerintah berasal dari pajak atau bea cukai barang-barang yang di *import* dan pajak yang dikenakan kepada wisatawan yang berkunjung.

Dalam kedua konteks di atas, WTO memprediksi bahwa usaha perjalanan wisata dan bisnis pariwisata tersebut secara langsung dan tidak langsung termasuk juga pajak perorangan telah berkontribusi terhadap pariwisata dunia melampaui *US\$ 800 billion* pada tahun 1998, dan pada tahun 2010 berlipat dua kali jika dibandingkan tahun 1998.

*“According to the study, tourism generated \$19.7 billion of revenue for all three levels of government combined in Canada in 2007. Spending by Canadians accounted for three out of every four dollars taken in, while one in four dollars came from international visitors to Canada”*

Menurut penelitian, pariwisata Kanada menghasilkan \$ 19, 7 Juta pendapatan untuk ketiga tingkat pemerintahan gabungan di Kanada pada tahun 2007, dan Belanja Kanada menyumbang tiga dari setiap empat dolar, sementara satu dari empat dolar berasal dari wisatawan asing yang berwisata di Kanada.

*“Tourism makes significant direct contributions to Government revenues through the sale of tickets to the Angkor Complex (\$US 1.2 million), visa fees (\$US 3 million), and departure taxes at the airports”*

Sementara pemerintah Kamboja mencatat bahwa sektor pariwisata secara langsung dan nyata telah memberikan sumbangan pendapatan bagi pemerintah melalui aktifitas penjualan tiket masuk wisatawan yang mengunjungi obyek wisata Angkor sebesar 1,2 Juta US Dolar, dari Visa sebesar 3 juta US Dolar, dan aktifitas taksi

dan aktifitas pelayanan di bandara. Pada kedua studi kasus di atas, tidak dapat disangkal lagi bahwa pariwisata memang benar dapat meningkatkan pendapatan bagi pemerintah di mana pariwisata tersebut dapat dikembangkan dengan baik.

### 2.5.3 Penyerapan Tenaga Kerja

Pada beberapa negara yang telah mengembangkan sektor pariwisata, terbukti bahwa sektor pariwisata secara internasional berkontribusi nyata terhadap penciptaan peluang kerja, penciptaan usaha-usaha terkait pariwisata seperti usaha akomodasi, restoran, klub, taxi, dan usaha kerajinan seni souvenir dan sebagainya.

*“Tourism employment is a measure of employment in tourism and non-tourism industries. It is based on an estimate of jobs rather than “hours of work”. Thus, someone who works 10 hours a week counts for as much, by this measure, as someone who works 50 hours a week”.* (Government Revenue Attributable to Tourism, 2007)

Menurut Canada Government Revenue Attributable to Tourism (2007), mendefinisikan bahwa yang dimaksud *“Tourism employment”* adalah ukuran yang dipakai untuk mengukur besarnya tenaga kerja yang terserap secara langsung pada sektor pariwisata termasuk juga besarnya tenaga kerja yang terserap di luar bidang pariwisata akibat keberadaan pembangunan pariwisata. Dan WTO mencatat kontribusi sektor pariwisata terhadap penyediaan lahan pekerjaan sebesar 7% secara internasional.

*“Tourism Industry employs large number of people and provides a wide range of jobs which extend from the unskilled to the highly specialises. Tourism is also responsible for creating employment outside the industry such as furnishing and equipment industry, souvenir industry, textile and handicraft industry, farming and food supply and also construction industry”*

Hasil studi pada dampak pembangunan pariwisata di Tripura, India menunjukkan bahwa industry pariwisata adalah industri yang mampu menyerap tenaga kerja dalam jumlah besar dan mampu menciptakan peluang kerja dari peluang kerja untuk tenaga yang tidak terdidik sampai dengan tenaga yang sangat terdidik. Pariwisata juga menyediakan peluang kerja diluar bidang pariwisata khususnya peluang kerja bagi mereka yang berusaha secara langsung pada bidang pariwisata dan termasuk juga bagi mereka yang bekerja secara tidak langsung terkait industry pariwisata seperti usaha-usaha pendukung pariwisata; misalnya pertanian sayur mayor, peternak daging, supplier bahan makanan, yang akan mendukung operasional industry perhotelan dan restoran.

Sedangkan menurut Mitchell dan Ashley (2010) dalam Utama (2016), mencatat bahwa sumbangan pariwisata dalam penyerapan tenaga kerja jika dibandingkan dengan sektor lainnya menunjukkan angka yang cukup berarti, dan indeks terbesar terjadi di Negara New Zealand sebesar 1,15 disusul oleh Negara Philipines, kemudian Chile, Papua New Guinea, dan Thailand

sebesar 0,93. Sementara di Indonesia indeks penyerapan tenaga kerja dari sektor pariwisata sebesar 0,74, masih lebih rendah jika dibandingkan Negara Afrika Selatan yang mencapai 0,84.

Dalam dua kasus di atas, pariwisata memegang peranan penting dalam penyerapan tenaga kerja di hampir semua Negara yang mengembangkan pariwisata, walaupun harus diakui sektor pertanian “*agriculture*” masih lebih besar indeks penyerapannya dan berada di atas indeks penyerapan tenaga kerja oleh sektor pariwisata di hampir semua Negara pada table di atas.

#### **2.5.4 Pembangunan Infrastruktur**

Berkembangnya sektor pariwisata juga dapat mendorong pemerintah lokal untuk menyediakan infrastruktur yang lebih baik, penyediaan air bersih, listrik, telekomunikasi, transportasi umum dan fasilitas pendukung lainnya sebagai konsekuensi logis dan kesemuanya itu dapat meningkatkan kualitas hidup baik wisatawan dan juga masyarakat lokal itu sendiri sebagai tuan rumah.

Sepakat membangun pariwisata berarti sepakat pula harus membangun yakni daya tarik wisata “*attractions*” khususnya daya tarik wisata *man-made*, sementara untuk daya tarik alamiah dan budaya hanya diperlukan penataan dan pengemasan. Karena Jarak dan waktu tempuh menuju destinasi “*acesable*” akhirnya akan mendorong pemerintah untuk membangun jalan raya yang layak untuk angkutan wisata, sementara fasilitas pendukung pariwisata “*Amenities*” seperti hotel, penginapan, restoran juga harus disiapkan.

Pembangunan infrastruktur pariwisata dapat dilakukan secara mandiri ataupun mengundang pihak swasta nasional bahkan pihak investor asing khususnya untuk pembangunan yang berskala besar seperti pembangunan Bandara Internasional, dan sebagainya. Perbaikan dan pembangunan infrastruktur pariwisata tersebut juga akan dinikmati oleh penduduk lokal dalam menjalankan aktifitas bisnisnya, dalam konteks ini masyarakat lokal akan mendapatkan pengaruh positif dari pembangunan pariwisata di daerahnya.

#### **2.5.5 Pemberdayaan Perekonomian Masyarakat Lokal**

Pendapatan sektor pariwisata acapkali digunakan untuk mengukur nilai ekonomi pada suatu kawasan wisata. Sementara ada beberapa pendapatan lokal sangat sulit untuk dihitung karena tidak semua pengeluaran wisatawan dapat diketahui dengan jelas seperti misalnya penghasilan para pekerja informal seperti sopir taksi tidak resmi, pramuwisata tidak resmi, dan lain sebagainya.

WTO memprediksi bahwa pendapatan pariwisata secara tidak langsung disumbangkan 100% secara langsung dari pengeluaran wisatawan pada suatu kawasan. Dalam kenyataannya masyarakat lokal lebih banyak berebut lahan penghidupan dari sektor informal ini, artinya jika sektor informal bertumbuh maka masyarakat lokal akan mendapat manfaat ekonomi yang lebih besar.

## 2.6 Dampak Negatif Pariwisata terhadap Perekonomian

Pariwisata memberikan suatu dampak negative perekonomian terhadap suatu daerah, menurut Utama (2016) ada 6 dampak negatif pariwisata terhadap ekonomi, yaitu:

### 2.6.1 Kebocoran (*Leakage*)

*Leakage* atau kebocoran dalam pembangunan pariwisata dikategorikan menjadi dua jenis kebocoran yaitu kebocoran *import* dan kebocoran *export*. Biasanya kebocoran *import* terjadi ketika terjadinya permintaan terhadap peralatan-peralatan yang berstandar internasional yang digunakan dalam industri pariwisata, bahan makanan dan minuman *import* yang tidak mampu disediakan oleh masyarakat lokal atau dalam negeri. Khususnya pada negara-negara berkembang, makanan dan minuman yang berstandar internasional harus di datangkan dari luar negeri dengan alasan standar yang tidak terpenuhi, dan akibatnya produk lokal dan masyarakat lokal sebagai produsennya tidak biasa memasarkan produknya untuk kepentingan pariwisata tersebut.

Besarnya pendapatan dari sektor pariwisata juga diiringi oleh besarnya biaya yang harus dikeluarkan untuk melakukan *import* terhadap produk yang dianggap berstandar internasional. Penelitian di beberapa destinasi pada negara berkembang, membuktikan bahwa tingkat kebocoran terjadi antara 40% hingga 50% terhadap pendapatan kotor dari sektor pariwisata, sedangkan pada skala perekonomian yang lebih kecil, kebocoran terjadi antara 10% hingga 20%. Sedangkan kebocoran *export* seringkali terjadi

pada pembangunan destinasi wisata khususnya pada negara miskin atau berkembang yang cenderung memerlukan modal dan investasi yang besar untuk membangun infrastruktur dan fasilitas wisata lainnya. Kondisi seperti ini, akan mengundang masuknya penanam modal asing yang memiliki modal yang kuat untuk membangun *resort* atau hotel serta fasilitas dan infrastruktur pariwisata, sebagai imbalannya, keuntungan usaha dan investasi mereka akan mendorong uang mereka kembali ke negara mereka tanpa bisa dihalangi, hal inilah yang disebut dengan “*leakage*” kebocoran *export*.

Hal ini membenarkan pendapat dari Sinclair dan Sutcliffe (1988) dalam Utama (2016), yang menjelaskan bahwa pengukuran manfaat ekonomi dari sektor pariwisata pada tingkat sub nasional harunya menggunakan pemikiran dan data yang lebih kompleks untuk menghindari terjadinya “*leakages*” kebocoran.

### **2.6.2 Kebobolan (*Enclave Tourism*)**

“*Enclave tourism*” sering diasosiasikan bahwa sebuah destinasi wisata dianggap hanya sebagai tempat persinggahan sebagai contohnya, sebuah perjalanan wisata dari manajemen kapal pesiar dimana mereka hanya singgah pada sebuah destinasi tanpa melewati malam atau menginap di hotel-hotel yang telah disediakan industri lokal sebagai akibatnya dalam kedatangan wisatawan kapal pesiar tersebut manfaatnya dianggap sangat rendah atau bahkan tidak memberikan manfaat secara ekonomi bagi masyarakat di sebuah destinasi yang dikunjunginya.

Kenyataan lain yang menyebabkan “*enclave*” adalah kedatangan wisatawan yang melakukan perjalanan wisata yang dikelola oleh biro perjalanan wisata asing dari “*origin country*” sebagai contohnya, mereka menggunakan maskapai penerbangan milik perusahaan mereka sendiri, kemudian mereka menginap di sebuah hotel yang di miliki oleh manajemen chain dari negara mereka sendiri, berwisata dengan armada dari perusahaan chain milik pengusaha mereka sendiri, dan dipramuwisatakan oleh pramuwisata dari negerinya sendiri, dan sebagai akibatnya masyarakat lokal tidak memperoleh manfaat ekonomi secara optimal.

### **2.6.3 Pembiayaan Infrastruktur (*Infrastructure Cost*)**

Tanpa disadari ternyata pembangunan sektor pariwisata yang berstandar internasional dapat menjadi beban biaya tersendiri bagi pemerintah dan akibatnya cenderung akan dibebankan pada sektor pajak dalam artian untuk membangun infratraktur tersebut, pendapatan sektor pajak harus ditingkatkan artinya pngutan pajak terhadap masyarakat harus dinaikkan.

Pembangunan pariwisata juga mengharuskan pemerintah untuk meningkatkan kualitas bandara, jalan raya, dan infrastruktur pendukungnya, dan tentunya semua hal tersebut memerlukan biaya yang tidak sedikit dan sangat dimungkinkan pemerintah akan melakukan *realokasi* pada anggaran sektor lainnya seperti misalnya pengurangan terhadap anggaran pendidikan dan kesehatan.

Kenyataan di atas menguatkan pendapat Harris dan Harris (1994) dalam Utama (2016), yang mengkritisi bahwa analisis terhadap dampak pariwisata harusnya menyertakan faktor standar klasifikasi industri untuk tiap aktifitas pada industri pariwisata yang sering dilupakan pada analisis dampak pariwisata.

#### **2.6.4 Meningkatnya Harga-harga secara Dramatis (*Increase in Prices or Inflation*)**

Peningkatan permintaan terhadap barang dan jasa dari wisatawan akan menyebabkan meningkatnya harga secara beruntun “*inflasi*” yang pastinya akan berdampak negative bagi masyarakat lokal yang dalam kenyataannya tidak mengalami peningkatan pendapatan secara proporsional artinya jikalau pendapatan masyarakat lokal meningkat namun tidak sebanding dengan peningkatan harga-harga akan menyebabkan daya beli masyarakat lokal menjadi rendah.

Pembangunan pariwisata juga berhubungan dengan meningkatnya harga sewa rumah, harga tanah, dan harga-harga *property* lainnya sehingga sangat dimungkinkan masyarakat lokal tidak mampu membeli dan cenderung akan tergusur ke daerah pinggiran yang harganya masih dapat dijangkau.

Sebagai konsumsi logis, pembangunan pariwisata juga berdampak pada meningkatnya harga-harga barang konsumtif, biaya pendidikan, dan harga-harga kebutuhan pokok lainnya sehingga pemenuhan akan kebutuhan pokok justru akan menjadi sulit bagi penduduk lokal. Hal ini juga sering dilupakan dalam

setiap pengukuran manfaat pariwisata terhadap perekonomian pada sebuah Negara.

### **2.6.5 Ketergantungan Sektoral (*Economic Dependence*)**

Keanekaragaman industri dalam sebuah perekonomian menunjukkan sehatnya sebuah negara, jika ada sebuah negara yang hanya menggantungkan perekonomiannya pada salah satu sektor tertentu seperti pariwisata misalnya, akan menjadikan sebuah negara menjadi tergantung pada sektor pariwisata sebagai akibatnya ketahanan ekonomi menjadi sangat beresiko tinggi.

Di beberapa negara, khususnya negara berkembang yang memiliki sumberdaya yang terbatas memang sudah sepatutnya mengembangkan pariwisata yang dianggap tidak memerlukan sumberdaya yang besar namun pada negara yang memiliki sumberdaya yang beranekaragam harusnya dapat juga mengembangkan sektor lainnya secara proporsional.

Ketika sektor pariwisata dianggap sebagai anak emas, dan sektor lainnya dianggap sebagai anak diri, maka menurut Archer dan Cooper (1994), penelusuran tentang manfaat dan dampak pariwisata terhadap ekonomi harusnya menyertakan variabel sosial yang tidak pernah dihitung oleh pakar lainnya. Ketergantungan pada sebuah sektor, dan ketergantungan pada kedatangan orang asing dapat diasosiasikan hilangnya sebuah kemerdekaan sosial dan pada tingkat nasional, sangat dimungkinkan sebuah negara akan kehilangan kemandirian dan sangat tergantung pada sektor pariwisata.

### 2.6.6 Masalah Musiman (*Seasonal Characteristics*)

Dalam Industri pariwisata, dikenal adanya musim-musim tertentu, seperti misalnya musim ramai "*high season*" dimana kedatangan wisatawan akan mengalami puncaknya, tingkat hunian kamar akan mendekati tingkat hunian kamar maksimal dan kondisi ini akan berdampak meningkatnya pendapatan bisnis pariwisata. Sementara dikenal juga musim sepi "*low season*" di mana kondisi ini rata-rata tingkat hunian kamar tidak sesuai dengan harapan para pebisnis sebagai dampaknya pendapatan industri pariwisata juga menurun hal ini yang sering disebut "*problem seasonal*"

Sementara ada kenyataan lain yang dihadapi oleh para pekerja, khususnya para pekerja informal seperti sopir taksi, para pemijat tradisional, para pedagang acung, mereka semua sangat tergantung pada kedatangan wisatawan, pada kondisi *low season* sangat dimungkinkan mereka tidak memiliki lahan pekerjaan yang pasti.

Kenyataan di atas, menguatkan pendapat West (1993) dalam Utama (2016), yang menawarkan SAM atau *social accounting matrix* untuk memecahkan masalah pariwisata yang saling berhubungan dari waktu ke waktu, kebermanfaatan pariwisata terhadap ekonomi harusnya berlaku proporsional untuk semua musim, baik musim sepi maupun musim ramai wisatawan.

## 2.7 Penelitian Terdahulu

Ramadhanty dan Ridlwan (2018) dalam penelitiannya tentang pariwisata syariah terhadap peningkatan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat mengatakan bahwa secara keseluruhan pariwisata syariah memiliki implikasi yang positif terhadap meningkatnya pendapatan masyarakat dan berpengaruh terhadap kesejahteraan masyarakat itu sendiri.

Satriana dan Faridah (2018) mengatakan dalam penelitiannya tentang wisata halal bahwa pengembangan wisata syariah terhadap pertumbuhan ekonomi tidak berpengaruh signifikan. Namun, dilihat dari konsep dan prinsip wisata syariah yang ada hanya mencoba menciptakan suasana yang ramah muslim.

Adinugraha, Sartika dan Kadarningsih (2018) mengatakan dalam penelitian bahwa bahwa sektor pariwisata memiliki kontribusi yang signifikan terhadap peningkatan kesejahteraan suatu daerah ataupun negara. Desa Wisata Halal merupakan implementasi perwujudan dari nuansa religiusitas yang tercakup di dalam aspek mu'amalah sebagai pengejawantahan aspek kehidupan sosial budaya dan sosial ekonomi yang berlandaskan prinsip-prinsip syariah.

Yakup (2019) mengatakan dalam penelitiannya tentang pengaruh sector wisata terhadap pertumbuhan ekonomi bahwa pariwisata berpengaruh positif terhadap pertumbuhan ekonomi dan sebaliknya pertumbuhan ekonomi berpengaruh positif terhadap pariwisata. Faktor lain yang berpengaruh terhadap pariwisata di

Indonesia yaitu nilai tukar dan inflasi. Pariwisata dapat meningkatkan pendapatan devisa, menciptakan lapangan kerja, merangsang pertumbuhan industry pariwisata, oleh karena itu dapat memicu pertumbuhan ekonomi, terlebih dapat mendorong di berbagai negara untuk mengembangkan sektor pariwisata. Pariwisata berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi melalui berbagai jalur termasuk pendapatan mata uang asing, menarik investasi internasional.

Irhamna (2017) dalam penelitiannya tentang dampak pengembangan pariwisata terhadap perekonomian masyarakat mengatakan bahwa adanya peningkatan fasilitas, pelayanan objek wisata setelah adanya pengembangan, akan tetapi ada penurunan pada bidang kebersihan dan keamanan. Persentase pendapatan masyarakat mengalami peningkatan yang dihitung menggunakan Skala Likert dari 53,3% menjadi 68,5%, tingkat kesempatan kerja rendah dengan persentase hanya sebesar 29,5%.

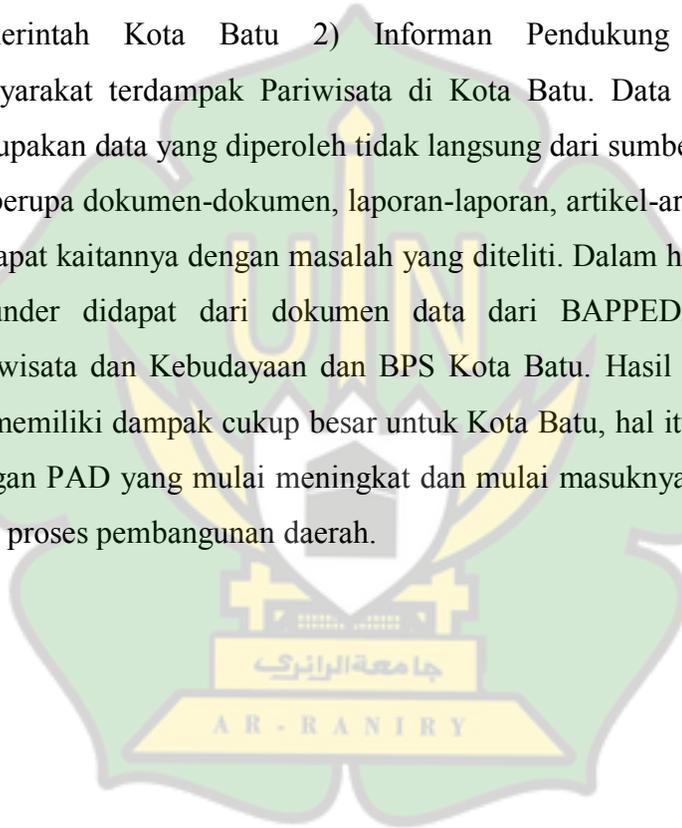
Rani (2014) mengatakan dalam penelitiannya tentang pengembangan potensi pariwisata bahwa pengembangan pariwisata memberikan dampak yang cukup efektif pemasukan daerah, hal ini dibuktikan dengan adanya peningkatan pemasukan daerah yang cukup tinggi di sektor pariwisata setiap tahunnya. Riansyah dan Ramadhan (2016) dalam penelitiannya tentang optimalisasi potensi pariwisata mengatakan bahwa potensi pariwisata syariah dinilai baik di Jawa Tengah dan Yogyakarta. Namun, pariwisata syariah masih dimaknai sebagai wisata religi. Untuk pengembangan

pariwisata syariah ini, rekonstruksi pariwisata syariah dianggap penting. Rekonstruksi ini berisi pedoman pariwisata syariah yang dapat digunakan oleh berbagai pihak.

Nugraha (2018) mengatakan dalam penelitiannya tentang analisis potensi pariwisata halal bahwa Timur Tengah menjadi destinasi wisata bagi masyarakat Indonesia terutama masyarakat Kepulauan Riau. Penduduk yang melakukan perjalanan ini rata-rata berusia 30-45 tahun, bepergian dengan kelompok besar/keluarga. Hal ini disebabkan oleh promosi wisata melalui digital marketing, artinya jika Indonesia ingin mengembangkan pariwisata halal juga harus mengikuti tren seperti Timur Tengah. Pariwisata terutama sangat berpotensi untuk meningkatkan pendapatan suatu daerah.

Priambodo (2015) mengatakan dalam penelitiannya tentang implementasi kebijakan ekonomi pariwisata bahwa penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif karena penelitian ini bermaksud menemukan, memahami, menjelaskan dan memperoleh gambaran tentang peran pengembangan pariwisata di Kota Batu terhadap pemberdayaan masyarakat lokal, sehingga diperoleh gambaran yang lengkap dari hasil analisis peran pengembangan pariwisata terhadap pemberdayaan masyarakat lokal. Dengan memfokuskan pada proses dan pencarian makna di balik fenomena yang muncul dalam penelitian, yang bertujuan agar informasi yang dikaji lebih bersifat komprehensif dan mendalam.

Dalam penelitian ini, data yang diperoleh berasal dari dua sumber yaitu: Data primer, merupakan data yang diperoleh peneliti secara langsung dari sumbernya atau data yang didapat sendiri dari lapangan secara langsung. Adapun sumber data langsung dari penelitian adalah: 1) Informan Kunci yang meliputi pihak-pihak Pemerintah Kota Batu 2) Informan Pendukung meliputi Masyarakat terdampak Pariwisata di Kota Batu. Data sekunder, merupakan data yang diperoleh tidak langsung dari sumbernya data ini berupa dokumen-dokumen, laporan-laporan, artikel-artikel yang terdapat kaitannya dengan masalah yang diteliti. Dalam hal ini data sekunder didapat dari dokumen data dari BAPPEDA, Dinas Pariwisata dan Kebudayaan dan BPS Kota Batu. Hasil penelitian ini memiliki dampak cukup besar untuk Kota Batu, hal itu ditandai dengan PAD yang mulai meningkat dan mulai masuknya investasi bagi proses pembangunan daerah.



**Tabel 2. 4**  
**Penelitian Terdahulu**

No	Nama Penulis	Judul	Hasil
1	Anggita Permata Yakup (2019)	Pengaruh Sektor Pariwisata Terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pariwisata berpengaruh positif terhadap pertumbuhan ekonomi dan sebaliknya pertumbuhan ekonomi berpengaruh positif terhadap pariwisata. Faktor lain yang berpengaruh terhadap pariwisata di Indonesia yaitu nilai tukar dan inflasi. Pariwisata dapat meningkatkan pendapatan devisa, menciptakan lapangan kerja, merangsang pertumbuhan industry pariwisata, oleh karena itu dapat memicu pertumbuhan ekonomi, terlebih dapat mendorong di berbagai negara untuk mengembangkan sektor pariwisata. Pariwisata berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi melalui berbagai jalur termasuk pendapatan mata uang asing, menarik investasi internasional.
2	Hendri Hermawan Adinugraha, Mila Sartika, dan Ana Kadarningsih (2018)	Desa Wisata Halal : Konsep dan Implementasinya di Indonesia	Sektor pariwisata syariah memiliki pengaruh yang signifikan terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat suatu daerah maupun suatu Negara.
3	Eka Dewi Satriana, dan Hayyun Durrotul Faridah (2018)	Wisata halal: Perkembangan, Peluang, dan Tantangan	Pengembangan wisata syariah terhadap pertumbuhan ekonomi tidak berpengaruh signifikan. Namun, dilihat dari konsep dan prinsip wisata syariah yang ada hanya mencoba menciptakan suasana yang ramah muslim.

**Tabel 2.4-Lanjutan**

No	Nama Penulis	Judul	Hasil
4	Fitratun Ramadhanty, dan Ahmad Ajib Ridlwan (2018)	Implikasi Pariwisata Syariah Terhadap peningkatan Pendapatan dan Kesejahteraan Masyarakat	Secara keseluruhan pariwisata syariah memiliki implikasi yang positif terhadap meningkatnya pendapatan masyarakat dan berpengaruh terhadap kesejahteraan masyarakat di suatu daerah.
5	Yudhi Martha Nugraha (2018)	Analisis Potensi Pariwisata Halal Melalui E-Marketing di Kepulauan Riau	Pariwisata terutama sangat berpotensi untuk untuk meningkatkan pendapatan suatu daerah.
6	Sani Alim Irhamna (2017)	Dampak Pengembangan Pariwisata Terhadap Perekonomian Masyarakat Sekitar Objek Wisata di Dieng Kabupaten Wonosobo	Adanya peningkatan fasilitas, pelayanan objek wisata setelah adanya pengembangan, akan tetapi ada penurunan pada bidang kebersihan dan keamanan. Persentase pendapatan masyarakat mengalami peningkatan yang dihitung menggunakan Skala Likert dari 53,3% menjadi 68,5%, tingkat kesempatan kerja rendah dengan persentase hanya sebesar 29,5%
7	Karimatul Hidayah, Andi Okta Riansyah, dan Dwi Swasana Ramadhan (2016)	Optimalisasi Potensi Pariwisata Melalui Rekontruksi Pariwisata Syariah di Indonesia. Studi Empiris: Jawa Tengah dan Yogyakarta	Hasil dari penelitian adalah potensi pariwisata syariah dinilai baik di Jawa Tengah dan Yogyakarta. Namun, pariwisata syariah masih dimaknai sebagai wisata religi. Untuk pengembangan pariwisata syariah ini, rekonstruksi pariwisata syariah dianggap penting. Rekontruksi ini berisi pedoman pariwisata syariah yang dapat digunakan oleh berbagai pihak.
8	Deddy Prasetya Maha Rani (2014)	Pengembangan Potensi Pariwisata Kabupaten	Pengembangan pariwisata memberikan dampak yang cukup efektif pemasukan daerah, hal ini

Tabel 2.4-Lanjutan

No	Nama Penulis	Judul	Hasil
8	Deddy Prasetya Maha Rani (2014)	Sumenep, Madura, Jawa Timur (Studi Kasus: Pantai Lamongan)	dibuktikan dengan adanya peningkatan pemasukan daerah yang cukup tinggi di sektor pariwisata setiap tahunnya.
9	Magistyo P. Priambodo	Implementasi Kebijakan Ekonomi Pariwisata dan Perwujudan Pemberdayaan Masyarakat di Kota Batu	Hasil penelitian ini memiliki dampak cukup besar untuk Kota Batu, hal itu ditandai dengan PAD yang mulai meningkat dan mulai masuknya investasi bagi proses pembangunan daerah.

Sumber : Diolah Penulis (2020)

## 2.8 Kerangka Pemikiran

Berdasarkan pemaparan diatas, maka dalam penelitian ini menggunakan kerangka berpikir sebagai berikut:

### Gambar 2. 1 Kerangka Penelitian



Gambar 2.1 menjelaskan bahwa penelitian ini mengkaji pariwisata syariah (kunjungan wisata) terhadap perekonomian Aceh (PDRB).

## 2.9 Hipotesis

Menurut Sugiyono (2011) hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, oleh karena itu rumusan masalah penelitian biasanya disusun dalam bentuk kalimat pertanyaan. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data. Berdasarkan latar belakang penelitian, temuan penelitian terkait dan kerangka penelitian yang telah dijelaskan sebelumnya, maka yang menjadi hipotesis penelitian ini adalah:

- $H_{01}$  : Perkembangan pariwisata syariah di Aceh tidak mengalami peningkatan
- $H_{a1}$  : Perkembangan pariwisata syariah di Aceh mengalami peningkatan
- $H_{02}$  : Tidak adanya pengaruh pariwisata syariah terhadap perkembangan perekonomian Aceh.
- $H_{a2}$  : Adanya pengaruh pariwisata syariah terhadap perkembangan perekonomian Aceh.

## **BAB III METODE PENELITIAN**

### **3.1 Desain Penelitian**

Penelitian ini menggunakan model penelitian kuantitatif. Penelitian kuantitatif biasanya menggunakan desain eksplanasi, dimana objek telaahan penelitian eksplanasi adalah untuk menguji hubungan antar variabel yang dihipotesiskan. Pada penelitian ini ada hipotesis yang akan diuji kebenarannya. Hipotesis itu sendiri menggambarkan hubungan antara dua variabel atau lebih untuk mengetahui apakah sesuatu variabel berpengaruh dengan variabel lainnya (Mulyadi, 2011).

### **3.2 Jenis dan Sumber Data**

Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data runtun waktu (time series) yang disusun berdasarkan urutan waktu atau data yang dikumpulkan dari waktu ke waktu. Waktu yang digunakan dapat berupa minggu, bulan, tahun dan sebagainya. Data yang diperlukan dalam penelitian ini adalah data jumlah kunjungan wisata nusantara dan mancanegara di Provinsi Aceh tahun 2010-2019 dan data perkembangan perekonomian Aceh (PDRB) tahun 2010-2019. Sedangkan sumber data pada penelitian ini adalah data yang berasal dari lembaga pariwisata, yaitu Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Aceh, dan data perkembangan perekonomian Aceh diperoleh dari BPS Aceh.

### **3.3 Operasional Variabel**

Variabel penelitian pada dasarnya adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi tentang hal tersebut, kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2011). Operasional variabel penelitian ini terdiri dari variabel terikat dan variabel bebas. Masing-masing variabel tersebut dijelaskan sebagai berikut :

1. Jumlah kunjungan wisata adalah suatu hitungan mengenai banyaknya orang yang melakukan perjalanan ke suatu daerah di luar daerah tempat tinggalnya, kurang dari satu tahun, didorong oleh suatu tujuan utama (bisnis, berlibur, atau tujuan pribadi lainnya), selain untuk bekerja dengan penduduk daerah yang dikunjungi. Dalam penelitian ini, variabel data pariwisata yang diambil adalah data kunjungan wisatawan nusantara dan mancanegara.
2. PDRB atau produk domestik regional bruto adalah jumlah nilai tambah bruto (berat kotor) yang timbul dari seluruh sektor perekonomian di daerah tersebut. Dalam penelitian ini, variabel data perekonomian yang diambil adalah data PDRB harga konstan.

### **3.4 Metode Analisis Data**

#### **3.4.1 Analisis Regresi**

Sesuai dengan perumusan masalah, untuk menguji pariwisata syariah sebagai perkembangan perekonomian Aceh pada kabupaten/kota di Provinsi Aceh digunakan formula analisis regresi

linier. Karena data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data panel yakni gabungan antara *time series* dan *cross section data*, maka regresi yang digunakan adalah regresi panel, diformulakan sebagai berikut:

$$PDRB_{it} = a_{it} + bPS_{it} + e_{it}$$

Dimana :

a : Konstanta

$PDRB_{it}$ : PDRB di kabupaten/kota i pada tahun t

$PS_{it}$  : Pariwisata Syariah di kabupaten/kota i pada tahun t

b : Koefisien

i : Kabupaten/kota

t : Tahun

e : *Error*

### 3.4.2 Penentuan Model Estimasi

Dalam menentukan model estimasi regresi dengan menggunakan data panel dapat dilakukan melalui tiga pendekatan antara lain : *Common Effect Model*, *Fixed Effect Model* dan *Random Effect Model*.

#### 1. *Common Effect Model*

Merupakan pendekatan model data panel yang paling sederhana karena hanya mengkombinasikan data *time series* dan *cross section*. Pada model ini tidak diperhatikan dimensi waktu maupun individu sehingga diasumsikan bahwa perilaku

data akan sama dalam berbagai kurun waktu. Metode ini bisa menggunakan pendekatan *Ordinary Least Square (OLS)* atau teknik kuadran kecil untuk mengestimasi model data panel.

## 2. *Fixed Effect Model*

Model mengasumsikan bahwa perbedaan antar individu dapat diakomodasi dari perbedaan intersepnya. Model ini mengestimasi data panel dengan menggunakan variabel dummy untuk menangkap adanya perbedaan intersep.

## 3. *Random Effect Model*

Model ini mengestimasi data panel dimana variabel gangguan mungkin saling berhubungan antar waktu dan antar individu. Keuntungan menggunakan model *Random Effect* yakni menghilangkan heteroskedastisitas. Model ini juga disebut dengan teknik *Generalized Least Square (GLS)*.

### 3.4.3 Tahapan Analisis Data

Untuk menganalisis data panel, diperlukan uji spesifikasi model yang tepat untuk menggambarkan data. Untuk memilih model yang paling tepat terdapat beberapa pengujian yang dapat dilakukan antara lain : dengan menggunakan Uji Chow, Uji Hausman dan Uji Lagrange Multiplier.

#### 1. Uji Chow

Uji chow digunakan untuk mengetahui model panel apa yang cocok unutk digunakan antara *Common Effect Model* dan *Fixed Effect Model* maka perlu dilakukan uji F-test. Hipotesis Uji Chow adalah :

$H_0$  : *Common Effect Model*

$H_1$  : *Fixed Effect Model*

Untuk nilai statistic F hitung apabila nilai probabilitas F-statistic lebih kecil dari tingkat signifikan 5% (0,05) maka model yang digunakan adalah *Fixed Effect Model*, sedangkan apabila nilai probabilitas F-statistic lebih besar dari tingkat signifikan 5% (0,05) maka model yang digunakan adalah *Common Effect Model*.

## 2. Uji Hausman

Uji hausman dilakukan untuk membandingkan model panel yang paling cocok digunakan antara *Fixed Effect Model* dan *Random Effect Model*. Hipotesis Uji Hausman adalah :

$H_0$  : *Random Effect Model*

$H_1$  : *Fixed Effect Model*

Untuk statistiknya uji hausman mengikuti distribusi statistic chi-square dimana apabila nilai probabilitas chi-square statistic lebih kecil dari tingkat signifikan 5% (0,05) maka model yang digunakan adalah *Fixed Effect Model*, namun apabila nilai probabilitas chi-square lebih besar dari tingkat signifikan 5%(0,05) maka model panel yang digunakan adalah *Random Effect Model*.

### 3.4.4 Uji Asumsi Klasik

#### 1. Uji Normalitas

Uji Normalitas data adalah uji prasyarat tentang kelayakan data untuk dianalisis dengan menggunakan statistik parametrik atau

statistik nonparametrik. Melalui uji ini, sebuah data hasil penelitian dapat diketahui bentuk distribusi data tersebut, yaitu berdistribusi data normal atau tidak normal ((Misbahuddin & Hasan, 2013: 278). Normalitas dalam penelitian ini dilihat dari normalitas nilai residual dengan menggunakan uji statistik berdasarkan nilai *Jarque Bera* (J-B) yang berpedoman dengan data yang dikatakan normal jika nilai *probability-value*  $> 0,05$ .

### 3.4.5 Pengujian Signifikan

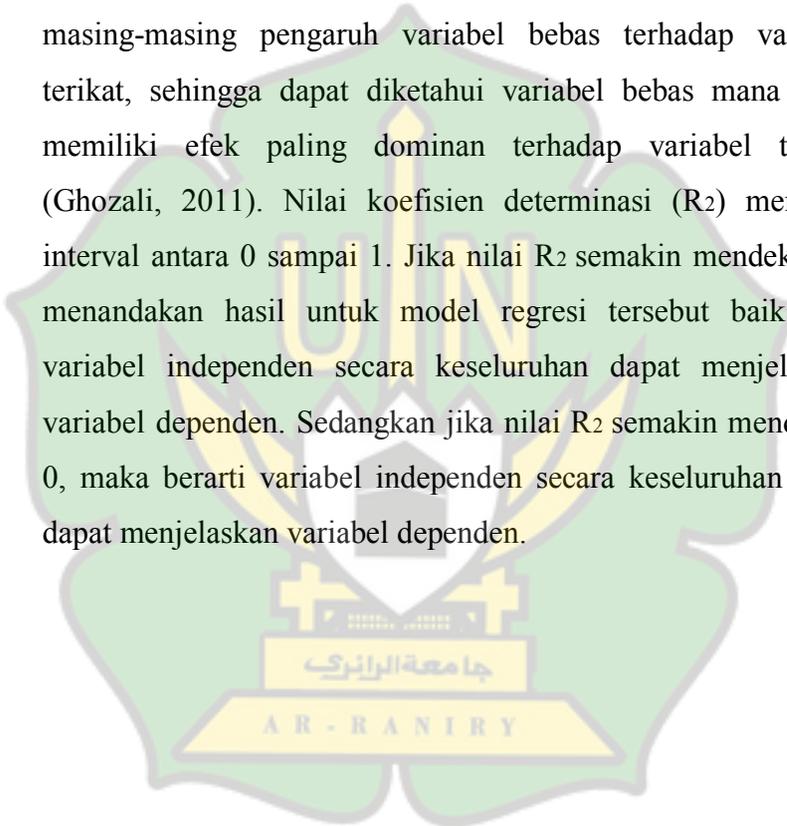
#### 1. Uji Statistik t (Signifikan Parsial)

Uji parsial bertujuan untuk memastikan apakah variabel bebas yang terdapat dalam model regresi tersebut secara individu berpengaruh terhadap nilai variabel terikat. Uji parsial atau uji individu pada dasarnya menunjukkan seberapa jauh satu variabel independen secara individual menerangkan variasi variabel dependen (Ghozali, 2011). Pengujian ini memiliki ketentuan-ketentuan, yaitu:

- a) Jika probabilitas (signifikansi)  $< 0,05$  atau  $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ , maka  $H_0$  ditolak dan  $H_a$  diterima yang berarti variabel bebas dapat menerangkan variabel terikat secara individual.
- b) Jika probabilitas (signifikansi)  $> 0,05$  atau  $t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak yang berarti variabel bebas tidak dapat menerangkan variabel terikatnya secara individual.

## 2. Uji $R^2$ (Koefisien Determinasi)

Uji koefisien determinasi ( $R^2$ ) bertujuan untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model regresi dalam menerangkan variasi dari variabel dependen atau variabel terikat. Koefisien determinasi juga menjelaskan besarnya masing-masing pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat, sehingga dapat diketahui variabel bebas mana yang memiliki efek paling dominan terhadap variabel terikat (Ghozali, 2011). Nilai koefisien determinasi ( $R^2$ ) memiliki interval antara 0 sampai 1. Jika nilai  $R^2$  semakin mendekati 1, menandakan hasil untuk model regresi tersebut baik atau variabel independen secara keseluruhan dapat menjelaskan variabel dependen. Sedangkan jika nilai  $R^2$  semakin mendekati 0, maka berarti variabel independen secara keseluruhan tidak dapat menjelaskan variabel dependen.

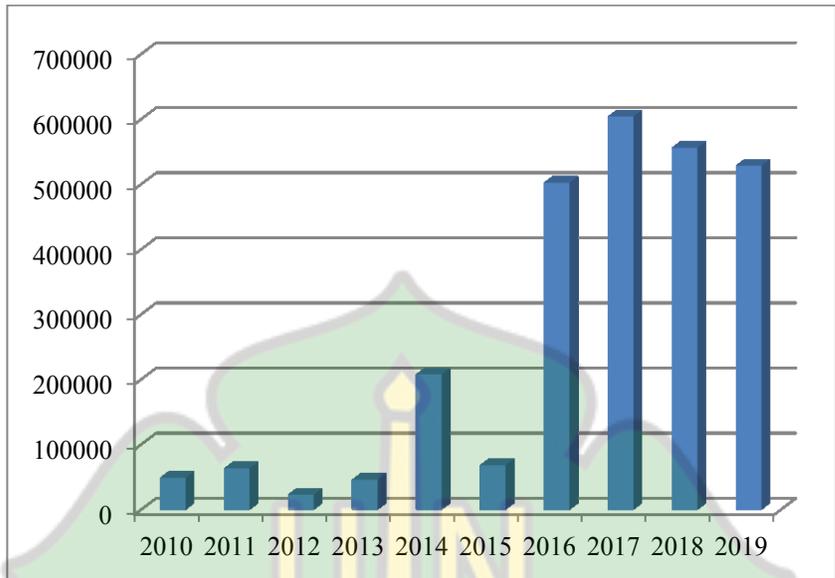


**BAB IV**  
**HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**  
**4.1 Rata-Rata Jumlah Kunjungan Wisata**

Pariwisata syariah sangat berpengaruh terhadap perkembangan pertumbuhan ekonomi. Adanya objek pariwisata syariah ini akan menambah pendapatan daerah dimana mereka akan menggunakan fasilitas yang ada pada daerah yang mereka kunjungi. Artinya kedatangan wisatawan ini mampu meningkatkan juga pendapatan penduduk setempat sehingga penduduk tersebut bisa hidup sejahtera.

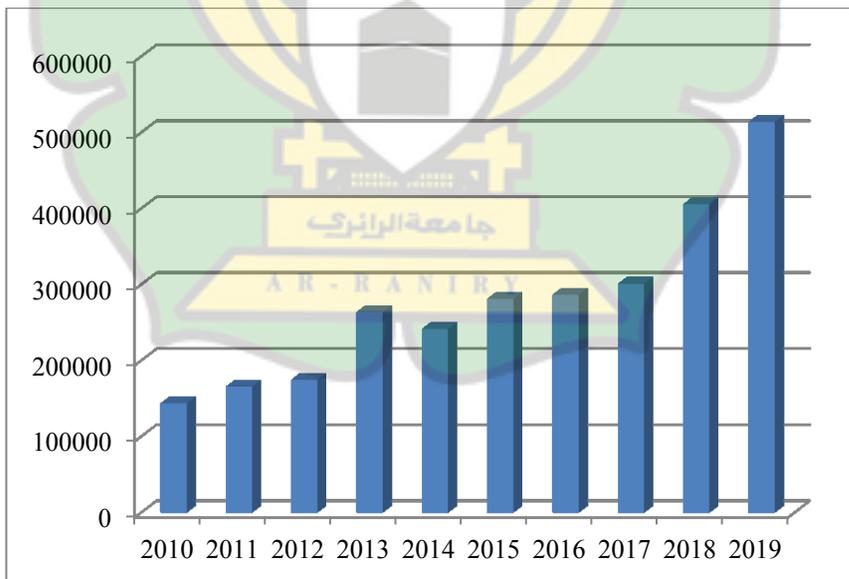
Data jumlah wisatawan yang digunakan dalam penelitian ini adalah jumlah wisatawan dari tahun 2010-2019 dalam Ribu. Data ini digunakan untuk melihat seberapa besar pengaruh dari pariwisata syariah terhadap perkembangan pertumbuhan ekonomi di Kabupaten/Kota yang diteliti. Adapun rata-rata jumlah wisatawan di 2 kabupaten/kota di Provinsi Aceh, yang merupakan variabel independen dalam penelitian ini, dapat dilihat pada gambar di bawah ini:

**Gambar 4. 1 Rata-Rata Jumlah Kunjungan Wisata Aceh Besar**



Sumber : Dinas Kebudayaan dan Paiwisata Aceh

**Gambar 4. 2 Rata-Rata Jumlah Kunjungan Wisata Banda Aceh**

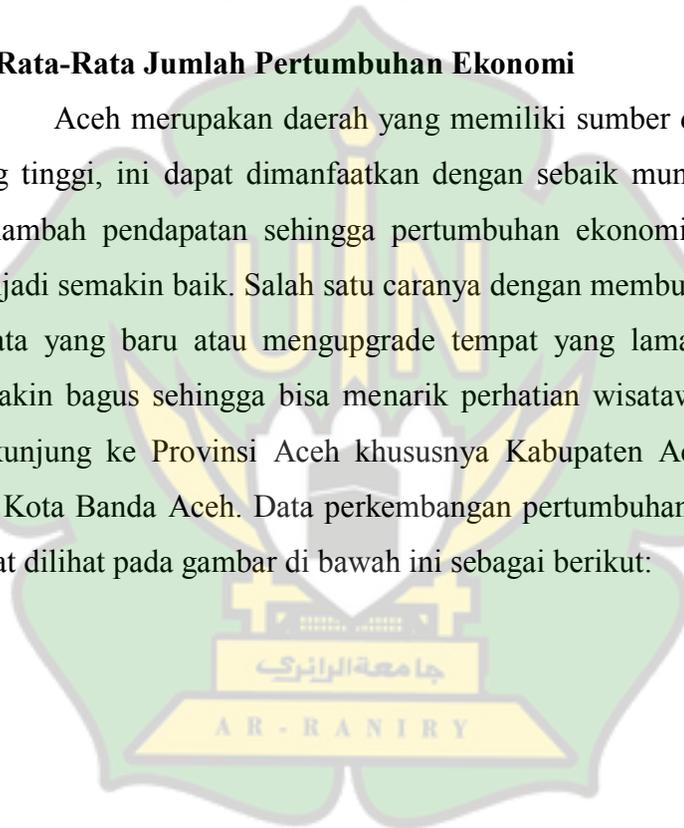


Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Aceh

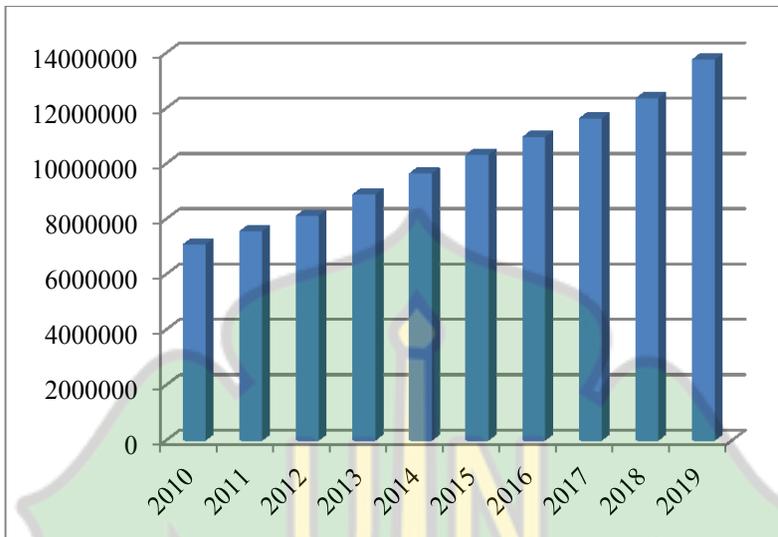
Dari gambar di atas terlihat jika kabupaten Aceh Besar yang memiliki rata-rata jumlah wisatawan tertinggi adalah tahun 2017. Sedangkan Kota Banda Aceh jumlah wisatawan tertinggi adalah tahun 2019. Secara keseluruhan jumlah wisatawan setiap tahunnya terus meningkat di 2 kabupaten/Kota tersebut.

#### **4.2 Rata-Rata Jumlah Pertumbuhan Ekonomi**

Aceh merupakan daerah yang memiliki sumber daya alam yang tinggi, ini dapat dimanfaatkan dengan sebaik mungkin agar menambah pendapatan sehingga pertumbuhan ekonomi di Aceh menjadi semakin baik. Salah satu caranya dengan membuka tempat wisata yang baru atau mengupgrade tempat yang lama menjadi semakin bagus sehingga bisa menarik perhatian wisatawan untuk berkunjung ke Provinsi Aceh khususnya Kabupaten Aceh Besar dan Kota Banda Aceh. Data perkembangan pertumbuhan ekonomi dapat dilihat pada gambar di bawah ini sebagai berikut:

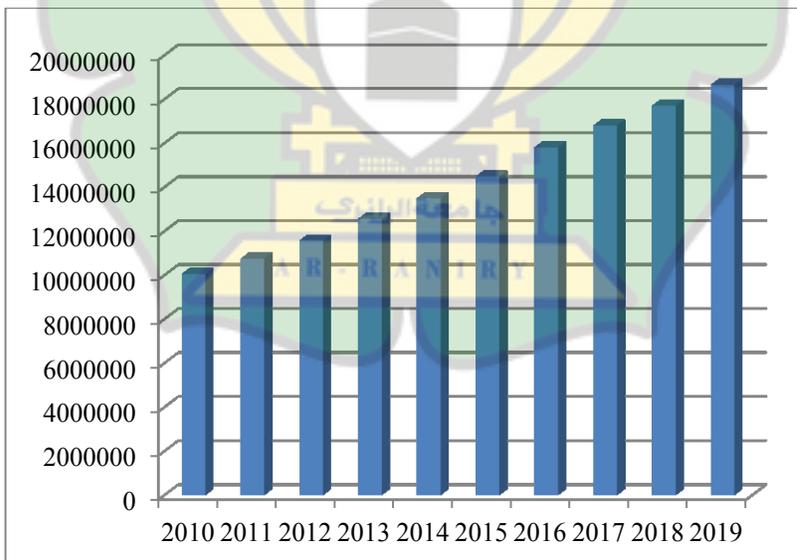


**Gambar 4. 3 Rata-Rata Jumlah PDRB Aceh Besar**



Sumber : BPS Aceh

**Gambar 4. 4 Rata-Rata Jumlah PDRB Banda Aceh**



Sumber : BPS Aceh

Dari gambar di atas menunjukkan bahwa jumlah pertumbuhan ekonomi di Kabupaten Aceh Besar dan Kota Banda Aceh terus meningkat. Berdasarkan gambar tersebut terlihat bahwa tahun 2019 merupakan jumlah pertumbuhan tertinggi di Kabupaten Aceh Besar maupun Kota Banda Aceh.

### **4.3 Potensi Pariwisata Syariah Terhadap Perkembangan Pertumbuhan Ekonomi Aceh**

Penelitian ini menggunakan estimasi data panel pengaruh pariwisata syariah terhadap perkembangan pertumbuhan ekonomi di 2 Kabupaten/Kota di Provinsi Aceh. Untuk melihat pengaruh antara variabel yang diteliti maka digunakan analisis regresi data panel. Adapun keuntungan dalam menggunakan regresi data panel, yaitu :

1. Dapat memberikan jumlah pengamatan yang lebih besar, meningkatkan derajat kebebasan, data memiliki variabilitas yang besar dan mengurangi kolinieritas antara variabel penjelas, dimana dapat menghasilkan estimasi ekonometri yang efisien.
2. Panel data dapat memberikan informasi lebih banyak yang tidak dapat diberikan atau diperoleh dari data *cross section* atau *time series* saja.
3. Panel data dapat memberikan penyelesaian yang lebih baik dalam inferensi perubahan dinamis dibandingkan data *cross section*.

Dalam menentukan model analisis regresi data panel mana yang digunakan dalam penelitian di antara *common effect model*, *fixed effect model* dan *random effect model* maka dilakukan penentuan metode estimasi untuk menentukannya yaitu dengan menggunakan *Hausman test*, dan *chow test*.

### 4.3.1 Model Regresi

Regresi data panel dilakukan dengan tiga model yaitu *common*, *fixed* dan *random*. Masing-masing model memiliki kelebihan dan kekurangan. Pemilihan model tergantung kepada asumsi yang dipakai peneliti dan pemenuhan syarat-syarat pengolahan data statistik. Oleh karena itu langkah pertama yang harus dilakukan adalah memilih model dari ketiga yang tersedia. Data panel yang telah dikumpulkan, dilakukan penentuan estimasi menggunakan *common effect model*, *fixed effect model* dan *random effect model*.

**Tabel 4. 1**  
**Hipotesa Chow Test**

Alat Penguji	Hipotesa	Ketentuan	Keterangan
Chow-test	H <sub>0</sub> = Model yang digunakan adalah <i>Common Effect Model</i>	Jika nilai p- value lebih besar dari pada nilai signifikansi ( $p > \alpha$ ) maka H <sub>0</sub> diterima	Model yang digunakan adalah <i>Common Effect Model</i>
		Jika nilai p- value lebih kecil dari pada nilai signifikansi ( $p < \alpha$ ) maka H <sub>0</sub> ditolak dan H <sub>a</sub> diterima	Model yang digunakan adalah <i>fix Effect Model</i>

Sumber : Diolah oleh penulis (2020)

Setelah hasil dari model *common effect* dan *fixed effect* diperoleh maka selanjutnya dilakukan uji chow. Pengujian tersebut dibutuhkan untuk memilih model yang paling tepat diantara model *common effect* dan *fixed effect*. Ringkasan hasil pengujian Chow-test pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 4. 2**  
**Hasil Uji Chow**

Effects Test	Statistic	d.f.	Prob.
Cross-section F	13.779206	(1,17)	0.0017
Cross-section Chi-square	11.872520	1	0.0006

Sumber : Diolah menggunakan Eviews

Apabila nilai probabilitas  $F > 0,05$  artinya  $H_0$  diterima, yang berarti model yang paling tepat digunakan adalah *common effect*. Namun jika nilai probabilitas  $< 0,05$  artinya  $H_0$  ditolak berarti model yang digunakan adalah *fixed effect*.

Hasil dari uji chow pada tabel di atas menunjukkan bahwa nilai probabilitas *cross section* adalah 0,0000 atau  $< 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak. Oleh karena itu model yang dipilih adalah *fixed effect*. Selanjutnya kita akan melakukan regresi dengan model random effect.

Pada tabel *fixed effect* dan *random effect*, perlu dilakukan uji hausman untuk menguji model yang lebih tepat untuk digunakan antara *fixed effect* dan *random effect*. Oleh karena itu dilakukan uji hausman untuk mengetahuinya.

**Tabel 4. 3**  
**Hipotesa Hausman Test**

<b>Alat Pengujian</b>	<b>Hipotesa</b>	<b>Ketentuan</b>	<b>Keterangan</b>
<i>Housman-test</i>	H0 = Model yang digunakan adalah <i>Random Effect Model</i>	Jika nilai p-value lebih besar dari pada nilai signifikan ( $p > \alpha$ ) maka H0 diterima	Model yang digunakan adalah <i>Random Effect Model</i>
	Ha = Model yang digunakan adalah <i>Fix Effect Model</i>	Jika nilai p-value lebih kecil dari pada nilai signifikansi ( $p < \alpha$ ) maka H0 ditolak dan Ha diterima	Model yang digunakan adalah <i>Fix Effect Model</i>

Sumber : Diolah oleh penulis(2020)

Penelitian ini menggunakan jenis data panel yang memiliki tiga model regresi yaitu *Common Effect Model* (CEM), *Fixed Effect Model* (FEM) dan *Random Effect Model* (REM) untuk mengetahui jenis model yang terbaik untuk digunakan maka perlu dilakukan uji penentuan model estimasi. Ringkasan hasil pengujian Housman-test pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 4. 4**  
**Hasil Uji Hausman**

Test Summary	Chi-Sq. Statistic	Chi-Sq. d.f.	Prob.
Cross-section random	13.779206	1	0.0002

Sumber : Diolah menggunakan Eviews

Apabila nilai probabilitas  $F > 0,05$  artinya  $H_0$  diterima, yang berarti model yang paling tepat digunakan adalah *random effect*. Namun jika nilai probabilitas  $< 0,05$  artinya  $H_0$  ditolak berarti model yang digunakan adalah *fixed effect*.

Hasil dari uji chow pada tabel di atas menunjukkan bahwa nilai probabilitas *cross section* adalah 0,0000 atau  $< 0,05$ , maka  $H_0$  ditolak. Oleh karena itu model yang dipilih adalah *fixed effect*. Hasil dari pengujian *Chowtest* dan *Housman-test* sama-sama menunjukkan model terbaik yang dipilih adalah *Fix effect Model* maka dari itu tidak perlu lagi dilakukan uji *Lagrange Multiplier-test*.

#### **4.3.2 Uji Asumsi Klasik**

Regresi data panel memberikan alternative model, *common effect model*, *fixed effect model* dan *random effect model*. Model *common effect* dan *fixed effect* menggunakan pendekatan *ordinary least squared (OLS)* dalam teknik estimasinya. Uji asumsi klasik yang digunakan dalam regresi linier dengan pendekatan *ordinary least squared (OLS)* adalah uji normalitas. Walaupun demikian tidak semua uji asumsi klasik harus dilakukan pada setiap model regresi linier dengan pendekatan *OLS* (Nachrowi, 2006).

##### **4.3.2.1 Uji Normalitas**

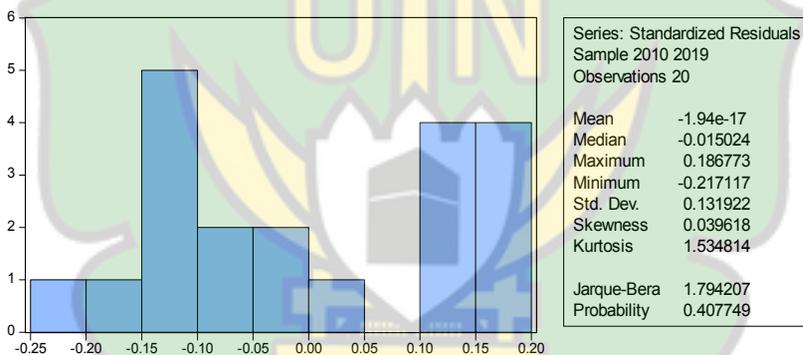
Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel terikat dan variabel bebas terdistribusi

normal atau tidak. Model regresi yang baik adalah yang memiliki distribusi data normal atau mendekati normal (Ghozali, 2011).

Pada penelitian ini, uji normalitas bisa dilihat dari beberapa ketentuan sebagai berikut:

1. Jika nilai signifikan  $> 0,05$  maka nilai residual berdistribusi normal.
2. Jika nilai signifikan  $< 0,05$  maka nilai residual tidak berdistribusi normal.

**Tabel 4. 5**  
**Hasil Uji Normalitas**



Sumber : Diolah oleh penulis (2020)

Berdasarkan ketentuan di atas yang menyatakan bahwa apabila P-value lebih dari 0,05 maka data terdistribusi normal. Jika dilihat dari hasil uji normalitas diketahui P-value (0.552774)  $> \alpha$  sehingga kesimpulannya adalah data berdistribusi normal dan asumsi normalitas terpenuhi.

### 4.3.3 Pengujian Hipotesis dengan Data Panel

#### 4.3.3.1 Uji t (Uji Parsial)

Untuk melihat besarnya pengaruh variabel secara parsial (sebagian) terhadap perkembangan pertumbuhan ekonomi digunakan Uji t. Pengujian parsial atau Uji t ini digunakan untuk menguji pengaruh setiap variabel independen terhadap variabel dependen. Apabila nilai probabilitas t lebih kecil dari 0,05, maka hasilnya signifikan berarti terdapat pengaruh dari variabel independen secara individual terhadap variabel dependen. Uji hipotesis secara parsial menggunakan uji t dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4. 6**  
**Hasil Uji t**

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	14.06490	0.430044	32.70575	0.0000
LOGPARIWISATA	0.181431	0.035225	5.150623	0.0001

Sumber : Diolah menggunakan Eviews

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa hasil uji t pada variabel pariwisata syariah memiliki probabilitas 0,0001 yang berarti  $< 0,05$  sehingga dapat dikatakan bahwa variabel pariwisata syariah memiliki pengaruh (signifikan) terhadap produk domestik regional bruto (PDRB). Artinya  $H_0$  ditolak  $H_1$  diterima.

#### 4.3.3.2 Analisis Regresi Linier Sederhana

Setelah menentukan model estimasi terbaik sehingga terpilihnya *Fix Effect Model* (FEM) maka selanjutnya dilakukan

analisis regresi linear sederhana. Regresi linear sederhana merupakan pemodelan hubungan antara variabel dependen dengan variabel independen. Regresi linear sederhana juga digunakan untuk melihat arah hubungan baik positif atau negatif dari masing-masing variabel selain itu juga dapat memprediksi nilai dari variabel dependen jika variabel independennya mengalami kenaikan atau penurunan nilai. Penelitian ini menggunakan produk domestik regional bruto (PDRB) sebagai variabel dependen dan pariwisata sebagai variabel independennya. Persamaan regresi linear sederhana yang digunakan dalam penelitian ini yaitu sebagai berikut:

$$PDRB_{it} = 14.06490 + 0,181431 (\text{pariwisata}_{it}) + e$$

Persamaan regresi sederhana maka dapat diinterpretasikan sebagai berikut:

1. Nilai konstanta adalah sebesar 14.06490 menunjukkan jika semua variabel independen yaitu pariwisata dianggap tetap maka nilai PDRB yang dilambangkan Y adalah sebesar 1406490.
2. Nilai koefisien pariwisata (X) 0,181431 hal ini menunjukkan bahwa pariwisata berpengaruh positif terhadap PDRB maka setiap kenaikan 1 pengunjung wisata, PDRB juga ikut naik sebesar 0,181431 rupiah.

### 4.3.3.3 Koefisien Determinasi (Adjusted R-Square)

Koefisien determinasi (adjusted R-Square) pada intinya adalah untuk mengukur seberapa jauh kemampuan model dalam menerangkan variasi variabel dependennya. Nilai adjusted R-square yang mendekati satu berarti kemampuan variabel-variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan untuk memprediksi variasi dependen. Koefisien determinasi dapat dilihat sebagai berikut :

**Tabel 4. 7**  
**Koefisien Determinasi**

Dependent Variable: LOGPDRB

Method: Panel Least Squares

Date: 08/18/20 Time: 22:01

Sample: 2010 2019

Periods included: 10

Cross-sections included: 2

Total panel (balanced) observations: 20

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	14.06490	0.430044	32.70575	0.0000
LOGPARIWISATA	0.181431	0.035225	5.150623	0.0001

#### Effects Specification

Cross-section fixed (dummy variables)

R-squared	0.772098	Mean dependent var	16.27406
Adjusted R-squared	0.745286	S.D. dependent var	0.276339
S.E. of regression	0.139466	Akaike info criterion	-0.964509
Sum squared resid	0.330664	Schwarz criterion	-0.815149
Log likelihood	12.64509	Hannan-Quinn criter.	-0.935353
F-statistic	28.79678	Durbin-Watson stat	0.991234
Prob(F-statistic)	0.000003		

Sumber : Diolah menggunakan Eviews

Berdasarkan tabel diatas besar angka adjusted R-square ( $R^2$ ) adalah 0,745286. Hal ini menunjukkan bahwa persentase sumbangan pengaruh variabel independen terhadap variabel dependen adalah sebesar 74,52%. Atau dapat diartikan bahwa variabel independen yang digunakan dalam model mampu menjelaskan sebesar 74,52% terhadap variabel dependennya. Sisanya 25,48% lainnya dipengaruhi oleh faktor lain diluar model regresi tersebut.

#### 4.4 Pembahasan

Analisis regresi yang telah dilakukan bertujuan untuk mengetahui hubungan yang dapat diukur dari pariwisata syariah terhadap perkembangan pertumbuhan ekonomi. Selain itu analisis ini juga untuk melihat potensi pariwisata syariah terhadap perkembangan ekonomi. Berikut ini merupakan yang merangkup hubungan yang terjadi pada variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial :

**Tabel 4. 8**  
**Hubungan Variabel**

Variabel	Hubungan yang ditemukan	Signifikan
Pariwisata	Berpengaruh Positif	Signifikan

Sumber : telah diolah menggunakan Eviews

Hasil regresi diatas menunjukkan hasil yang signifikan artinya dengan adanya tempat pariwisata syariah ini mampu

meningkatkan perekonomian di Provinsi Aceh. Hal ini bisa dilihat dari semakin lama wisatawan tinggal di daerah tempat wisatanya, maka semakin banyak pula uang yang dibelanjakan di daerah tersebut. Dengan demikian adanya kegiatan konsumtif ini baik dari wisatawan manca negara maupun wisatawan domestic, maka akan memperbesar pendapatan dari setor pariwisata suatu daerah.

Sektor kuliner juga berpengaruh penting terhadap pariwisata hal ini juga bisa dimanfaatkan oleh masyarakat setempat untuk memperkenalkan makanan khas daerahnya, masyarakat bisa membuka warung atau bahkan restoran sekalipun sehingga pendapatan mereka juga bertambah. Selain itu masyarakat juga dapat membuka usaha di bidang ekonomi kreatif seperti menjual cinderamata khas daerahnya.

Pembangunan pariwisata mampu menggairahkan aktivitas bisnis untuk menghasilkan manfaat sosial, budaya, dan ekonomi yang signifikan bagi suatu negara. Ketika pariwisata direncanakan dengan baik, mestinya akan dapat memberikan manfaat bagi masyarakat pada sebuah destinasi. Keberhasilan pariwisata terlihat dari penerimaan pemerintah dari sektor pariwisata dapat mendorong sektor lainnya untuk berkembang (Utama, 2016: 4).

Keberhasilan yang paling mudah untuk diamati adalah bertambahnya jumlah kedatangan wisatawan dari periode ke periode. Pertambahan jumlah wisatawan dapat terwujud jika wisatawan yang telah berkunjung puas terhadap destinasi dengan berbagai atribut yang ditawarkan oleh pengelolanya. Wisatawan

yang puas akan cenderung menjadi loyal untuk mengulang liburannya dimasa mendatang, dan memungkinkan mereka merekomen teman-teman, dan kerabatnya untuk berlibur ke tempat yang sama. Fenomena yang terjadi pada trend pariwisata saat ini adalah pesatnya pertumbuhan wisata kota (Utama, 2016: 5).

Dari perspektif ekonomi, dampak positif pariwisata yaitu: *Pertama*, mendatangkan devisa bagi negara melalui penukaran mata uang asing di daerah tujuan wisata. *Kedua*, pasar potensial bagi produk barang dan jasa masyarakat setempat. *Ketiga*, meningkatkan pendapatan masyarakat yang kegiatannya terkait langsung atau tidak langsung dengan jasa pariwisata. *Keempat*, memperluas penciptaan kesempatan kerja, baik pada sektor-sektor yang terkait langsung seperti perhotelan, restoran, agen perjalanan, maupun pada sektor-sektor yang tidak terkait langsung seperti industri kerajinan, penyediaan produk-produk pertanian, atraksi budaya, bisnis eceran, jasa-jasa lain dan sebagainya. *Kelima*, sumber pendapatan asli daerah (PAD), dan *Keenam*, merangsang kreativitas seniman, baik seniman pengrajin industri kecil maupun seniman \_tabuh\_ dan tayang diperuntukkan konsumsi wisatawan (Utama, 2016: 6).

Berkembangnya sektor pariwisata juga dapat mendorong pemerintah lokal untuk menyediakan infrastruktur yang lebih baik, penyediaan air bersih, listrik, telekomunikasi, transportasi umum dan fasilitas pendukung lainnya sebagai konsekuensi logis dan

kesemuanya itu dapat meningkatkan kualitas hidup baik wisatawan dan juga masyarakat lokal itu sendiri sebagai tuan rumah.

Pembangunan infrastruktur pariwisata dapat dilakukan secara mandiri ataupun mengundang pihak swasta nasional bahkan pihak investor asing khususnya untuk pembangunan yang berskala besar seperti pembangunan Bandara Internasional, dan sebagainya. Perbaikan dan pembangunan infrastruktur pariwisata tersebut juga akan dinikmati oleh penduduk lokal dalam menjalankan aktifitas bisnisnya, dalam konteks ini masyarakat lokal akan mendapatkan pengaruh positif dari pembangunan pariwisata di daerahnya (Utama, 2016: 10).

Menurut Badan Pusat Statistika (BPS) Aceh, perekonomian Aceh pada tahun 2019 yang diukur berdasarkan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) atas dasar harga berlaku mencapai angka Rp.164,21 Triliun atau setara dengan US\$ 11,61 miliar dan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) perkapita mencapai Rp.30,70 Juta. Sementara itu Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) tanpa migas adalah sebesar Rp.158,55 Triliun atau setara dengan US\$ 11,21 Miliar dan Produk Domestik Regional Bruto (PDRB) perkapita tanpa migas mencapai Rp.29,64 Juta.

Ekonomi Aceh pada tahun 2019 tumbuh 4,15 persen, melambat dibanding tahun 2018 yang tumbuh sebesar 4,61 persen. Dari sisi produksi, pertumbuhan tertinggi dicapai oleh lapangan usaha pengadaan air sebesar 27,25 persen. Dari sisi pengeluaran, pertumbuhan ekonomi tertinggi ada di komponen impor luar negeri

sebesar 53,22 persen. Berdasarkan sumber pertumbuhan ekonomi Aceh tahun 2019, sumber pertumbuhan tertinggi berasal dari lapangan usaha Pertanian, kehutanan, perikanan dan pariwisata sebesar 0,99 persen diikuti konstruksi sebesar 0,49 persen, perdagangan sebesar 0,47 persen, pertambangan sebesar 0,38 persen serta pertumbuhan ekonomi dari lapangan usaha lainnya sebesar 1,88 persen (BPS Aceh, 2020).



## **BAB V PENUTUP**

### **5.1 Kesimpulan**

Adapun kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian ini sebagai berikut:

1. Perkembangan pariwisata Aceh sangat membantu perekonomian Aceh, hal ini dibuktikan dengan kenaikan PDRB, setiap kenaikan 1 pengunjung wisata, PDRB juga ikut naik sebesar 10,45408 rupiah.
2. Pariwisata memiliki potensi yang besar terhadap perkembangan perekonomian Aceh. Pengaruh pariwisata terhadap perkembangan perekonomian Aceh secara parsial berpengaruh signifikan dan uji koefisien determinasi (adjusted R-square /  $R^2$ ) menunjukkan angka 0,736253, yang artinya variabel pariwisata mampu menjelaskan variabel perkembangan perekonomian sebesar 73,62%.

### **5.2 Saran**

Berdasarkan kesimpulan penelitian yang dikemukakan diatas, maka peneliti memberikan beberapa saran sebagai berikut:

1. Saran bagi pemerintah agar mengembangkan dan mengoptimalkan sarana serta prasarana pariwisata terutama pariwisata syariah agar mendatangkan pengunjung wisatawan lebih banyak.

2. Bagi peneliti selanjutnya untuk mengubah variabel yang diteliti agar mendapatkan hasil yang berbeda sehingga menghasilkan referensi yang baru.



## DAFTAR PUSTAKA

- Adinugraha, H. H., Sartika, M., & Kadarningsih, A. (2018). Desa Wisata Halal : Konsep dan Implementasinya di Indonesia. *Human Falah*, 28-48.
- Alim, H. T., Riansyah, A. O., Hidayah, K., Muslim, I., & Adityawarman. (2015). Analisis Potensi Pariwisata Syariah dengan Mengoptimalkan Industri Kreatif di Jawa Tengah dan Yogyakarta. *Jurnal Pendidikan*, 1-8.
- Antariksa, B. (2016). *Kebijakan Pembangunan Kepariwisataaan*. Malang: Intrans Publishing.
- Archer, B., & Cooper, C. (1994). *The Positive and Negative Impacts of Tourism*. Oxford: Butterworth-Heinemann.
- Badan Pusat Statistik Aceh. (2020). *PDRB atas dasar Harga Konstan 2010 Kab/Kota se-Provinsi Aceh 2010-2019*. Banda Aceh: BPS Aceh.
- Biederman, P., Lai, J., Laitamaki, J., Messerli, H., Nyheim, P., & Plog, S. (2007). *Travel and Tourism: An Industry Primer*. Upper Saddle River, NJ: Pearson Education, Inc.
- Canada Government Revenue Attributable to Tourism. (2007). *Research Paper: Income and Expenditure Accounts Technical Series: Catalogue no. 13-604-M — No. 60*. Ottawa: Canada Government Revenue Attributable to Tourism.
- Chookaew, S. (2015). Increasing Halal Tourism Potential at Andaman Gulf in Thailand for Muslim Country. *Journal of Economics, Business and Management*, 739-741.

- Corbin, J., & Strauss, A. (2003). *Basics of Qualitative Research*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Darmayanti, I. (2010). Banda Aceh Kebangkitan Sektor Pariwisata. *Jurnal Varia Pariwisata, 1* (3), 86-95.
- Departemen Kebudayaan dan Pariwisata RI. (2005). *Rencana Strategis Pembangunan Kebudayaan dan Pariwisata Nasional 2005 – 2009*. Jakarta: Departemen Kebudayaan dan Pariwisata RI.
- DISBUDPAR Aceh. (2020). *Kunjungan Wisatawan Tahun 2004-2019*. Banda Aceh: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Aceh.
- Faidah, M., & Anwar, M. (2015). *Potensi Pariwisata Syariah di Jawa Timur*. Surabaya: Petra Revka Media.
- Ghozali, I. (2011). *Aplikasi Analisis Multiviriate dengan Program SPSS*. Semarang: Bada Penerbit Universitas Dipenogoro.
- Hidayah, K., Riansyah, A., & Ramadhan, D. (2016). Optimalisasi Potensi Pariwisata Melalui Rekontruksi Pariwisata Syariah di Indonesia. Studi Empiris: Jawa Tengah dan Yogyakarta. *The 15th SECOND, Edisi 1*, 36-61.
- India. (2010). *Infrastructure Development Investment Program for Tourist: Project Number: 40648*. New Delhi: retrieve from <http://www.adb.org/Documents/FAMs/IND/40648-01-indfam.pdf>.
- Irhamna, S. A. (2017). Dampak Pengembangan Pariwisata Terhadap Perekonomian Masyarakat Sekitar Objek Wisata di Dieng Kabupaten Wonosobo. *Jurnal Economic Develoment Analisis*, 320-327.

- Jaelani, A. (2017). Halal Tourism Industry in Indonesia: Potensial and Prospect. *Jurnal MPRA*, 1-20.
- KEMENPAREKRAF. (2012). *Perkembangan Wisatawan Indonesia*. Jakarta: Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.
- Kesrul, M. (2004). *Meeting, Incentive Trip, Conference, Exhibition*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Misno, A. (2018). Analisis Praktik Pariwisata Syariah Perspektif Hukum Ekonomi Syariah. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam*, 135-155.
- Mulyadi, M. (2011). Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Serta Pemikiran Dasar Menggabungkannya. *Jurnal Studi Komunikasi Media*, 127-138.
- Muniarah, I., & Ismail, H. (2012). Muslim Tourists' Typologi in Malaysia: Perspectives and Challenges. *Proceeding of the Tourism and Hospitality International Conference*, Malaysia: Department of Urban and Regional Planning, Faculty of Built Environment.
- Ningsih, S. R. (2014). Analisis Dampak Sosial Ekonomi Pasca Pemekaran Kecamatan Sentajo Raya di Kabupaten Kuantan Singingi. *UIN Riau*, 20-35.
- Noor, A. (2009). *Management Event*. Bandung: Alfabeta.
- Nugraha, Y. (2018). Analisis Potensi Pariwisata Halal Melalui E-Marketing di Kepulauan Riau. *Jurnal Penelitian dan Karya Ilmiah Lembaga Penelitian Universitas Trisakti*, 3 (2), 63-68.

- Nugraha, Y. M. (2018). Analisis Potensi Promosi Pariwisata Halal Melalui E-Marketing di Kepulauan Riau. *Jurnal Penelitian dan Karya Ilmiah Lembaga Penelitian Universitas Trisakti*, 3 (2), 63-68.
- Pemerintah Indonesia. (1990). *Undang-Undang Nomor 9 Tahun 1990 Tentang Kepariwisataaan*. Jakarta: Sekretariat Negara.
- Pemerintah Indonesia. (2009). *Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataaan*. Jakarta: Sekretariat Negara.
- Pendit, I. (1999). *Ilmu Pariwisata, Sebuah Pengantar Perdana*. Jakarta: PT Pradnya Paramita.
- Pitana, I., & Gayatri, P. (2005). *Sosiologi Pariwisata, Kajian Sosiologis Terhadap Struktur, Sistem, dan Dampak-Dampak Pariwisata*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Priambodo, M. (2015). Implementasi Kebijakan Ekonomi Pariwisata dan Perwujudan Pemberdayaan Masyarakat di Kota Batu. *JESP*, 7 (2), 27-34.
- Priambodo, M. (2015). Implementasi Kebijakan Ekonomi Pariwisata dan Perwujudan Pemberdayaan Masyarakat di Kota Batu. *JESP*, 7 (2), 27-34.
- Priyono, & Ismail, Z. (2012). *Teori Ekonomi*. Surabaya: Dharma Ilmu.
- Rahmi, N. (2017). Kajian Ekonomi Pariwisata Syariah Kota Kota Banda Aceh. *Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis*, 577-589.
- Rani, D. (2014). Pengembangan Potensi Pariwisata Kabupaten Sumenep, Madura, Jawa Timur (Studi Kasus: Pantai Lamongan). *Jurnal Politik Muda*, 3 (3), 412-421.

- Ridwan, A. A., & Ramadhany, F. (2018). Implikasi Pariwisata Syariah terhadap Peningkatan Pendapatan dan Kesejahteraan Masyarakat. *Muslim Heritage*, 157-176.
- Rilla, E. (1999). Bring the City and County Together. *California Coast and*, 15 (2), 1-10.
- Satriana, E. D., & Faridah, H. D. (2018). Wisata Halal : Perkembangan, Peluang dan Tantangan. *Journal of halal and research*, 32-43.
- Shihab, M. (2003). *Wawasan al-Qur'an*. Bandung: Mizan.
- Sofyan, R. (2012). *Prospek Bisnis Pariwisata Syariah*. Jakarta: Buku Republika.
- Spiilane, J. (1994). *Pariwisata Indonesia Siasat Ekonomi dan Rekayasa Kebudayaan*. Yogyakarta: Kanisius.
- Spillane, J. (2001). *Ekonomi Pariwisata*. Jakarta: Kanisius.
- Sugiyono. (2011). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suhendara, N. (2018). Komunikasi Pariwisata Kabupaten Limapuluh Kota Untuk Membentuk Citra Pariwisata Halal Setelah Ditetapkannya Provinsi Sumatera Barat Sebagai The World Halal Tourism Award 2016. *JOM FISIP*, 5, Edisi 1, 1-15.
- United Nation-World Tourism Organization. (2005). *Tourism Highlight 2005*. Madrid: UN-WTO.
- Utama, I. (2015). Dampak Ekonomi Pariwisata Kajian Dampak Ekonomi dan Keunggulan Pariwisata Kabupaten/Kota di Provinsi BAli. *ResearchGate*, 1-23.

- Utama, I. (2016). *Pemasaran Pariwisata*. Jakarta: Ristekdikti.
- Utama, I. (2016). *Pengantar Industri Pariwisata*. Yogyakarta: Deepublish.
- Wahab, S. (1992). *Manajemen Kepariwisataaan*. Jakarta: Pradnya Paramita.
- Walpole, R. (2005). *Pengantar Statistika*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Widagdyo, K. (2015). Analisis Pasar Pariwisata Halal Indonesia. *The Journal of Tauhidinomics*, 1 (1), 73-80.
- Wijaya, C. A. (2009). Filsafat Ekonomi Adam Smith. *Jurnal Filsafat*, 1-22.
- Yakup, A. P. (2019). Pengaruh Sektor Pariwisata Terhadap Pertumbuhan Ekonomi di Indonesia. *Jurnal Ekonomi*, 78-89.
- Yoeti, O. (2003). *Tours and Travel Marketing*. Jakarta: Pradnya Paramita.
- Yoon, Y., & Uysal, M. (2003). *An Examination of the Effects of Motivation and Satisfaction on Destination Loyalty: A Structural Model*. South Korea: Department of Tourism Management.

## LAMPIRAN

### Lampiran 1. Data Pariwisata dan Data Pertumbuhan Ekonomi

Kabupaten/Kota	Tahun	Pariwisata	PDRB
Aceh Besar	2010	49217	7081873
	2011	63635	7559404
	2012	23222	8118766
	2013	46327	8894384
	2014	208210	9649744
	2015	68564	10327333
	2016	502625	10964893
	2017	604459	11633280
	2018	556420	12365789
	2019	528876	13765983
Banda Aceh	2010	143869	10062081
	2011	165792	10755560
	2012	174780	11573926
	2013	263783	12568004
	2014	241539	13501602
	2015	281278	14494454
	2016	286630	15813962
	2017	300908	16808137
	2018	405757	17709653
	2019	513993	18654890

## Lampiran 2 Hasil Olah Data

### Hasil Olah Data *Fixed Effect Model*

Dependent Variable: PDRB  
 Method: Panel Least Squares  
 Date: 07/23/20 Time: 20:31  
 Sample: 2010 2019  
 Periods included: 10  
 Cross-sections included: 2  
 Total panel (balanced) observations: 20

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	9276965.	680545.5	13.63166	0.0000
PARIWISATA	10.45408	2.075150	5.037745	0.0001

#### Effects Specification

#### Cross-section fixed (dummy variables)

R-squared	0.764016	Mean dependent var	12115186
Adjusted R-squared	0.736253	S.D. dependent var	3324296.
S.E. of regression	1707235.	Akaike info criterion	31.67613
Sum squared resid	4.95E+13	Schwarz criterion	31.82549
Log likelihood	-313.7613	Hannan-Quinn criter.	31.70529
F-statistic	27.51938	Durbin-Watson stat	0.666343
Prob(F-statistic)	0.000005		