



REPUBLIK INDONESIA
KEMENTERIAN HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA

SURAT PENCATATAN CIPTAAN

Dalam rangka perlindungan ciptaan di bidang ilmu pengetahuan, seni dan sastra berdasarkan Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta, dengan ini menerangkan:

Nomor dan tanggal permohonan : EC00201977789, 24 Oktober 2019

Pencipta

Nama : **Dr. Muhammad Yasir Yusuf, MA, Inayatillah, MA., Ek., , dkk**
Alamat : **Jl. Cut Makmum No.7 Beurawe , Banda Aceh, Di Aceh, 23123**
Kewarganegaraan : **Indonesia**

Pemegang Hak Cipta

Nama : **LP2M Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh**
Alamat : **Jalan Syech Abdul Rauf, Kompleks UIN Ar-Raniry, Kopelma Darussalam, Banda Aceh, Di Aceh, 23111**

Kewarganegaraan : **Indonesia**

Jenis Ciptaan : **Laporan Penelitian**

Judul Ciptaan : **Wisata Halal Di Aceh: Potensi, Peluang Dan Tantangan Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Masyarakat**

Tanggal dan tempat diumumkan untuk pertama kali di wilayah Indonesia atau di luar wilayah Indonesia : **30 September 2019, di Banda Aceh**

Jangka waktu perlindungan : **Berlaku selama 50 (lima puluh) tahun sejak Ciptaan tersebut pertama kali dilakukan Pengumuman.**

Nomor pencatatan : **000160486**

adalah benar berdasarkan keterangan yang diberikan oleh Pemohon.

Surat Pencatatan Hak Cipta atau produk Hak terkait ini sesuai dengan Pasal 72 Undang-Undang Nomor 28 Tahun 2014 tentang Hak Cipta.

a.n. MENTERI HUKUM DAN HAK ASASI MANUSIA
DIREKTUR JENDERAL KEKAYAAN INTELEKTUAL



Dr. Freddy Harris, S.H., LL.M., ACCS.
NIP. 196611181994031001

AMPIRAN PENCIPTA

No	Nama	Alamat
1	Dr. Muhammad Yasir Yusuf, MA	Jl. Cut Makmum No.7 Beurawe
2	Inayatillah, MA., Ek	Jl. Cut Makmum No.7 Beurawe
3	Isnaliana, S.HI., MA.	Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, Banda Aceh



No. Reg: 191190000017850

LAPORAN PENELITIAN



**WISATA HALAL DI ACEH: POTENSI, PELUANG
DAN TANTANGAN TERHADAP PERTUMBUHAN
EKONOMI MASYARAKAT**

Ketua Peneliti

Dr. Muhammad Yasir Yusuf, MA

NIDN: 2005047502

ID Peneliti: 200504750202999

Anggota:

1. Inayatillah, MA.Ek

2. Isnaliana, S.HI, MA

Kategori Penelitian	Penelitian Terapan dan Pengembangan Nasional
Bidang Ilmu Kajian	Ekonomi Islam
Sumber Dana	DIPA UIN Ar-Raniry Tahun 2019

**PUSAT PENELITIAN DAN PENERBITAN
LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH
OKTOBER 2019**

**LEMBARAN IDENTITAS DAN PENGESAHAN LAPORAN PENELITIAN
PUSAT PENELITIAN DAN PENERBITAN LP2M UIN AR-RANIRY TAHUN 2019**

1. a. Judul Penelitian : Wisata Halal di Aceh: Potensi, Peluang dan Tantangan Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Masyarakat
- b. Kategori Penelitian : Penelitian Terapan dan Pengembangan Nasional
- c. No. Registrasi : 191190000017850
- d. Bidang Ilmu yang diteliti : Ekonomi Islam

2. Peneliti/Ketua Peneliti
 - a. Nama Lengkap : Dr. Muhammad Yasir Yusuf, MA
 - b. Jenis Kelamin : Laki-laki
 - c. NIP^(Kosongkan bagi Non PNS) : 197504052001121003
 - d. NIDN : 2005047502
 - e. NIPN (ID Peneliti) : 200504750202999
 - f. Pangkat/Gol. : Pembina/ IV/a
 - g. Jabatan Fungsional : Lektor Kepala
 - h. Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry/ Perbankan Syariah

 - i. Anggota Peneliti 1
 - Nama Lengkap : Inayatillah, MA.Ek
 - Jenis Kelamin : Perempuan
 - Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/ S1 Perbankan Syariah
 - j. Anggota Peneliti 2 ^(Jika Ada)
 - Nama Lengkap : Isnaliana, MA
 - Jenis Kelamin : Perempuan
 - Fakultas/Prodi : Ekonomi dan Bisnis Islam/ S1 Perbankan Syariah

3. Lokasi Penelitian : Provinsi Aceh
4. Jangka Waktu Penelitian : 7 (Tujuh) Bulan
5. Th Pelaksanaan Penelitian : 2019
6. Jumlah Biaya Penelitian : Rp. 150.000.000,-
7. Sumber Dana : DIPA UIN Ar-Raniry Banda Aceh Tahun 2019
8. *Output* dan *outcome* Penelitian : a. Laporan Penelitian; b. Publikasi Ilmiah; c. HKI

Mengetahui,
Kepala Pusat Penelitian dan Penerbitan
LP2M UIN Ar-Raniry Banda Aceh,
dto.

Dr. Muhammad Maulana, M. Ag.
NIP. 197204261997031002

Banda Aceh, 17 Oktober 2019
Peneliti,

dto,

Dr. Muhammad Yasir Yusuf, MA
NIDN. 2005047502

Menyetujui:
Rektor UIN Ar-Raniry Banda Aceh,

dto,

Prof. Dr. H. Warul Walidin, AK., MA
NIP. 195811121985031007

WISATA HALAL DI ACEH: POTENSI, PELUANG DAN TANTANGAN TERHADAP PERTUMBUHAN EKONOMI MASYARAKAT

Ketua Peneliti:

Dr. Muhammad Yasir Yusuf, MA

Anggota Peneliti:

Inayatillah, MA.Ek, Isnaliana, S.HI, MA

Abstrak

Pariwisata adalah salah satu faktor yang mempunyai peran penting dalam pertumbuhan perkonomian bangsa-bangsa di dunia. Hal ini disebabkan dengan semakin tingginya kemajuan dan kesejahteraan masyarakat mendorong tumbuhnya kegiatan pariwisata sebagai bagian tak terpisahkan dari kebutuhan atau gaya hidup manusia modern untuk mengenal alam dan budaya di kawasan lainnya. Secara tidak langsung kebutuhan atau gaya hidup dalam sektor pariwisata ini berpengaruh terhadap mata rantai ekonomi yang saling berkesinambungan sehingga menjadi industri jasa yang memberikan kontribusi besar bagi pertumbuhan ekonomi dunia, seperti peningkatan kesejahteraan ekonomi masyarakat lokal dengan kehadiran wisatawan melalui jasa transportasi, akomodasi maupun konsumsi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui potensi industri wisata halal di Aceh, lalu untuk memahami lebih jauh tentang peluang dan tantangan wisata halal di Aceh. Kemudian untuk menganalisis dan mengukur dampak pertumbuhan sektor ekonomi rakyat dengan kehadiran industri wisata halal di Aceh, sehingga pada akhirnya melahirkan model penerapan wisata halal dalam bingkai penegakan syariat Islam di Aceh. Penelitian ini dilakukan dengan *mix method*, data kuantitatif untuk melihat persepsi dan data kualitatif digunakan untuk mengetahui potensi wisata halal di Aceh serta untuk mengukur tingkat kesiapan destinasi wisata dalam mengembangkan wisata halal. Analisis data kualitatif dengan perpaduan analisis data kuantitatif dipakai untuk melihat peluang dan tantangan industri wisata halal guna merumuskan sebuah konsep wisata halal dengan menggunakan analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, and Threat*) yang mampu mendorong pertumbuhan ekonomi rakyat. Hasil Penelitian ini menjelaskan bahwa potensi wisata halal yang cukup tinggi, meliputi peninggalan

masa pra sejarah, klasik, Islam, kolonial, serta peninggalan bencana gempa dan tsunami (*smong*). Kemudian ekonomi akan tumbuh jika ditopang oleh perkembangan wisata baik pelaku usaha kecil, menengah maupun yang besar. Pertumbuhan ekonomi masyarakat dari sektor wisata halal akan semakin kuat dan maju ketika didukung sepenuhnya oleh pemerintah dan sektor perbankan untuk membiayai pembangunan infrastruktur, perodalan dan sumber daya manusia handal dalam wisata halal. Apalagi dengan kehadiran qanun Aceh, No. 11 Tahun 2018 tentang Lembaga Keuangan Syariah, menjadikan semua lembaga keuangan dan pembiayaan keuangan untuk sektor swasta sudah dilandaskan pada aturan-aturan syariah termasuk dalam industri pariwisata halal.

Kata Kunci: *wisata halali; pertumbuhan ekonomi; peluang, tantangan*

KATA PENGANTAR



Syukur Alhamdulillah kepada Allah SWT dan salawat beriring salam penulis persembahkan kepangkuan **alam Nabi Muhammad SAW**, karena dengan rahmat dan hidayah-Nya penulis telah dapat menyelesaikan laporan penelitian dengan judul **“Wisata Halal Di Aceh: Potensi, Peluang Dan Tantangan Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Masyarakat”**.

Dalam proses penelitian dan penulisan laporan ini tentu banyak pihak yang ikut memberikan motivasi, bimbingan dan arahan. Oleh karena itu penulis tidak lupa menyampaikan ucapan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Bapak Rektor Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh;
2. Ibu Ketua LP2M UIN Ar-Raniry Banda Aceh;
3. Bapak Kepala Pusat Penelitian dan Penerbitan UIN Ar-Raniry Banda Aceh;
4. Ketua Tim Percepatan Wisata Halal Republik Indonesia;
5. Ketua Tim Percepatan Wisata Halal Provinsi Aceh;
6. Dewan Syariah Nasional;
7. LPOM MUI Aceh;
8. Para Nara Sumber dan Pegiat Wisata Halal Aceh.

Akhirnya hanya Allah SWT yang dapat membalas amalan mereka, semoga menjadikannya sebagai amal yang baik.

Harapan penulis, semoga hasil penelitian ini bermanfaat dan menjadi salah satu amalan penulis yang diperhitungkan sebagai ilmu yang bermanfaat di dunia dan akhirat. *Amin ya Rabbal 'Alamin.*

Banda Aceh, 28 Oktober 2019

Ketua Peneliti,

Dr. Muhammad Yasir Yusuf, MA

DAFTAR ISI

HALAMAN SAMPUL	
HALAMAN PENGESAHAN	
HALAMAN PERNYATAAN	
ABSTRAK.....	iv
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR DIAGRAM.....	xiv
BAB I : PENDAHULUAN	
1.1 Latar Belakang.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	2
1.3 Tujuan Penelitian.....	10
1.4 Kontribusi Penelitian.....	10
BAB II : LANDASAN TEORI	
2.1 Konsep Wisata Halal Dan Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Dari Sektor Wisata.....	12
2.2 Kajian Kepustakaan.....	18
2.3 Kerangka Konseptual Kajian.....	28
BAB III : METODE PENELITIAN	
3.1 Pendekan dan Jenis Penelitian.....	36
3.2 Lokasi penelitian.....	36
3.4 Populasi dan Sampel Penelitian.....	36
3.3 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data.....	39
3.5 Analisis Data.....	40
3.6 Kerangka Konseptual Kajian.....	42
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	
4.1 Potensi Wisata Halal Di Aceh.....	46
4.2 Persepsi dan Minat Wisatawan Terkait Wisata Halal di Aceh.....	81
4.3 Identifikasi Faktor Peluang dan Tantangan Wisata Halal di Aceh.....	106
4.4 Analisis SWOT Faktor Peluang dan Tantangan	

Wisata Halal di Aceh	123
4.5 Analisis Model Wisata Halal di Aceh Dalam Bingkai Penegakan Syariah Islam.....	144
BAB V : PENUTUP	
A. Kesimpulan	212
B. Saran-saran.....	219
DAFTAR PUSTAKA	222
LAMPIRAN-LAMPIRAN	
BIODATA PENELITI	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1	Rekapitulasi Data Pergerakan Kunjungan Wisatawan Mancanegara Kab/Kota Di Aceh Tahun 2015-2017.....	6
Tabel 1.2	Rekapitulasi Data Pergerakan Kunjungan Wisatawan Nusantara Kab/Kota Di Aceh Tahun 2015-2017.....	7
Tabel 2.1	Ringkasan Pnelitian Terkait.....	24
Tabel 3.1	Narasumber Wawancara.....	39
Tabel 3.2	Pengkategorian Tahap Persepsi Berdasarkan Nilai Skor Min.....	42
Tabel 4.1	Potensi Wisata di Aceh.....	48
Tabel 4.2	Kawasan Pengembangan Wisata di Aceh.....	50
Tabel 4.3	Rekapitulasi Data Pergerakan Kunjungan.....	75
Tabel 4.4	Rekapitulasi Wisatawan Mancanegara Melalui Bandara Sultan Iskandar Muda Tahun 2015.....	77
Tabel 4.5	Rekapitulasi Wisatawan Mancanegara Melalui Bandara Sultan Iskandar Muda Tahun 2016.....	78
Tabel 4.6	Rekapitulasi Wisatawan Mancanegara Melalui Bandara Sultan Iskandar Muda Tahun 2017.....	78
Tabel 4.7	Rekapitulasi Wisatawan Mancanegara Melalui Bandara Sultan Iskandar Muda Tahun 2018.....	78
Tabel 4.8	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	82
Tabel 4.9	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	83
Tabel 4.10	Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Daerah.....	83
Tabel 4.11	Karakteristik Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan.....	84
Tabel 4.12	Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan ...	85
Tabel 4.13	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan	86
Tabel 4.14	Karakteristik Responden Terkaid Cara Mendapatkan Informasi.....	87
Tabel 4.15	Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Kunjungan	87
Tabel 4.16	Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Kunjungan	88
Tabel 4.17	Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Menginap	89
Tabel 4.18	Karakteristik Responden Berdasarkan Pilihan Jenis Transportasi.....	89

Tabel 4.19 Karakteristik Responden Berdasarkan Dengan Siapa Berkunjung.....	90
Tabel 4.20 Karakteristik Responden Berdasarkan Tujuan Kunjungan	90
Tabel 4.21 Karakteristik Responden Berdasarkan Biaya.....	91
Tabel 4.22 Karakteristik Responden Berdasarkan Pemandu..	92
Tabel 4.23 Hasil Uji Validitas Indikator Minat.....	97
Tabel 4.24 Hasil Uji Reliabilitas.....	98
Tabel 4.25 Reliability Statistic.....	100
Tabel 4.26 Model Summary.....	104
Tabel 4.27 Koefisien.....	105
Tabel 4.25 Anova.....	106
Tabel 4.28 Rekapitulasi Faktor Internal dan Eksternal Wisata Halal di Aceh.....	124
Tabel 4.29 Matrik SWOT.....	133

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1	Kerangka Konseptual	35
Gambar 3.1	Sistem Pengembangan Model Konseptual....	44
Gambar 3.2	Kerangka Pemikiran Penelitian.....	46
Gambar 4.1	Letak Geografis Aceh.....	67
Gambar 4.2	Keberagaman Wisata.....	67
Gambar 4.3	Uji Normalitas Akses.....	101
Gambar 4.4	Uji Normalitas Komunikasi.....	102
Gambar 4.5	Uji Normalitas Lingkungan.....	102
Gambar 4.6	Uji Normalitas Pelayanan.....	103
Gambar 4.7	Uji Normalitas Minat.....	103
Gambar 4.8	Model Wisata Halal.....	146

DAFTAR DIAGRAM

Diagram 2.1	Pola SWOT.....	33
-------------	----------------	----

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata adalah salah satu faktor yang mempunyai peran penting dalam pertumbuhan perekonomian bangsa-bangsa di dunia. Hal ini disebabkan dengan semakin tingginya kemajuan dan kesejahteraan masyarakat mendorong tumbuhnya kegiatan pariwisata sebagai bagian tak terpisahkan dari kebutuhan atau gaya hidup manusia modern untuk mengenal alam dan budaya di kawasan lainnya. Secara tidak langsung kebutuhan atau gaya hidup dalam sektor pariwisata ini berpengaruh terhadap mata rantai ekonomi yang saling berkesinambungan sehingga menjadi industri jasa yang memberikan kontribusi besar bagi pertumbuhan ekonomi dunia, seperti peningkatan kesejahteraan ekonomi masyarakat lokal dengan kehadiran wisatawan melalui jasa transportasi, akomodasi maupun konsumsi.

Dalam perkembangannya, dunia pariwisata terus mengalami peningkatan volume kegiatan dan memunculkan hal-hal kreatif baru yang membuat keinginan dan kebutuhan manusia terpenuhi, termasuk kebutuhan bagi muslim dalam berwisata. Kebutuhan muslim dalam berwisata memunculkan istilah baru dalam dunia kepariwisataan dengan istilah wisata halal. Wisata halal belakangan ini telah menjadi trend di beberapa negara dan mulai mendunia, bukan hanya di negara muslim, tetapi juga mulai merambah ke beberapa negara yang mayoritas penduduknya adalah non muslim, seperti Cina, Korea, Jepang dan Thailand.

Istilah wisata halal mulai dikenal sejak 2015, sebuah event *World Halal Tourism Summit (WHTS)* digelar di Abu Dhabi. Sebelumnya dunia pariwisata hanya mengenal istilah *muslim tour*

atau semisalnya. Event *World Halal Tourism Summit (WHTS)* bertujuan untuk menyadarkan bahwa pangsa pasar dari wisata halal amatlah besar dan perlu untuk terus dikembangkan. Wisata halal adalah kegiatan pariwisata yang mengkhususkan dan memfasilitasi kebutuhan umat Islam dalam berwisata. Artinya pelayanan bagi wisatawan muslim dalam wisata halal merujuk pada aturan-aturan Islam, baik di sisi adab mengadakan perjalanan, menentukan tujuan wisata, akomodasi, hingga kebutuhan dalam berwisata. Kebutuhan konsumen muslim terhadap wisata halal ini secara umum meliputi kemudahan untuk beribadah, mendapatkan makanan halal serta terjaganya dari kemaksiatan dan kemungkaran.

Wisata halal belakangan ini menjadi trend di beberapa negara dan mulai mendunia. Wisata halal juga telah mendapat tempat ditengah-tengah masyarakat Aceh dan Indonesia. "*The world Halal Travel Summit & Exhibition 2015*" menetapkan Indonesia sebagai daerah kunjungan *World Halal Travel Family Friendly Hotel, World Best Halal Honeymoon Destination dan World best Halal Tourism Destination*". Pada tahun 2016 pula, Aceh memenangkan tiga kategori dalam Anugerah Pariwisata Halal Terbaik tingkat nasional, yaitu Kategori Bandara Ramah Wisatawan Muslim Terbaik, Destinasi Budaya Ramah Wisatawan Muslim Terbaik, dan Daya Tarik Wisata Terbaik. Dan pada "*World Halal Tourism Award 2016*" di Dubai, Aceh memenangkan dua kategori yaitu *World's Best Airport for Halal Travelers* dan *World's Best Halal Cultural Destination*. Pada tahun 2018, sebanyak tujuh destinasi di Aceh telah menjadi nominasi dalam Anugerah Pesona Indonesia tahun 2018 (<http://www.pkaceh.com/5011/08>).

Pencapaian anugerah wisata halal di atas menjadi peluang besar bagi Indonesia umumnya dan Aceh khususnya untuk terus mengembangkan wisata halal dan industri jasa wisata halal sehingga sampai pada tahapan bahwa wisata halal identik dengan Indonesia

dan khususnya Aceh. Apalagi diperkuat dengan data bahwa wisatawan muslim mancanegara tumbuh dengan sangat baik ditingkat global. Mastercard-Halal Trip Muslim Millennial Travel Report 2017 (MMTR2017) mencatat bahwa pertumbuhan pasar wisatawan Muslim di usia muda akan mencapai nilai sebesar USD 100 miliar. Hal ini dikarenakan meningkatnya pengaruh teknologi serta keinginan wisatawan untuk berwisata keliling dunia. Mastercard-Halal Trip Muslim Millennial Travel Report 2017 (MMTR2017) memperkirakan total pengeluaran dari wisatawan muslim milenial akan mencapai lebih dari USD 100 miliar pada tahun 2025, sementara secara keseluruhan segmen perjalanan muslim diperkirakan akan mencapai USD 300 miliar di tahun 2026. Untuk wilayah ASEAN, tahun 2020 akan kedatangan wisatawan muslim lebih dari 18 juta, ini mewakili hampir 15 persen dari total wisatawan yang datang ke ASEAN (<https://www.merdeka.com/uang/survei>).

Gambaran pertumbuhan dan perkembangan wisatawan muslim di atas menunjukkan bahwa sektor pariwisata merupakan salah satu pasar baru yang mesti digarap baik oleh pemerintah pusat maupun daerah guna mendorong pertumbuhan ekonomi baik lokal dan nasional dengan konsep wisata halal (*halal tourism*). Dan Aceh memiliki potensi besar untuk dikelola menjadi destinasi wisata halal dikarenakan Aceh mempunyai potensi wisata yang sangat baik dan disisi lain Aceh adalah daerah yang sedang giat-giatnya menerapkan syari'at Islam. Tentunya dengan penyelenggaraan pariwisata halal yang baik dan profesional di Aceh akan mendorong pertumbuhan ekonomi di Aceh seiring dengan tumbuhnya kunjungan wisatawan lokal dan mancanegara.

Aceh mempunyai warisan budaya yang banyak untuk dijadikan objek wisata halal. Warisan budaya berupa situs di Aceh merupakan peninggalan masa pra sejarah, klasik, Islam, kolonial, serta peninggalan bencana gempa dan tsunami (*smong*). Semua

warisan peninggalan masa lalu tersebut terdiri dari budaya benda (*tangible*) seperti *situs Mendale, Bukit Kerang, naskah/benda kuno, makam kuno, Masjid Raya, Baiturrahman, Kerkhof Peutjoet, kapal apung dan cagar budaya lainnya* yang keseluruhannya berjumlah 774 cagar budaya yang tersebar di seluruh Aceh.

Aceh juga memiliki kekayaan budaya yang berbentuk bukan benda atau situs yang menarik lainnya, seperti tarian, adat istiadat dan kegiatan spiritual. Aceh memiliki 44 (empat puluh empat) kekayaan budaya yang bersifat tradisi atau adat istiadat yang berbeda penampilannya antara satu daerah dengan daerah lainnya di Aceh, seperti *kenduri tolak bala, kenduri laot, kenduri blang, kenduri glee, adat perkawinan, turun tanah bayi, sunatan, kenduri maulid, rabu habeh, seumeuleng dan peumeunap* pada makam Raja Meureuhom Daya di Lamno dan lain-lain. Semua budaya tersebut dapat dijadikan daya tarik wisata halal.

Keunikan lainnya adalah keberagaman suku/etnis yang terdiri dari 8 (delapan) etnis/suku yaitu Aceh, Alas, Aneuk Jame, Gayo, Kluet, Tamiang, Singkil, Simelue dan 13 (tiga belas) jenis bahasa daerah yaitu Aceh, Alas, Aneuk Jamee, Gayo, Kluet, Tamiang, Julu, Haloban, Pakpak, Nias, Lekon, Sigulai, dan Devayan. Keberagaman suku/etnis tersebut melahirkan seni yang beragam sehingga muncul seni tari dari masing-masing suku/etnis yang memiliki kekhasan masing-masing.

Disisi lainnya, ada 221 (dua ratus dua puluh satu) bentuk tarian di Aceh (Kemenpar, 2015). Tarian-tarian yang terkenal di Aceh seperti *rapai, rapai debus, rapai geleng, likok pulo, meuseukat, seureune kalee, seudati, saman, ranup lampuan, pemulia jamee, marhaban, didong, rebana dan qasidah gambus, sastra, pantun, syair, hikayat, seumapa, dalail khairat, meurukon, dan lain-lain.*

Jenis tari-tarian tersebut juga terus dilakukan pelestarian, pengembangan dan promosi oleh pemerintah dengan melibatkan

tokoh-tokoh masyarakat atau budayawan/seniman melalui pembentukan sanggar-sanggar kesenian yang ada di daerah yang jumlahnya telah mencapai hampir 1.133 (seribu seratus tiga puluh tiga) sanggar kesenian dan seniman/budayawan berjumlah 8.214 (delapan ribu dua ratus empat belas) orang. Sanggar-sanggar kesenian tersebut selalu mendapat pembinaan dan dukungan dari Pemerintah Daerah melalui alokasi bantuan dana hibah atau bantuan sosial lainnya (Kemenpar, 2015).

Selain kebudayaan, pembangunan pariwisata berdasarkan potensi yang dimiliki merupakan peluang besar untuk dikembangkan. Potensi yang dimiliki berdasarkan wilayah (DPN) Destinasi Pariwisata Nasional wilayah Aceh adalah DPN Banda Aceh-Weh dan sekitarnya. DPN Nias-Simeulue dan sekitarnya memiliki keunggulan panorama laut yang sangat indah dan juga dengan keunikan budaya masyarakat setempat. Sementara untuk KPPN (Kawasan Pengembangan Pariwisata Nasional) wilayah Aceh adalah KPPN Banda Aceh Kota dan sekitarnya, KPPN Weh dan sekitarnya, KPPN Simeulue dan sekitarnya, merupakan andalan destinasi wisata halal yang berpeluang untuk dikembangkan.

Selain wilayah DPN dan KPPN, daya tarik wisata alam; wisata budaya; wisata hasil buatan manusia juga memiliki potensi besar untuk menarik minat wisatawan. Aceh memiliki sekitar 803 (delapan ratus tiga) potensi objek wisata yang telah terdata dan telah dikembangkan, terdiri dari 429 (empat ratus dua puluh sembilan) objek wisata alam, 203 (dua ratus tiga) objek wisata budaya dan 171 (seratus tujuh puluh satu) objek wisata buatan. Seluruh objek wisata tersebut memiliki nilai tambah dan nilai jual secara ekonomi yang tersebar hampir di seluruh Aceh. Seluruh objek wisata tersebut memiliki keunikan dan daya tarik tersendiri bagi wisatawan nusantara dan mancanegara, sehingga menjadi potensi pengembangan pariwisata Aceh masa depan serta peluang investasi

bagi investor dalam melakukan kerjasama investasi di sektor industri pariwisata halal.

Kunjungan wisatawan nusantara dan mancanegara ke Aceh dari tahun ke tahun mengalami peningkatan, hal ini dapat dilihat dari data Dinas Pariwisata Provinsi Aceh berikut ini:

Tabel 1.1
Rekapitulasi Data Pergerakan Kunjungan Wisatawan
Mancanegara Kab/Kota di Aceh Tahun 2015-2017

No	Kabupaten/Kota	Tahun		
		2015	2016	2017
1	KAB. ACEH SELATAN	35	150	21
2	KAB. ACEH TENGGARA	1,376	1,990	4,979
3	KAB. ACEH TIMUR	3	1	69
4	KAB. ACEH TENGAH	920	671	682
5	KAB. ACEH BARAT	64	28	18
6	KAB. ACEH BESAR	27,216	35,883	30,380
7	KAB. PIDIE	45	26	26
8	KAB. ACEH UTARA	372	3,703	330
9	KAB. SIMEULUE	447	219	793
10	KAB. ACEH SINGKIL	4,554	4,417	2,929
11	KAB. BIREUEN	65	-	-
12	KAB. ACEH BARAT DAYA	24	64	55
13	KAB. GAYO LUES	181	269	116
14	KAB. ACEH JAYA	15	19	-
15	KAB. NAGAN RAYA	5	7	7
16	KAB. ACEH TAMIANG	15	-	-
17	KAB. BENER MERIAH	141	180	400
18	KAB. PIDIE JAYA	5	3	17

19	KOTA BANDA ACEH	13,398	18,527	28,714
20	KOTA SABANG	5,582	10,038	6,031
21	KOTA LHOKESEMAWE	89	202	132
22	KOTA LANGSA	31	52	48
23	KOTA SUBULUSSALAM	5	3	11
Jumlah		54,588	76,452	75,758

Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten/Kota

Tabel 1.2
Rekapitulasi Data Pergerakan Kunjungan Wisatawan
Nusantara Kab/Kota di Aceh Tahun 2015-2017

No	Kabupaten/Kota	Tahun		
		2015	2016	2017
1	KAB. ACEH SELATAN	20,186	15,498	20,580
2	KAB. ACEH TENGGARA	10,191	14,696	20,865
3	KAB. ACEH TIMUR	975	3,968	14,418
4	KAB. ACEH TENGAH	35,325	36,249	38,669
5	KAB. ACEH BARAT	41,218	40,857	37,849
6	KAB. ACEH BESAR	41,348	466,742	574,079
7	KAB. PIDIE	18,157	19,311	18,619
8	KAB. ACEH UTARA	53,854	107,379	124,565
9	KAB. SIMEULUE	29,681	40,600	48,068
10	KAB. ACEH SINGKIL	87,937	29,729	42,046
11	KAB. BIREUEN	230,422	80,247	19,724
12	KAB. ACEH BARAT DAYA	5,293	15,319	18,095
13	KAB. GAYO LUES	2,843	4,092	6,945
14	KAB. ACEH JAYA	7,232	9,290	5,770
15	KAB. NAGAN RAYA	4,807	3,780	5,151
16	KAB. ACEH TAMIANG	7,318	7,292	7,723
17	KAB. BENER MERIAH	14,103	49,476	147,527
18	KAB. PIDIE JAYA	10,136	7,501	2,035
19	KOTA BANDA ACEH	267,880	268,103	272,194

20	KOTA SABANG	623,635	724,923	736,275
21	KOTA LHOKSEMAWE	87,854	59,315	60,006
22	KOTA LANGSA	27,025	31,863	24,352
23	KOTA SUBULUSSALAM	35,108	41,567	43,070
	Jumlah	1,662,528	2,077,797	2,288,625

Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten/Kota

Berdasarkan tabel 1.1 dan 1.2, data tiga tahun terakhir di atas (2015-2017), angka kunjungan wisatawan nusantara dan mancanegara ke Aceh terus menunjukkan trend yang positif dan adanya kenaikan. Untuk wisatawan mancanegara rata-rata peningkatan jumlah yang berkunjung ke Aceh sebesar 28,41% pertahun. Sebanyak 54.588 wisatawan di tahun 2015, 76.452 wisatawan di tahun 2016 dan 75.578 wisatawan di tahun 2017. Sementara khusus untuk wisatawan nusantara rata-rata peningkatan jumlah yang berkunjung ke Aceh sebesar 19,62 % per tahun. Sebanyak 1.662.528 wisatawan di tahun 2015, 2.077.797 wisatawan di tahun 2016 dan 2.288.625 wisatawan di tahun 2017. Diprediksikan trend kunjungan wisatawan nusantara dan mancanegara ke Aceh akan terus mengalami peningkatan seiring dengan perkembangan industri pariwisata Aceh. Peningkatan kunjungan wisatawan di Aceh tidak lepas dari semakin terkenalnya Aceh terutama lewat penerapan syariat Islam dan tsunami yang membuat wisatawan dari negara lain ingin mengetahuinya.

Potensi wisata halal yang tinggi untuk dikembangkan di Aceh, masih menyisakan masalah tersendiri yang muncul dari peningkatan pertumbuhan pariwisata di Aceh. Selalunya ada dampak dari kegiatan pariwisata. Pertama, dampak positif bisa dilihat dari adanya upaya pelestarian budaya-budaya masyarakat lokal seperti kegiatan keagamaan, adat istiadat, dan tradisi, pengembangan infrastruktur objek wisata. Pengelolaan wisata ini mendorong tumbuhnya jumlah kedatangan wisatawan mancanegara

dan wisatawan lokal. Kedua, dampak negatif dari pengembangan pariwisata di Aceh, dapat dilihat dari respon masyarakat lokal berdasarkan observasi awal terhadap keberadaan pariwisata seperti adanya perselisihan atau konflik kepentingan di antara para *stakeholders*, kebencian dan penolakan terhadap pengembangan pariwisata karena melanggar norma syariat Islam, dan munculnya masalah-masalah sosial seperti praktik perjudian, prostitusi dan penyalahgunaan seks (*sexual abuse*).

Apabila melihat dampak negatif dari pariwisata sebagaimana yang telah diuraikan di atas, maka wajar bila sebagian masyarakat di Aceh keberatan terhadap pengembangan pariwisata walaupun dinamakan dengan wisata halal atau wisata syariah. Sebagai muslim yang taat dalam menjalankan syariat Islam, masyarakat Aceh akan selalu menjaga daerahnya dari kegiatan-kegiatan yang bertentangan dengan syariat Islam. Dalam pandangan beberapa kelompok masyarakat, kegiatan pariwisata kebanyakan bertentangan dengan syariat Islam. Walaupun tidak seluruhnya benar, namun pandangan tersebut pada akhirnya membawa dampak bagi pengembangan pariwisata di Aceh. Adanya sikap sebagian masyarakat yang menganggap pengembangan pariwisata bertentangan dengan syariat Islam menjadi tantangan tersendiri terutama bagi pengambil kebijakan pariwisata di Aceh.

Pengembangan pariwisata halal di Aceh perlu menemukan formula yang sesuai dan tepat dalam mengadopsi konsep wisata halal untuk diimplementasikan pada pariwisata di Aceh yang mana Aceh telah menerapkan syariat Islam. Mengingat kehadiran konsep wisata halal masih baru, sehingga perlu dilakukan studi mendalam dan terukur guna menemukan model yang tepat bagi perkembangan wisata Aceh. Pengembangan wisata di Aceh harus berada dalam koridor pelaksanaan syariat Islam dan diharapkan mampu mendorong pertumbuhan ekonomi rakyat.

Operasionalisasi model wisata halal di Aceh mempunyai tantangan tersendiri, namun model ini dianggap sesuai dan mulai diterima di tengah-tengah masyarakat Aceh yang hidup dalam bingkai syariat Islam. Kekhasan dan keunikan wisata di Aceh yang memiliki kekayaan seni, adat dan budaya di Aceh yang bernafaskan Islam, diharapkan mampu menciptakan model wisata halal tersendiri. Aceh sepatutnya mampu memberikan sajian yang lain bagi industri wisata dunia dalam konteks pariwisata halal. Disamping itu, pertumbuhan industri wisata halal seiring dengan meningkatnya kedatangan wisatawan lokal dan mancanegara akan mendorong pertumbuhan ekonomi daerah sehingga mampu menjadi salah satu pondasi mendasar dalam pembangunan ekonomi Aceh. Wisata halal bisa guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan bisa menjadi mata pisau yang tajam untuk mengurangi pengangguran dan angka kemiskinan di Aceh yang masih tinggi.

1.2 Perumusan masalah

Berangkat dari latar belakang masalah di atas, penelitian ini mengajukan rumusan masalah sebagai berikut:

- 1) Bagaimana potensi industri wisata halal di Aceh?
- 2) Bagaimana peluang dan tantangan wisata halal di Aceh?
- 3) Bagaimana model penerapan wisata halal dalam bingkai penegakan syariat Islam di Aceh?
- 4) Bagaimana industri wisata halal mampu mendorong pertumbuhan sektor ekonomi rakyat di Aceh?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka penelitian ini bertujuan:

- 1) Untuk mengetahui potensi industri wisata halal di Aceh.

- 2) Untuk memahami lebih jauh tentang peluang dan tantangan wisata halal di Aceh.
- 3) Untuk menganalisis dan mengukur dampak pertumbuhan sektor ekonomi rakyat dengan kehadiran industri wisata halal di Aceh.
- 4) Untuk melahirkan model penerapan wisata halal dalam bingkai penegakan syariat Islam di Aceh.

1.4 Kontribusi Penelitian

Penelitian ini berkontribusi secara signifikan, baik dalam tataran akademik maupun praktik terhadap implementasi wisata halal di Aceh. Terutama implementasi model wisata halal dalam bingkai penegakan syariat Islam yang tidak terdapat di destinasi wisata halal lainnya di Indonesia maupun dunia. Adapun manfaat penelitian sebagai berikut:

1. Bagi akademik, penelitian ini menelaah lebih mendalam dan terukur tentang potensi industri wisata halal, peluang dan tantangan industri wisata halal di Aceh serta melahirkan model implementatif penerapan wisata halal Aceh dalam bingkai penegakan syariat Islam.
2. Bagi pengambil kebijakan. Hasil kajian dalam penelitian ini diharapkan juga dapat bermanfaat dan berguna bagi pengambil kebijakan daerah dalam hal ini pemerintah guna melahirkan peraturan, kebijakan sebagai masukan dalam pengembangan wisata halal di Aceh.
3. Bagi praktisi industri pariwisata, temuan dalam penelitian ini diharapkan bermanfaat untuk memahami potensi, peluang dan tantangan wisata halal yang sangat khas di Aceh sehingga mampu menyuguhkan wisata halal ke wisatawan lokal dan mancanegara dengan atraksi wisata yang baru dan unik yang tidak didapatkan oleh wisatawan

di destinasi wisata halal lainnya.

4. Penelitian ini juga berkontribusi secara signifikan dalam memahami dan memotret dinamika implementasi wisata halal dalam bingkai penegakan syariat Islam yang berpengaruh kepada pertumbuhan ekonomi masyarakat.

BAB II

LANDASAN TEORITIS

Dalam bab ini akan dijelaskan landasan teoritis, kajian kepustakaan dan kerangka konseptual kajian yang digunakan dalam penelitian ini. Dimulai dengan teori yang mendasari penelitian ini, penjelasan mengenai istilah-istilah yang sering digunakan penelitian ini serta bentuk analisis SWOT yang digunakan, kajian kepustakaan serta konseptual kajian dari penelitian ini.

2.1 Konsep Wisata Halal Dan Pertumbuhan Ekonomi Indonesia Dari Sektor Wisata

Wonderful Indonesia as Halal Tourist Destination (Keindahan Indonesia Sebagai Destinasi Wisata Halal) adalah slogan yang terus disosialisasikan oleh Kementerian Pariwisata RI. *Focus Group Discussion* (FGD) yang digelar di Hotel Rangkayo Basa tanggal 2-4 Desember 2015 yang lalu dimaksudkan untuk mensosialisasikan pilihan wisata bagi muslim dan non muslim, terutama bagi pemenuhan kebutuhan wisata keluarga. Adapun penamaan wisata halal dirasakan lebih lembut, terhindar dari *image* negatif dan *Islamphobia* yang tengah melanda dunia Islam akhir-akhir ini di beberapa negara. Penekanan pada wisata halal dan atau *moslem friendly tourist* adalah menjadi lebih mengarah pada obyek tempat, cara dan event yang diyakini sesuai dengan syariat Islam. Makna yang terkandung dalam istilah halal tentu harus diyakini berkonotasi Islam. Jargon halal dipastikan pula akan membuat kenyamanan tersendiri bagi wisatawan mancanegara maupun nusantara.

Menurut etimologi kata "*pariwisata*" diidentikkan dengan kata "*travel*" dalam bahasa Inggris yang diartikan sebagai perjalanan yang dilakukan berkali-kali dari satu tempat ke tempat lain. Atas dasar itu pula dengan melihat situasi dan kondisi saat ini pariwisata

dapat diartikan sebagai suatu perjalanan terencana yang dilakukan secara individu atau kelompok dari satu tempat ke tempat lain dengan tujuan untuk mendapatkan kepuasan dan kesenangan (Sinaga, 2010:12).

Pariwisata menurut UU No. 9 Tahun 1990 adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata termasuk pengusaha, daya tarik dan atraksi wisata serta usaha-usaha yang berhubungan dengan penyelenggaraan pariwisata. Pengertian tersebut meliputi: semua kegiatan yang berhubungan dengan perjalanan wisata, sebelum dan selama dalam perjalanan dan kembali ke tempat asal, pengusaha daya tarik atau atraksi wisata (pemandangan alam, taman rekreasi, peninggalan sejarah, pagelaran seni budaya). Usaha dan sarana wisata berupa: usaha jasa, biro perjalanan, pramu wisata, usaha sarana, akomodasi dan usaha-usaha lain yang berkaitan dengan pariwisata.

Pariwisata dalam arti modern adalah merupakan fenomena yang didasarkan atas kebutuhan akan kesehatan dan pergantian hawa, penilaian yang sadar dan menumbuhkan cinta terhadap keindahan alam dan pada khususnya disebabkan oleh bertambahnya pergaulan berbagai bangsa dan kelas manusia sebagai hasil dari perkembangan perniagaan, industri, serta penyempurnaan dari alat-alat pengangkutan (Irawan, 2010:11).

Makna wisata lainnya adalah seseorang yang menyeberangi perbatasan untuk liburan atau bisnis dan tinggal setidaknya 24 jam tetapi kurang dari satu tahun (Mill, R. C., & Morrison, A. M, 1998). Definisi WTO (*World Tourism Organisation*) tentang pariwisata adalah kegiatan untuk mencari pengalaman dengan membayar suatu kegiatan di tempat yang dikunjungi. Chadwick (1994) mendefinisikan pariwisata sebagai kegiatan orang di luar lingkungannya dengan jangka waktu tertentu dan tujuan perjalanan utamanya selain pendidikan dengan berbagai pertimbangan seperti sosial, ekonomi,

politik, budaya, dan lingkungan. Adapun Medic & Middleton (1973) menegaskan bahwa konsep pariwisata terdiri dari serangkaian kegiatan, layanan, dan manfaat yang memberikan pengalaman tertentu kepada para turis.

Dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, disebutkan bahwa 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. Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan Pemerintah Daerah. Adapun istilah kepariwisataan merupakan 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.

Sesuai dengan rekomendasi *United Nation World Tourism Organization* (UNWTO) wisatawan adalah setiap orang yang mengunjungi suatu negara di luar tempat tinggalnya, didorong oleh satu atau beberapa keperluan tanpa bermaksud memperoleh penghasilan di tempat yang dikunjungi dan lamanya kunjungan tersebut tidak lebih dari 12 (dua belas) bulan. Adapun tujuan kunjungannya yaitu berlibur, rekreasi dan olahraga, bisnis, mengunjungi teman dan keluarga, misi, menghadiri pertemuan, konferensi, kunjungan dengan alasan kesehatan, belajar, dan keagamaan (BPS Aceh).

Fenomena lainnya yang terjadi, wisatawan yang berkunjung ke suatu daerah biasanya benar-benar ingin menghabiskan waktunya untuk bersantai, menyegarkan pikiran dan ingin melepaskan diri dari

rutinitas kehidupan sehari-hari. Jadi bisa juga dikatakan wisatawan adalah seseorang yang melakukan perjalanan dari suatu tempat lain yang jauh dari rumahnya bukan dengan alasan rumah atau kantor (Kusumaningrum, 2009: 17).

Istilah halal dalam penyebutan wisata halal merujuk pada semua yang diperintahkan dalam ajaran agama dan menjadi landasan bagi perilaku dan kegiatan umat Islam (Diyonet Isleri Baskanligi, 2011). Istilah "*halal*" juga digunakan untuk pengertian semua yang dapat dikonsumsi menurut al-Quran atau Hadis Nabi (Gulen, 2011). Sebaliknya istilah "*haram*" mengacu pada tindakan pelanggaran atas ajaran agama oleh umat Islam. Oleh karena itu, seorang muslim diwajibkan untuk mendapatkan keuntungan dari aktivitas yang halal dan menghindari hal-hal yang diharamkan agama.

Kata "*halal*" berarti sesuatu yang diizinkan dan biasanya digunakan untuk pengertian sah. Konsep halal dalam Islam memiliki motif yang sangat spesifik seperti untuk melestarikan kemurnian agama, untuk menjaga mentalitas Islam, untuk mempertahankan hidup, untuk melindungi properti, untuk melindungi generasi masa depan, untuk menjaga harga diri dan integritas. Definisi halal juga mengacu pada semua aspek kehidupan seperti perilaku yang diperbolehkan, ucapan dan pakaian (Ijaj, 2011). Bagi umat Islam, apa yang membuat halal atau diizinkan biasanya dikembalikan pada hukum Islam yang sebagian besar bersifat pasti dan tidak berubah.

Oleh sebab itu, konsep halal itu menjadi penting karena menjadi bagian dari merek dalam berkomunikasi, khususnya bagi masyarakat muslim. Bahkan lebih dari itu, kata halal bukan hanya elemen merek saja melainkan juga bagian dari sistem kepercayaan, kode etik-moral, dan integral dalam kehidupan sehari-hari. Sehingga istilah halal atau pemenuhan prinsip-prinsip syariah merupakan suatu proses atau nilai yang diperoleh dalam memainkan peran

penting untuk membentuk pikiran konsumen Muslim, terutama ketika berhubungan dengan konsumsi. Sehingga jenis konsumsi di tingkat produk yang harus ditawarkan sebagai sebuah merek mesti melalui sebuah pendekatan yang lebih luas dari definisi halal.

Wisata halal sebagaimana disosialisasikan dalam Indonesia Halal Expo (Index) 2013 dan Global Halal Forum yang digelar pada 30 Oktober - 2 November 2013 di Gedung Pusat Niaga, JIExpo (PRJ), Jakarta (Rabu, 30/10/2013), President Islamic Nutrition Council of America, Muhammad Munir Caudry, menjelaskan bahwa, *“wisata halal merupakan konsep baru pariwisata. Ini bukanlah wisata religi seperti umroh dan menunaikan ibadah haji. Wisata halal adalah pariwisata yang melayani liburan, dengan menyesuaikan gaya liburan sesuai dengan kebutuhan dan permintaan traveler muslim”*. Dalam hal ini hotel yang mengusung prinsip syariah tidak melayani minuman beralkohol dan memiliki kolam renang dan fasilitas spa terpisah untuk pria dan wanita (Wuryasti, 2013).

Dari konsep dan definisi wisata halal di atas, menunjukkan bahwa kegiatan wisata menyebabkan adanya perpindahan orang dari satu tempat ke tempat lain dalam rangka memenuhi kepuasaannya dalam bingkai yang dibenarkan oleh nilai-nilai Islam. Perpindahan dari satu tempat ke tempat lain sudah barang tentu menyebabkan terjadinya perpindahan aktifitas ekonomi ke daerah wisata yang dituju. Perpindahan aktifitas wisatawan ke daerah wisata yang dituju mendorong pertumbuhan ekonomi penduduk yang tinggal di daerah wisata melalui penyediaan barang, produk dan jasa.

Dalam pariwisata halal, keterlibatan (muslim), tempat (tujuan kunjungan), produk (berupa tempat tinggal, makanan dan minuman), dimensi kegiatan (ekonomi, budaya, agama) dan pengelolaan proses pelayanan (pemasaran dan isu-isu etis dalam kegiatan wisata) menjadi isu penting bagi pertumbuhan ekonomi wisata halal bagi sebuah negara.

Pertumbuhan ekonomi negara dalam kaitan penyelenggaraan pariwisata halal menjadi sangat penting bagi Indonesia karena Indonesia mempunyai ragam pesona wisata dengan kultur budaya yang sangat beragam dan jumlah penduduk muslim yang mayoritas. Sehingga penyelenggaraan wisata halal bisa menjadi salah satu lokomotif utama dalam rangka mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh LPEM FEB UI (2018) menunjukkan bahwa sektor pariwisata secara umum memiliki peran yang penting dalam perekonomian Indonesia yang digambarkan oleh efek pengganda (*multiplier effect*). Efek pengganda menyebabkan seluruh pengeluaran wisatawan, pengeluaran investasi, pengeluaran pemerintah memberikan dampak ekonomi berupa penambahan output, nilai tambah, pendapatan, dan penciptaan tenaga kerja di Indonesia. Kesimpulan dari studi ini adalah; *Pertama*, terjadi peningkatan jumlah kunjungan wisatawan baik itu wisatawan mancanegara, wisatawan nusantara dan wisatawan nasional. Pertumbuhan wisatawan mancanegara sebesar 16,7% dari tahun 2016 ke 2017. Pertumbuhan wisatawan nusantara sebesar 2,2% dari tahun 2016 ke 2017. Pertumbuhan wisatawan nasional sebesar 5% dari 2016-2017. Pertumbuhan jumlah kunjungan ini akan memberikan dampak pada perekonomian secara luas. *Kedua*, investasi pada sektor pariwisata didominasi oleh penanaman modal asing. Proporsi penanaman modal asing sebesar 77%. Rata-rata Pertumbuhan investasi sektor pariwisata 2015-2017 adalah sebesar 35,5%. Dalam 3 tahun terakhir (2015-2017), 55% investasi direalisasikan di Jakarta, Bali, dan Jawa Barat.

Ketiga, tenaga kerja di sektor pariwisata sebesar 12,3 juta. Bila dilihat dari status pekerjaannya berusaha sendiri (28,5%), kemudian buruh (25,7%), dan berusaha dibantu buruh tidak tetap (23,1%), dan pekerja tak dibayar (17,5%). Distribusi sektor pekerja

bidang pariwisata adalah perdagangan dan penyediaan makanan, masing masing 41% dan 46%. *Keempat*, bila dibandingkan dengan negara-negara lain dalam satu Kawasan seperti Malaysia, Thailand dan Singapore sektor pariwisata Indonesia masih relatif tertinggal dari segi dukungan lingkungan, kebijakan, infrastruktur dan besaran dampaknya pada perekonomian. Akan tetapi, sektor pariwisata di Indonesia memberikan dampak positif pada aliran devisa masuk. Jasa perjalanan menunjukkan secara konsisten berkontribusi positif terhadap neraca jasa dengan nilai yang semakin meningkat. Pada tahun 2017 tercatat USD 4,23 miliar, lebih tinggi dibandingkan USD 3,64 pada tahun 2016. Surplus dari transaksi jasa terutama pariwisata dan perjalanan sebesar 0,77% PDB di tahun 2017.

Kelima, peranan sektor pariwisata dalam menciptakan output perekonomian mencapai 5.57% dan 5,89% pada tahun 2015-2016. Peranan sektor pariwisata pada PDB Indonesia sebesar 5.47% di tahun 2015, dan 5.82% di tahun 2016. Kompensasi tenaga kerja pada tahun 2016 sebesar 5,37%. Penciptaan lapangan tenaga kerja dari sektor pariwisata sebesar 4,19% pada tahun 2016.

Data-data di atas menunjukkan bahwa sektor pariwisata menyumbang positif bagi pertumbuhan ekonomi Indonesia. Pergerakan ekonomi bagi kegiatan wisata halal berdasarkan Data Mastercard-Crescent Rating Global Muslim Travel Index (GMTI) 2018, total pengeluaran para wisatawan Muslim secara global diperkirakan akan mencapai 220 miliar dolar AS pada 2020. Bahkan pertumbuhan pasar ini juga diproyeksikan akan terus berkembang sebanyak 80 miliar dolar AS dan mencapai 300 miliar dolar AS pada 2026.

2.2 Kajian Kepustakaan

Ada beberapa penelitian sebelumnya yang telah dilakukan terkait pengembangan wisata halal baik di Indonesia maupun di negara lainnya. Al Hasan (2017) mengkaji tentang keberadaan fatwa DSN-MUI dalam mendorong tumbuhnya wisata halal di Indonesia. Ia menyebutkan bahwa salah satu faktor terbitnya fatwa DSN-MUI nomor 08/DSN-MUI/X/2016 tentang pedoman penyelenggaraan pariwisata berdasarkan prinsip syariah adalah karena perkembangan pariwisata yang signifikan. Mengingat pengembangan sektor pariwisata halal di Indonesia nyaris tidak ada pasca dicabutnya peraturan mengenai pedoman penyelenggara usaha hotel syariah nomor 2 tahun 2014 yang dikeluarkan oleh menteri pariwisata dan ekonomi kreatif melalui terbitnya peraturan menteri nomor 11 tahun 2016. Selain itu juga desakan dari beberapa pihak, sehingga pada akhir 2016 DSN-MUI mengeluarkan fatwa yang mengatur mengenai penyelenggaraan pariwisata syariah dan dapat digunakan dalam pengembangan sektor pariwisata halal di Indonesia. Penelitian al Hasan (2017) sebenarnya lebih mengarah kepada tinjauan ulang ketentuan-ketentuan yang ada dalam fatwa seperti pariwisata tidak hanya diperuntukkan untuk muslim saja melainkan juga untuk non muslim.

Hal yang senada telah dilakukan oleh Farahani dan Henderson (2010), dapatan kajian mereka menjelaskan bahwa Agama Islam telah mengariskan pola wisata secara syariah berpengaruh signifikan terhadap konten, arah, dan implementasi kebijakan dalam berwisata guna menghadirkan wisatawan muslim dunia. Hal ini dibuktikan dengan dapatan kajian Carboni, Perelli dan Sistu (2014), yang menjelaskan adanya keterkaitan antara sektor pariwisata dengan pertumbuhan Muslim di seluruh dunia. Battour dan Ismail (2015) pula menyebutkan bahwa pariwisata halal di laksanakan sesuai dengan hukum Islam seperti penyediaan produk makanan

halal secara luas di tempat tujuan wisata, hotel ramah muslim, tidak ada minuman berakohol, tidak ada babi sebagai faktor yang dipertimbangan oleh wisatawan muslim. Kajian Battour dan Ismail (2015) adalah lanjutan dari kajian Jafari dan Scott (2014) yang telah memperkenalkan aspek-aspek tertentu Islam dalam berwisata kepada negara non-Muslim, pola dan persyaratan wisata halal ini digunakan dalam meningkatnya jumlah wisatawan muslim sebagai alternatif pengembangan wisata.

Jaelani (2017) dalam kajian Industri Wisata Halal di Indonesia menyatakan bahwa untuk mewujudkan Indonesia sebagai kiblat wisata halal dunia, maka strategi pengembangannya diarahkan pada pemenuhan indeks daya saing pariwisata sebagai indikator-indikator utamanya seperti melakukan pembenahan infrastruktur, promosi, penyiapan sumber daya manusia, khususnya peningkatan kapasitas pelaku usaha pariwisata. Penelitian Jaelani (2017) memperkuat apa yang disimpulkan oleh Kurniawan (2015) dalam penelitiannya yang menyatakan Indonesia sebagai negara yang mayoritas penduduk muslim terbesar di dunia, sudah sepatutnya sektor pariwisata di nomor satukan untuk mejadi ceruk pasar baru yang cukup potensial bagi pertumbuhan ekonomi, yaitu dengan menggabungkan konsep wisata dan nilai-nilai ke-Islaman ke dalamnya.

Perkembangan wisata halal juga mendapatkan tantangan tersendiri, kajian Ferniza (2017) mendapati bahwa ternyata masyarakat Sumatera Barat tidak mengetahui apa sebenarnya manfaat dari pariwisata itu, masyarakat tidak tau dibagian mana mereka harus berperan aktif, artinya masyarakat tidak mengetahui posisinya dalam sektor pariwisata. Sebaliknya Wahyulina, Darwini, dkk (2018) menggambarkan bahwa sarana penunjang seperti toilet, tempat sampah, dan tempat ibadah menjadi sarana paling penting dalam pelaksanaan pariwisata halal di Lombok. Oleh karena itu sosialisasi, komunikasi dan membangun kesadaran antar stakeholder menjadi

penting bagi kesuksesan wisata halal. Jika sarana ini tidak diberikan perhatian dan kesadaran tidak tumbuh antar stakeholder maka wisata halal akan tidak menarik bagi wisatawan lokal dan manca negara.

Sehingga dalam kajian Pratiwi, Dida, dkk (2018) menjelaskan bahwa kesuksesan wisata halal di Kota Bandung disebabkan oleh pola komunikasi yang menarik dengan menumbuhkan kesadaran semua stakeholder terhadap pentingnya pengembangan wisata halal dengan strategi *penta helix*. Strategi komunikasi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat dalam mempersiapkan Kota Bandung sebagai destinasi wisata halal dengan melakukan sosialisasi untuk menumbuhkan kesadaran (*awareness*) kepada SKPD terkait. Hal senada juga ditemukan dalam penelitian Arliman S (2018) bahwa komunikasi yang baik dan benar sangat berperan dalam mengembangkan investasi dalam pembangunan ekonomi di bidang pariwisata.

Penelitian yang fokus pada lokasi wisata halal telah dilakukan oleh Hendri Nugraha, Sartika dan Kadarningsih (2018) dengan judul “ Desa Wisata Halal: Konsep dan Implementasinya di Indonesia”, penelitian ini fokus kajiannya pada konsep wisata halal dari sudut pandang hukum positif dan hukum Islam. Hasil penelitian ini menyatakan bahwa pengelolaan destinasi pariwisata halal harus disertai dengan pembangunan fasilitas umum untuk mendukung kenyamanan aktivitas kepariwisataan. Pariwisata halal adalah pariwisata yang bersifat inklusif bagi semua wisatawan muslim dan non muslim, bukan pariwisata yang bersifat eksklusif. Dan pengelolaan pariwisata harus sesuai dengan prinsip syariah dengan pelayanan yang santun serta ramah bagi seluruh wisatawan dan lingkungan sekitarnya.

Dari beberapa kajian-kajian literatur di atas, menunjukkan bahwa pariwisata dengan konsep wisata halal mempunyai potensi

besar dalam pengembangan ekonomi Indonesia selama dikelola dan didukung dengan infrastuktur yang memadai dan pola komunikasi yang tepat dan benar.

Oleh karenanya, kajian tentang peluang dan tantangan wisata halal di Aceh dalam meningkatkan pendapatan ekonomi masyarakat menjadi sangat penting untuk dikaji karena Aceh sebagai daerah syariat memiliki keunikan tersendiri dan berbeda dengan daerah lainnya dalam implementasi konsep wisata halal. Pengembangan wisata halal di Aceh sudah barang tentu memiliki model yang berbeda dengan daerah lainnya di Indonesia maupun di dunia. Hal ini berbeda dengan kajian-kajian sebelumnya yang lebih mengarah kepada kesesuaian antara fatwa DSN-MUI dengan praktik yang ada di lapangan tentang pariwisata halal seperti yang ditulis oleh al Hasan (2017). Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Nugraha, Sartika dan Kadarningsih (2018) melihat bagaimana konsep dan praktik wisata halal dengan melakukan studi komparatif antara hukum positif dengan hukum Islam. Selanjutnya penelitian yang dikukan oleh Carboni, Perelli dan Sistu (2014) dimana ketertarikan sektor pariwisata yang berorientasi pada pertumbuhan muslim di seluruh dunia. Battour dan Ismail (2015) meneliti strategi pemasaran produk wisata halal harus didasarkan pada hukum Islam. Begitu halnya dengan penelitian yang dilakukan oleh Kurniawan (2015) tentang Analisis Pasar Pariwisata Halal Indonesia, bahwa sebagai penduduk muslim terbesar, sudah sepatutnya Indonesia menjadi sektor wisata halal.

Berikut merupakan ringkasan penelitian sebelumnya yang dapat mendukung penelitian ini pada Tabel 2.1:

Tabel 2.1

Ringkasan Penelitian Terkait

No	Peneliti	Pengembangan	Hasil
1	Hendri Hermawan Adi Nugraha, Mila Sartika dan Ana Kadarningsih (2018)	Penelitian ini mengarah kepada studi komparatif antara hukum positif dengan hukum Islam	Pengelolaan destinasi pariwisata halal harus disertai dengan pembangunan fasilitas umum untuk mendukung kenyamanan aktivitas kepariwisataan. Menurut hukum Islam, pariwisata halal adalah pariwisata yang bersifat inklusif bagi semua wisatawan muslim dan non muslim, bukan pariwisata yang bersifat eksklusif. Dan pengelolaan pariwisata harus sesuai dengan prinsip syariah dengan pelayanan yang santun serta ramah bagi seluruh wisatawan dan lingkungan sekitarnya.

2	Sri Wahyulina, Sri Darwini, Weni Retnowati, Sri Oktariyani (2018)	Adapun pengembangan dari kajian ini yaitu membarikan masukan kepada masyarakat setempat mengenai peluang usaha pariwisata halal di Desa Sembalun Lawang-Lawang Lombok Timur	Hasil penelitian menunjukkan bahwa sarana penunjang seperti toilet, tempat sampah, dan tempat ibadah menjadi sarana paling penting dalam pelaksanaan wariwisata halal di Lombok.
3	Soraya Ratna Pratiwi, Susanne Dida, Nuriyah Asri Siafirah (2018)	Adapun pengembangan dari kajian ini yaitu untuk merumuskan strategi komunikasi dalam rangka membangun perhatian dan kepedulian para pemangku kepentingan termasuk masyarakat terhadap pengembangan wisata halal di Kota Bandung.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa wisata halal di Kota Bandung dikembangkan melalui dukungan dari berbagai lintas lembaga, yang disebut strategi penta helix. Strategi komunikasi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat dalam mempersiapkan Kota Bandung sebagai destinasi wisata halal dengan melakukan sosialisasi untuk menumbuhkan kesadaran (<i>awareness</i>) kepada SKPD terkait.

4	Laurensius Arliman S (2018)	Adapun aspek pengembangan dari kajian ini yaitu peran investasi dalam pembangunan ekonomi pariwisata di Sumatera Barat serta dukungan pemerintah	Hasil penelitian menunjukkan bahwa peranan investasi dalam pembangunan ekonomi di bidang pariwisata sangat penting terutama untuk memudahkan pembangunan pariwisata di Sumatera Barat.
5	Fahadil Amin Al Hasan (2017)	Penelitian ini bersifat kualitatif analisis, juga lebih mengarah kepada tinjauan ulang ketentuan-ketentuan yang ada dalam fatwa seperti pariwisata tidak hanya diperuntukkan untuk muslim saja melainkan juga untuk non muslim	Hasil penelitian menunjukkan bahwa salah satu faktor terbitnya fatwa DSN-MUI nomor 08/DSN-MUI/X/2016 tentang pedoman penyelenggaraan pariwisata berdasarkan prinsip syariah adalah karena perkembangan pariwisata yang signifikan. Mengingat pengembangan sektor pariwisata halal di Indonesia nyaris tidak ada pasca dicabutnya peraturan mengenai pedoman penyelenggara usaha hotel syariah nomor 2 tahun 2014 yang dikeluarkan oleh menteri pariwisata dan ekonomi kreatif

			melalui terbitnya peraturan menteri nomor 11 tahun 2016.
6	Aan Jaelani (2017)	Penelitian ini lebih kepada pengembangan sumber daya manusia khususnya kapasitas pelaku usaha	Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa untuk mewujudkan Indonesia sebagai kiblat wisata halal dunia, maka strategi pengembangannya diarahkan pada pemenuhan indeks daya saing pariwisata sebagai indikator-indikator utamanya seperti melakukan pembenahan infrastruktur, promosi, penyiapan sumber daya manusia, khususnya peningkatan kapasitas pelaku usaha pariwisata.
7	Henni Ferniza (2017)	Penelitian ini pengembangannya yaitu mengkaji aspek yang menjadi kendala dalam pengembangan pariwisata Sumatera Barat.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa Ternyata masyarakat tidak mengetahui apa sebenarnya manfaat dari pariwisata itu, masyarakat tidak tau dibagian mana mereka harus berperan aktif, artinya masyarakat tidak mengetahui posisinya dalam sektor pariwisata.

8	Kurniawan (2015)	Penelitian ini penekanannya lebih pada konsep dan nilai-nilai islam yang ada terhadap penerapan wisata halal	Yang menyatakan Indonesia sebagai Negara yang mayoritas penduduk muslim terbesar di dunia, maka sudah sepatutnya sektor pariwisata sebagai sebuah ceruk pasar baru yang cukup potensial dengan menggabungkan konsep wisata dan nilai-nilai ke islaman ke dalamnya.
9	Mohammed Battour dan Mohd Nazril Ismail (2015)	Penelitian ini penekanannya lebih kepada strategi pemasaran yang berdasarkan pada hukum Islam	Strategi pemasaran produk layanan wisata halal harus berdasarkan hukum Islam dengan menyediakan makanan halal, hotel yang bebas alkohol dan babi serta penyediaan bandara ramah muslim sebagai alat utama untuk promosi.
10	Michele Carboni, Carlo Perelli dan Giovanni Sistu (2014)	Kajian ini lebih kepada penyelidikan terhadap pendapat sekelompok yaitu 14 informan kunci di Djerba	Sebagai salah satu negara Muslim pertama yang mempromosikan industry pariwisata, Tunisia terus mengembangkan kapasitasnya untuk mengakomodasikan dirinya terutama untul wisatawan Barat.

11	Jafar Jafari dan Noel Scott (2014)	Kajian ini memperkenalkan aspek-aspek tertentu dari Islam kepada non-Muslim dalam sektor pariwisata	Secara signifikan, dunia Muslim memberikan kesempatan untuk mempelajari perbedaan dalam keputusan kebijakan dan pengembangan yang dapat menawarkan wawasan baru dan menginformasikan pariwisata dengan memberikan perspektif alternative.
12	Hamira Zamani Farahani dan Joan C. Henderson (2010)	Penelitian ini lebih melihat pada pengaruh agama Islam dalam pengembangan sektor pariwisata	Kekuasaan pemerintah Islam sangat kuat dalam dua teokrasi dan agama menentukan perilaku politik serta berfungsinya masyarakat dan ekonomi. Salah satu hasilnya bahwa negara-negara tersebut, meskipun memiliki banyak tempat wisata yang unik dan menarik wisatawan yang relatif sedikit dari negara-negara berkembang yang merupakan generator utama arus internasional.

2.3 Kerangka Konseptual Kajian

Berdasarkan tujuan penelitian dan kajian terdahulu, maka untuk merumuskan sebuah konsep wisata halal yang bisa diaplikasikan di Aceh, diperlukan sebuah kerangka pemikiran dengan melihat berbagai fenomena yang terjadi di masyarakat

dengan menggunakan analisis SWOT (*Strendgth, Weakness, Oppurtunity, and Threat*) guna mengetahui peluang dan tantangan pengembangan wisata halal di Aceh yang berpengaruh terhadap pertumbuhan ekonomi masyarakat.

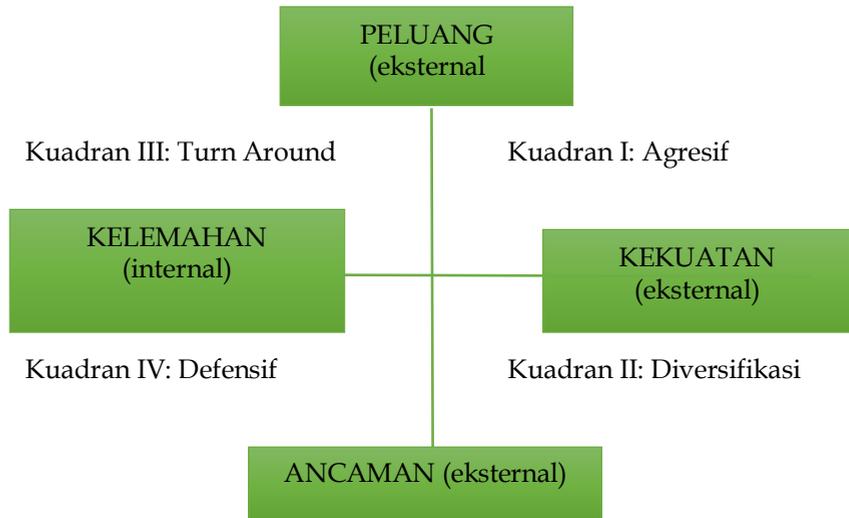
Analisis SWOT adalah suatu bentuk analisis situasi dengan mengidentifikasi berbagai faktor secara sistematis terhadap kekuatan-kekuatan (*Strendgths*) dan kelemahan-kelemahan (*Weaknesses*) suatu organisasi dan kesempatan-kesempatan (*Opportunities*) serta ancaman-ancaman (*Threats*) dari lingkungan sekitar untuk merumuskan strategi yang tepat bagi organisasi (Rangkuti, 2004). Penggunaan analisis SWOT dalam penelitian direoleh dari data wawancara dengan beberapa pegiat ekonomi yang dirangkum dalam faktor internal dan faktor eksternal. Kemudian untuk data persepsi diperoleh dari kuesioner yang disebarakan secara online baik via watsap, email, Instagram dan *facebook* sebanyak 300 responden baik itu wisatawan nusantara maupun mancanegara.

Metode SWOT ini dibuat oleh Albert Humphrey, yang pada waktu itu (dasawarsa 1960-an dan 1970-an) sedang memimpin proyek riset pada Universitas Stanford dengan menggunakan data dari berbagai perusahaan. Analisis SWOT dibuat berdasarkan logika yang dapat memaksimalkan peluang namun secara bersamaan dapat meminimalkan kekurangan dan ancaman. Analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal dan faktor internal organisasi, terdiri dari:

1. *Strendgths* (Kekuatan) adalah segala hal yang dibutuhkan pada kondisi yang sifatnya internal organisasi agar supaya kegiatan-kegiatan organisasi berjalan maksimal. Misalnya; kekuatan keuangan, motivasi anggota yang kuat, nama baik organisasi terkenal, memiliki pengetahuan dan keterampilan yang lebih, anggota yang pekerja keras, memiliki jaringan organisasi yang luas, dan lainnya.

2. *Weaknesses* (Kelemahan) adalah terdapatnya kekurangan pada kondisi internal organisasi, akibatnya kegiatan-kegiatan organisasi belum maksimal terlaksana. Misalnya; kekurangan dana, memiliki orang-orang baru yang belum terampil, belum memiliki pengetahuan yang cukup mengenai organisasi, anggota kurang kreatif dan malas, tidak adanya teknologi dan sebagainya.
3. *Opportunities* (Peluang) adalah faktor-faktor lingkungan luar yang positif, yang dapat dan mampu mengarahkan kegiatan organisasi kearahnya. Misalnya; Kebutuhan lingkungan sesuai dengan tujuan organisasi, masyarakat lagi membutuhkan perubahan, tingkat kepercayaan masyarakat terhadap organisasi yang bagus, belum adanya organisasi lain yang melihat peluang tersebut, banyak pemberi dana yang berkaitan dengan isu yang dibawa oleh organisasi dan lainnya.
4. *Threats* (Ancaman) adalah faktor-faktor lingkungan luar yang mampu menghambat pergerakan organisasi. Misalnya; masyarakat sedang dalam kondisi apatis dan pesimis terhadap organisasi tersebut, kegiatan organisasi seperti itu lagi banyak dilakukan oleh organisasi lainnya sehingga ada banyak kompetitor atau pesaing, isu yang dibawa oleh organisasi sudah tidak bisa dipakai lagi atau masih bisa dipertahankan.

Analisis SWOT dilakukan sebagaimana dalam gambar 2.1 di bawah ini:



Gambar 2.1: Pola SWOT

Kuadran 1: Merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*Growth oriented strategy*).

Kuadran 2: Meskipun menghadapi berbagai ancaman, perusahaan ini masih memiliki kekuatan dari segi internal. Strategi yang harus diterapkan adalah yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang jangka panjang dengan cara strategi diversifikasi (produk/pasar).

Kuadran 3: Perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi dilain pihak, ia menghadapi beberapa kendala/kelamahan internal. Kondisi bisnis pada kuadran 3 ini mirip dengan *Question mark* pada *Boston Consulting Group* (BCG) matrik. Fokus strategi perusahaan ini adalah meminimalkan masalah-masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut

peluang pasar yang baik. Misalnya, Aple menggunakan strategi peninjauan kembali teknologi yang dipergunakan dengan cara menawarkan produk-produk baru dalam industry *microcomputer*.

Kuadran 4: Merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan Internal (Rangkuti, 2004).

Adapun untuk mengetahui peluang dan tantangan pengembangan wisata halal di Aceh, penelitian ini menggunakan alat analisis Matrik SWOT bagi pengembangan wisata halal di Aceh. Matrik ini dapat menggambarkan secara jelas bagaimana peluang dan ancaman eksternal yang dihadapi dalam pengembangan wisata halal yang dapat disesuaikan dengan kekuatan dan kelemahan yang dimiliki. Matrik ini dapat menghasilkan empat set kemungkinan alternatif strategis.

Diagram 2.1 Matriks SWOT

IFAS EFAS	STRENGTHS (S) Tentukan 5-10 faktor kekuatan internal	WEAKNESSES (W) Tentukan 5-10 kelemahan internal
OPPORTUNITIES (O) Tentukan 5-10 faktor peluang eksternal	STRATEGI SO Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk memanfaatkan peluang	STRATEGI WO Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan untuk memanfaatkan peluang
THREATS (T) Tentukan 5-10 faktor ancaman eksternal	STRATEGI ST Ciptakan strategi yang menggunakan kekuatan untuk mengatasi ancaman	STRATEGI WT Ciptakan strategi yang meminimalkan kelemahan dan menghindari ancaman

1. Strategi SO

Strategi ini dibuat berdasarkan jalan pikiran bahwa wisata halal di Aceh mempunyai kekuatan untuk merebut dan memanfaatkan peluang sebesar-besarnya dalam rangka mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat.

2. Strategi ST

Ini adalah strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki dalam pengembangan wisata halal dengan cara mengatasi berbagai ancaman yang datang baik dari dalam maupun luar bagi pengembangan ekonomi masyarakat.

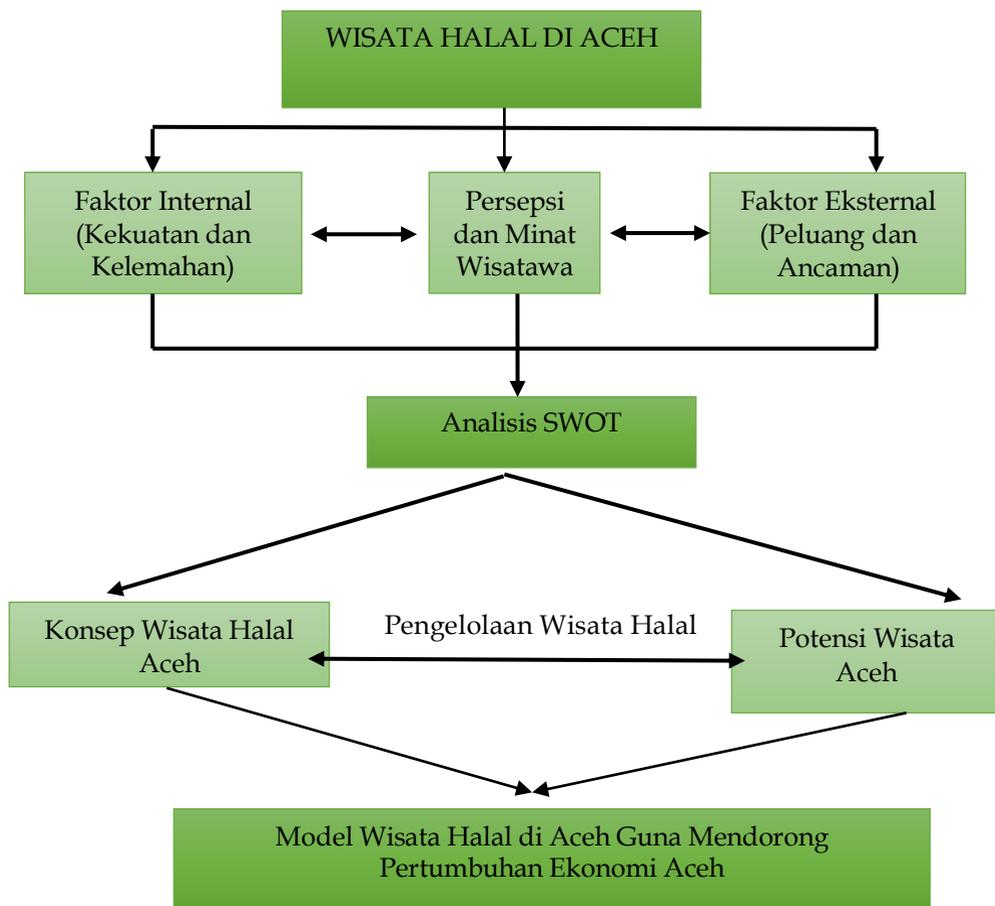
3. Strategi WO

Strategi ini diterapkan berdasarkan pemanfaatan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada dalam pengembangan wisata halal di Aceh.

4. Strategi WT

Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat *defensive* dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman bagi pengembangan wisata halal di Aceh.

Dari pola analisis SWOT yang dijalankan maka lahirlah sebuah kerangka pemikiran, yaitu suatu diagram yang menjelaskan secara garis besar alur logika penelitian ini. Karena kerangka pemikiran dibuat berdasarkan pertanyaan penelitian (*research question*), dan merepresentasikan suatu himpunan dari beberapa konsep serta hubungan diantara konsep-konsep tersebut (Polancik, 2009). Adapun kerangka konseptual wisata halal di Aceh dan model pengelolaan wisata halal guna mendorong pertumbuhan ekonomi Aceh dianalisis dengan menggunakan SWOT, ditunjukkan dalam gambar di bawah ini:



Gambar 2.1: Kerangka Konseptual Kajian

Kerangka konseptual kajian di atas menggambarkan bahwa pengembangan wisata halal di Aceh perlu memperhatikan persepsi dan minat dari wisatawan yang datang ke Aceh. Persepsi dan minat terhadap wisata halal ini bisa menjadi peluang dan ancaman ketika pemaknaan wisata halal yang diinginkan oleh wisatawan berbeda dengan aplikasi konsep wisata halal yang dijalankan di Aceh. Disisi lain, faktor internal pengembangan wisata halal di Aceh sangat dipengaruhi antara pengembangan wisata dengan nilai-nilai syariah

yang wujud dalam qanun dan persepsi syariah masyarakat Aceh itu sendiri. Hal ini bisa menjadi kekuatan sekaligus kelemahan bagi pengembangan wisata halal di Aceh.

Dari peluang, ancaman, kekuatan dan kelemahan yang bisa diidentifikasi maka disusun konsep penerapan wisata halal di Aceh yang bukan hanya memenuhi kesyariahan saja akan tetapi juga mampu mendorong pertumbuhan ekonomi kerakyatan. Disisi lain Aceh juga mempunyai potensi wisata yang cukup menarik guna mendatangkan wisatawan lokal maupun manca negara. Sehingga perlu disusun model pengembangan wisata halal Aceh yang mempunyai keunikan khusus dengan pelaksanaan syariat Islam dengan potensi wisata Aceh yang mampu mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat Aceh.

BAB III

METODE PENELITIAN

3.1 Pendekatan dan Jenis Penelitian

Marujuk pada rumusan masalah untuk melihat potensi wisata halal di Aceh dan merumuskan model wisata halal di Aceh, maka penelitian ini bersifat deskriptif analisis dengan data kualitatif, walaupun demikian penelitian ini juga menggunakan pendekatan kuantitatif guna mendukung data kualitatif. Menurut Sugiyono (2012: 23), metode kuantitatif dijalankan karena data penelitian berupa angka-angka dan analisis menggunakan statistik. Metode kuantitatif ini digunakan untuk mengetahui persepsi dan minat wisatawan datang ke Aceh. Adapun pendekatan kualitatif digunakan karena peneliti ingin mengetahui potensi wisata halal di Aceh serta untuk mengukur tingkat kesiapan destinasi wisata dalam mengembangkan wisata halal. Analisis data kualitatif dengan perpaduan analisis data kuantitatif dipakai untuk melihat peluang dan tantangan industri wisata halal guna merumuskan sebuah konsep wisata halal dengan menggunakan analisis SWOT (*Strendgth, Weakness, Oppurtunity, and Threat*) yang mampu mendorong pertumbuhan ekonomi rakyat.

3.2 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Provinsi Aceh yang merupakan provinsi paling barat di Indonesia dengan jumlah penduduk provinsi ini sekitar \pm 5.190.000 jiwa serta terdiri dari 23 Kabupaten/Kota. Aceh juga dianggap sebagai tempat dimulainya penyebaran Islam di Indonesia dan memainkan peran penting dalam penyebaran Islam di Asia Tenggara. Pada awal abad ke-17, Kesultanan Aceh adalah negara terkaya, terkuat, dan termakmur di kawasan Selat Malaka. Jika dibandingkan dengan dengan provinsi lainnya, Aceh adalah

wilayah yang sangat konservatif (menjunjung tinggi nilai agama). Persentase penduduk Muslimnya adalah yang tertinggi di Indonesia dan mereka berpedoman hidup pada adat dan qanun syariah Islam.

Penelitian ini dilakukan di Aceh didasarkan pada pertimbangan bahwa Aceh menjadi salah satu daerah yang ditetapkan sebagai daerah tujuan destinasi wisata halal di Indonesia. Selain itu juga dengan adanya pemberlakuan syariat Islam dan juga julukan Serambi Mekkah, maka wisata halal pastinya sudah serta merta melekat khusus untuk Provinsi Aceh.

3.3 Populasi dan Sampel Penelitian

Populasi adalah wilayah umum yang terdiri atas objek/subjek yang memiliki kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya (Sugiyono, 2013:55). Populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung ke Aceh baik wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara pada tahun 2017 sebanyak 2.364.383. Sedangkan sampel dalam penelitian ini sebanyak 300 responden. Adapun teknik pengambilan sampel menggunakan metode *accidental Sampling (convenience sampling)* (Sugiarto, 2001: 38-40). Pengambilan sampel didasarkan pada ketersediaan elemen dan kemudahan untuk mendapatkannya. Sampel yang digunakan adalah wisatawan yang berkunjung ke destinasi wisata di Aceh. Menurut Santoso dan Tjiptono (2001:89 - 90), *accidental sampling (convenience sampling)* adalah prosedur sampling yang memilih sampel dari orang atau unit yang paling mudah dijumpai atau diakses. Sedangkan menurut Sugiyono, *accidental sampling* adalah mengambil responden sebagai sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan sebagai sampel bila orang yang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data dengan kriteria

utamanya adalah orang tersebut merupakan wisatawan yang datang ke Aceh.

Adapun sampel untuk wawancara dilakukan dengan *purposive sampling*. Teknik *purposive sampling*, yaitu teknik penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu, dimana anggota sampel akan dipilih sedemikian rupa sehingga sampel yang dibentuk tersebut dapat mewakili sifat-sifat populasi (Sugiyono, 2013: 120). Adapun tokoh yang telah dijadikan narasumber sebagai sampel dalam kajian ini adalah:

Tabel 3.1
Narasumber Wawancara

No	Nama/Instansi	Bidang
1	Prof. Dr. Alyasa' Abubakar, MA	Ahli Syariah/Dosen Fakultas Syariah dan Hukum UIN Ar Raniry
2	Dr. Iskandar Majid. M.E	Ketua Tim Percepatan Wisata Halal Aceh/Dosen Universitas Syiah Kuala Banda Aceh
3	Dr. Meldi Kusuma, M.Si	Pakar/Dosen Branding Syariah dari Universitas Syiah Kuala Banda Aceh
4	Dr. Anang Sutono, MM., CHE	Kementerian Pariwisata Republik Indonesia
5	Reza Fahlevi	Asisten Deputi Kementerian Pariwisata Republik Indonesia
6	Ismail	Kepala Bidang Dinas Budaya dan Pariwisata Aceh
7	H. Fakhurrazi, MP	LPPOM MPU Aceh
8	Dr. Muhammad Bukhori. M.Ag	Dewan Syariah Nasional (DSN)
9	Faisal Ibn Sabi	Pegiat Ekonomi (Salman Travel)
10	Mujiburrizal	Pegiat Ekonomi (Musafir Travel)
11	Akmal Imam	Pegiat Ekonomi (Imam Travel)
12	Fitriani	Pegiat Ekonomi (Fortuna Travel)

Kemudian selain wawancara dengan beberapa tokoh dan pegiat ekonomi dalam sektor pariwisata, penelitian juga melakukan

Focus Group Discussion (FGD) di Kementerian Pariwisata Republik Indonesia di Jakarta pada tanggal 22 Juli 2019. Kegiatan ini dilakukan untuk membentuk model wisata halal di Aceh dengan nilai-nilai syariah yang berbeda dengan daerah-daerah lainnya di Indonesia. Model ini dalam rangka implementasi konsep wisata halal di Aceh yang nantinya mampu menciptakan pertumbuhan ekonomi bagi rakyat Aceh.

3.4 Sumber dan Teknik Pengumpulan Data

Penelitian ini menggunakan *mix method*, dimana tidak hanya data kualitatif yang dipakai tetapi juga data kuantitatif. Berdasarkan sumbernya, data dibedakan menjadi dua, yaitu data primer dan data sekunder.

Data primer diperoleh dengan melakukan survei menggunakan kuisioner yang disebarluaskan secara online dan wawancara mendalam semi terstruktur terhadap tokoh agama dan masyarakat, Kementerian Kebudayaan dan Pariwisata Pusat, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Aceh, pelaku usaha wisata dan pengunjung/wisatawan lokal dan mancanegara, FGD dengan Kementerian Pariwisata Republik Indonesia. Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Aceh.

Bagi mengukur persepsi responden, penelitian ini menggunakan skala Likert. Skala jawaban memberi skor ini dilihat lebih terarah, jelas dan memudahkan responden untuk menjawab soal-soal yang dikemukakan (Zikmund, 2000:300). Skala 1 sehingga 6 diberikan bagi menggambarkan persepsi responden terhadap pernyataan "sangat tidak setuju", "tidak setuju", "kurang setuju", "agak setuju", "setuju" dan "sangat setuju".

Skala 6 ini merupakan skala yang progresif sifatnya. Ia digunakan dengan dua alasan. Pertama, responden adalah mereka yang terlibat secara langsung dengan subjek kajian yaitu wisatawan.

Oleh sebab itu, subjek kajian berupaya untuk memberikan jawaban yang positif atau negatif terhadap soal-soal yang dikemukakan dan menimalkan sebab untuk mereka bersikap netral. Atas dasar itu, tidak pilihan “tidak pasti” (*neutral*) diberikan dalam skala jawaban.

Kedua, penggunaan skala 6 ini adalah bagi mengelak responden untuk tidak memberikan pilihan “tidak pasti” dalam skala jawaban. Sehingga dengan menggunakan skala 6 dapat memastikan jawaban responden mencapai maksud kajian. Jumlah skor yang tinggi mencerminkan persepsi positif dan mendukung, adapun skor rendah mencerminkan persepsi negatif dan tidak mendukung (Anderson. *et.al*, 1983: 253). Penggunaan skala 6 telah didapati dalam kajian sebelumnya seperti yang dilakukan oleh Nor ‘Azzah Kamri (2007) dan muhammad yasir yusuf (2017).

Kuisisioner penelitian ini sebelum dibagikan untuk responden telah terlebih dahulu dilakukan pengujian pilot test untuk melihat kehandalan dari kuisisioner. Sebanyak 30 resposnden pilot test telah diuji Dan uji realibity dan validiti pun telah dilakukan.

Adapun data sekunder didapatkan dengan merujuk kepada literatur, artikel, jurnal serta situs di internet yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan. Selain itu juga berasal dari instansi terkait seperti keperluan data statistik dari BPS Aceh dalam melihat jumlah kunjungan wisatawan lokal dan mancanegara ke Aceh serta beberapa informasi lain yang berisikan tentang pariwisata halal.

3.5 Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini dibagi kepada tiga. *Pertama*, teknis analisis dengan menggunakan *SPSS* untuk menguji data kuantitatif. Pengujian ini dilakukan untuk melihat persepsi dan minat wisatawan baik nusantara maupun mancanegara yang dilakukan dengan penyebaran kuisisioner kepada responden sebanyak 300 yang disebarkan secara online baik melalui whatsapp, email,

Instagram. Sebelum kuisioner di sebarakan kepada responden terlebih dahulu kajian ini dilakukan pilot tes kepada 30 responden baik wisatawan nusantara maupun mancanegara untuk menguji kevalidan data.

Tahap persepsi terhadap wisata hala di Aceh diukur dengan menggunakan skala 6 skor, yaitu skor 1 - sangat tidak setuju sehingga kepada skor 6 - sangat setuju. Adapun pengkategorian tahap persepsi dalam kuisioner adalah berdasarkan nilai skor min iaitu skor min di antara 1.00 hingga 2.60 adalah dianggap rendah. Skor min di antara 2.61 hingga 4.20 pula dianggap sederhana dan skor min 4.21 hingga 6.00 dianggap tinggi. Hal ini seperti yang dikemukakan oleh Husein Umar (2005).

Tabel 3.2

Pengkategorian Tahap Persepsi Berdasarkan Nilai Skor Min

No	Skor Min	Interpretasi
1	1.00 hingga 2.60	Rendah
2	2.61 hingga 4.20	Sederhana
3	4.21 hingga 6.00	Tinggi

Hasil temuan penelitian ini dijelaskan dengan menggunakan statistik deskriptif dilakukan melalui min, sisihan piawai dan pemeringkatan (*ranking*) terhadap item-item bagi setiap faktor penentu.

Kedua, selain analisis data menggunakan *SPSS* kajian ini juga menggunakan analisis SWOT (*Strendgth, Weakness, Oppurtunity, and Threat*) untuk melihat potensi wisata, peluang dan tantangan wisata halal di Aceh yang mampu mendorong pertumbuhan ekonomi rakyat.

Ketiga, semua data-data yang telah peneliti kumpulkan akan dianalisis secara mendalam untuk memberikan gambaran dan

rumusan terperinci. Analisis kajian ini akan dilakukan dengan menggunakan metode analisis deskriptif guna mendapatkan model wisata halal yang bisa dijalankan di Aceh dengan segala kekhasan yang dimiliki.

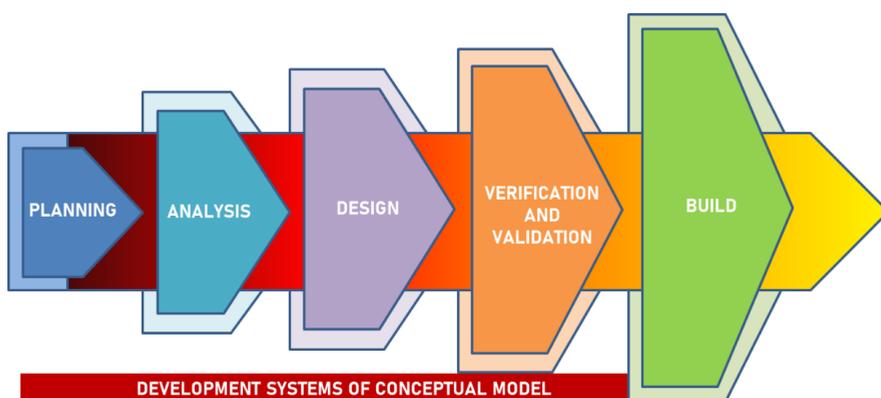
Ketiga analisis ini diharapkan mampu melahirkan konsep wisata halal Aceh yang mampu mensejahterakan masyarakat Aceh khususnya. Dalam melakukan analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunity, and Threat*) ini digunakan dua variabel analisis, yaitu *pertama*; analisis faktor internal yang terdiri dari kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman, *kedua*; analisis eksternal yang terdiri dari kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman. Adapun analisis SWOT yang digunakan tidak hanya untuk mengidentifikasi faktor internal dan eksternal saja, namun juga mengkorelasi dengan persepsi dan minat wisatawan. Sehingga analisis yang dilakukan memungkinkan Aceh untuk menjadi *role model* wisata halal di Indonesia yang mempunyai pencirian dan kekhasan tersendiri dan mampu mendorong pertumbuhan ekonomi kerakyatan.

3.6. Kerangka Konseptual Kajian

Untuk membentuk model wisata halal di Aceh, penelitian ini menggunakan pendekatan sistem pakar, yaitu pengumpulan data dan informasi utama dalam perumusan desain konsep melalui wawancara, kuisisioner, pengamatan langsung dan sintesa data di lapangan. Para pakar yang berkompeten untuk memberikan gagasan dan pemikiran memiliki kepakaran berdasarkan pendidikan formal (sarjana) pada bidang yang diteliti, berdasarkan pengalaman dan riwayat pekerjaan, serta praktisi di bidang yang terkait dengan wisata di Indonesia. Para Pakar yang dipilih dalam penelitian ini adalah sebanyak 11 orang yang terdiri dari Dewan Syariah Nasional (DSN), Tim Percepatan Wisata Halal Indonesia Kementerian Pariwisata Republik Indonesia, Dinas Budaya dan Pariwisata Aceh,

Tim Percepatan Wisata Halal Aceh, Dosen Universitas Syiah Kuala, Dosen Univeritas Islam Negeri Ar-Raniry, LP POM MPU dan Praktisi Wisata.

Dalam merumuskan pendapat pakar, penelitian ini menggunakan sistem pengembangan model konseptual seperti yang ditunjukkan pada Gambar 3.1. Sistem ini merupakan pengembangan dari *Soft Systems Methodology* (SSM) (Warren *et al.* 2019, Dalkin *et al.* 2018, Fadhil *et al.* 2018, Torres 2018) dan *System Development Life Cycle* (SDLC) (Moore 2015, Fadhil *et al.* 2017, Dawson *et al.* 2019).



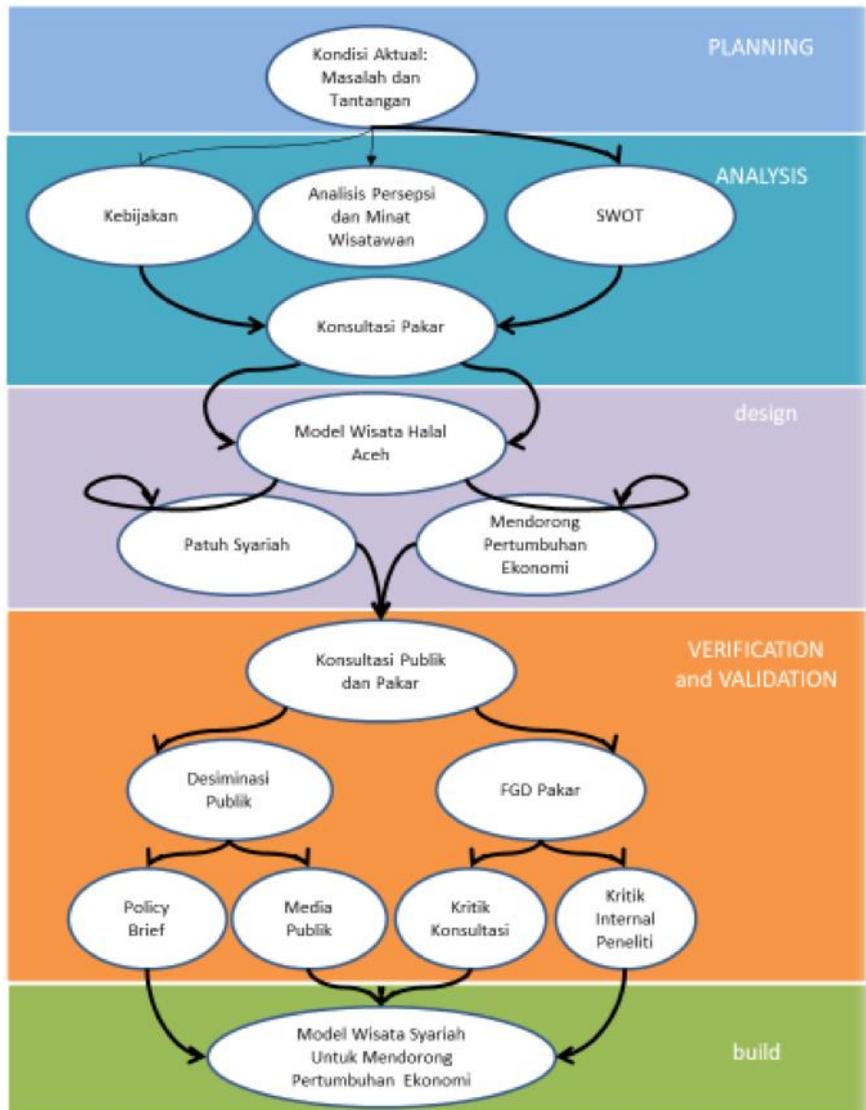
Gambar 3.1. Sistem Pengembangan Model Konseptual

Kegiatan selanjutnya adalah menerjemahkan setiap tahapan berdasarkan sistem pengembangan model konseptual meliputi Perencanaan, Analisis, Desain, Verifikasi dan Validasi serta Membangun konsep.

Tahap perencanaan adalah proses perumusan masalah dan tujuan dari riset yang hendak dikerjakan. Pada tahapan ini juga mempelajari masalah-masalah yang ada selama ini dan tantangan kedepan yang dapat diselesaikan. Selanjutnya tahap analisis dan desain adalah mempelajari berbagai kebijakan, mengumpulkan referensi dan konsultasi pakar untuk mendapatkan berbagai kajian, telaahan, kebijakan dan pandangan-pandangan para ahli dan juga

melakukan analisis SWOT sebelum mendesain sistem yang akan dikerjakan yaitu model model penerapan wisata halal dalam bingkai penegakan syariah Islam di Aceh.

Kemudian tahap berikutnya adalah tahapan proses verifikasi dan validasi dari sejumlah tahapan yang telah dirumuskan melalui konsultasi publik dan pakar. Kegiatan ini meliputi desiminasi publik yaitu melalui *policy brief* dan media publik, kemudian menggunakan *focus group disscussion* (FGD) pakar berupa kritik konsultasi dan kritik internal peneliti. Dan tahap akhir adalah memformulasikan model penerapan wisata halal dalam bingkai penegakan syariah Islam di Aceh, secara lengkap tahapan ini ditunjukkan pada Gambar 3.2:



Gambar 3.2. Kerangka Pemikiran Penelitian

BAB IV HASIL PENELITIAN

A. POTENSI WISATA HALAL DI ACEH

1. Keberagaman Objek Wisata

Meski Aceh dikenal dengan Serambi Mekkah dan pelaksanaan syariah Islam, namun daerah ini mempunyai beragam warisan budaya yang memiliki nilai-nilai sejarah dan arkeologis yang tinggi yang tersebar hampir di seluruh kabupaten/kota. Keberagaman warisan budaya dan sejarah masa lalu memiliki keunikan dan daya tarik utama baik bagi media edukasi, penelitian maupun wisata. Beragamnya objek wisata yang ada menjadikan daerah ini berpotensi dalam pengembangan destinasi wisata halal.

Warisan budaya di Aceh merupakan peninggalan masa pra sejarah, klasik, Islam, kolonial, serta peninggalan bencana gempa dan tsunami (*smong*). Semua warisan peninggalan masa lalu tersebut terdiri dari budaya benda (*tangible*) seperti *situs Mendale, Bukit Kerang, naskah/benda kuno, makam kuno, Masjid Raya, Baiturrahman, Kerkhof Peutjoet, kapal apung dan cagar budaya lainnya*. Aceh juga memiliki kekayaan budaya yang menarik lainnya, seperti *tarian, adat istiadat dan kegiatan spiritual*. Keunikan lainnya adalah keberagaman suku/etnis yang terdiri dari 8 (delapan) etnis/suku yaitu Aceh, Alas, Aneuk Jame, Gayo, Kluet, Tamiang, Singkil, Simelue dan 13 (tiga belas) jenis bahasa daerah yaitu Aceh, Alas, Aneuk Jamee, Gayo, Kluet, Tamiang, Julu, Haloban, Pakpak, Nias, Lekon, Sigulai, Devayan. Keberagaman suku/etnis tersebut melahirkan seni yang beragam juga sehingga muncul seni tari dari masing-masing suku/etnis yang memiliki kekhasan masing-masing. Tarian yang ada di Aceh misalnya rapai, rapai debus, rapai geleng, likok pulo, meuseukat, seureune kalee, seudati, saman, ranup lampuan, pemulia jamee, marhaban, didong, rebana dan qasidah gambus, sastra, pantun, syair, hikayat, seumapa,

seni lukis (kaligrafi), dalail khairat, meurukon, dan lain-lain (Disbudpar, 2015).

Kemudian potensi wisata di Aceh tidak hanya di dukung oleh keberagaman objek wisata, suku/etnis, bahasa, jumlah situs cagar budaya, jumlah seniman dan jumlah sanggar. Akan tetapi juga di dukung oleh jumlah pelaku pariwisata seperti jumlah pemandu wisata dan jumlah kelompok sadar wisata. Hal ini dapat di lihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.1
Potensi Wisata di Aceh

No	Potensi Wisata	Jumlah
1	Objek Wisata	797
2	Suku/etnis	8
3	Bahasa Daerah	13
4	Pemandu Wisata	967
5	Kelompok Sadar wisata	362
6	Situs/Bangunan Cagar Budaya	774
7	Jumlah Seniman dan Budayawan	612
8	Jumlah Seni	221
9	Jumlah Sanggar	1.146

Sumber: Dinas Budaya dan Pariwisata Provinsi Aceh, 2015.

Tabel 4.1 di atas menunjukkan bahwa Aceh memiliki keberagaman potensi wisata yang tersebar hampir di seluruh Aceh. Melihat jumlah potensi yang dimilikinya sudah seharusnya wilayah ini mengembangkan wisata halal. Potensi wisata halal di Aceh juga diperkuat dengan adanya regulasi baik secara nasional maupun lokal. Secara nasional terdapat undang-undang No. 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan dan fatwa DSN-MUI No. 108/DSN-MUI (X) tentang Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata. Sedangkan secara lokal terdapat undang-undang pemerintah Aceh No. 11 Tahun 2006, qanun No. 8 Tahun 2013 tentang pariwisata, qanun No. 8 tahun 2014 tentang pokok-pokok syariat Islam, qanun No. 8 tahun 2016 tentang system jaminan produk halal, qanun No. 6 Tahun 2014 tentang hukum jinayat dll.

Kekuatan Aceh sebagai daerah pengembangan wisata dapat dilihat dari potensi yang dimiliki berdasarkan wilayah (DPN) Destinasi Pariwisata Nasional wilayah Aceh adalah DPN Banda Aceh-Weh dan sekitarnya. DPN Nias-Simeulue dan sekitarnya memiliki keunggulan panorama laut yang sangat indah dan juga dengan keunikan budaya masyarakat setempat. Sementara untuk KPPN (Kawasan Pengembangan Pariwisata Nasional) wilayah Aceh adalah KPPN Banda Aceh Kota dan sekitarnya, KPPN Weh dan sekitarnya, KPPN Simeulue dan sekitarnya, merupakan andalan destinasi wisata halal yang berpeluang untuk dikembangkan.

Potensi wisata halal di Aceh sudah menunjukkan perkembangan yang bagus baik di kancah nasional maupun internasional. Hal ini dibuktikan dengan beberapa penghargaan yang diraih Aceh dalam beberapa ajang pariwisata bergengsi yang diselenggarakan di dalam maupun di luar negeri. Seperti pada *Word Halal Tourism Award 2016* di Dubai, Aceh memenangkan dua kategori yaitu *World's Best Airport for Halal Travelers* dan *World's Best Halal Cultural Destination*. Dalam ajang ini Aceh bersaing dengan Negara-negara yang tak kalah hebatnya seperti Mekkah, Palestina, Malaysia dan Arab Saudi dalam kategori budaya halal (Priherdityo, 2016).

Sedangkan untuk kategori Bandar udara, Aceh bersaing dengan Doha Hamad Internasional Airport, Dubai Airport, King Abdul Azeez Internasional Airport dan Kuala Lumpur Internasional Airport. Tidak hanya itu, di tahun 2018 banyak juga prestasi yang di ukir Aceh melalui pariwisata dalam berbagai kategori. Salah satunya Masjid Raya Baiturrahman, dalam ajang Anugerah Pesona Indonesia (API) 2018 yang digelar di Hotel Grand Said Jaya, Jakarta pada Kamis 22 November 2018 yang lalu masjid ini terpilih sebagai kategori wisata halal terpopuler di Indonesia (Aji, 2018).

Pada tahun 2017 juga diselenggaranya event besar yaitu Aceh Internasional Rapa'I Festival, Sail Sabang dan Festival Danau Laut

Tawar. Kegiatan ini diselenggarakan dalam rangka pengembangan destinasi wisata dan promosi pariwisata di Aceh. Sehingga dengan adanya event seperti ini diharapkan mampu meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan baik nusantara maupun mancanegara. Dari berbagai event dan terpilihnya Aceh dalam kategori destinasi wisata terpopuler, wisata halal, terbaik dan teramah telah menunjukkan bahwa Aceh memiliki potensi dalam pengembangan wisata halal. Menteri Pariwisata Republik Indonesia menetapkan tiga program pariwisata prioritas di Aceh yaitu Aceh sebagai *The World's Best Halal Cultural Destination*, Sabang sebagai *The World's Best Marine Tourism Destination* dan Danau Laut Tawar sebagai *The World Best Adventure Destination* (Aulia, 2017).

Secara umum potensi wisata di Aceh terbagi kedalam beberapa bentuk wisata yang tersebar di wilayah Aceh. Jenis-jenis objek wisata yang ada memiliki keunikan tersendiri bagi penikmatnya. Oleh karenanya tak heran jika keunikan objek wisata di wilayah ini tidak pernah sepi dari pengunjungnya mulai dari wisata bahari, wisata religi, wisata ekologi, wisata budaya, dan wisata olahraga.

Beragamnya potensi wisata di Aceh, Dinas Kebudayaan dan Pariwisata (Disbudpar) membagi kawasan pengembangan wisata. Hal ini dilakukan karena kesamaan potensi yang dimiliki oleh masing-masing daerah tersebut. Oleh karena itu, kawasan pengembangan wisata yang terdiri dari 23 kabupaten/kota di Aceh dibagi menjadi empat cluster. Hal ini dapat di lihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.2
Kawasan Pengembangan Wisata di Aceh

No	Cluster	Daerah
1	Wisata Bahari dan Budaya	Sabang, Banda Aceh, Aceh Besar, dan Aceh Jaya

2	Wisata Petualangan, Agrowisata dan Olahraga	Aceh Tenggara, Bener Meriah, Takengon, dan Gayo Lues
3	Wisata Bahari dan Ekologi	Aceh Barat, Nagan Raya, Aceh Barat Daya, Aceh Selatan, Subulussalam, Singkil dan Simeulue
4	Wisata Kuliner, Heritage, dan Religi	Pidie Jaya, Pidie, Bireun, Lhokseumawe, Aceh Utara, Aceh Tamiang, Langsa dan Aceh Timur

Sumber: Dinas Budaya dan Pariwisata Provinsi Aceh, 2019.

Tabel 4.2 di atas menunjukkan bahwa pengclusteran tersebut dilakukan karena kesamaan potensi wisata yang dimiliki oleh masing-masing daerah yang ada di Aceh. Untuk detailnya bentuk-bentuk wisata di Aceh dan kawasan pengembangan pariwisata dapat di lihat di bawah ini:

1. WISATA BAHARI

Wisata bahari merupakan suatu kegiatan untuk menghabiskan waktu dengan menikmati keindahan dan keunikan wilayah di sepanjang pesisir pantai dan juga lautan. Namun untuk Aceh sendiri wisata bahari semakin menarik perhatian wisatawan lokal/mancanegara karena semakin seringnya Aceh menampilkan berbagai pameran wisata bergensi internasional.

Dalam memperkenalkan wisata bahari Aceh, pemerintah terus mendukung dan mendorong potensi wisata bahari di Aceh dalam event-event tertentu. Potensi wisata bahari Aceh di dominasi oleh kawasan Sabang. Sabang merupakan salah satu wilayah di ujung barat Indonesia yang menyimpan pesona bahari yang luar biasa indah, bahkan kota ini tak asing di kalangan pencinta alam bahari. Sehingga tak sedikit wisatawan asing yang sengaja berkunjung ke kota ini demi bisa menikmati keindahan bawah lautnya. Sabang juga dijuluki sebagai destinasi wisata favorit.

Destinasi wisata favorit di Sabang terdapat pada beberapa tempat seperti Pantai Iboih, Pulau Rubiah, Pantai Sumur Tiga, Pantai Anoi Itam, Pulau Weh, Pulau Rondo, Pantai Paradiso dll. Pantai Iboih merupakan salah satu destinasi wisata dengan air laut yang jernih berwarna biru. Banyak aktivitas yang dilakukan pengunjung di pantai ini mulai dari berenang, *snorkeling*, dan *diving*. Sehingga tak heran pantai ini tidak pernah sepi dari pengunjung baik lokal/mancanegara. Di dekat pantai Iboih juga disediakan beberapa penginapan bagi wisatawan dengan variasi harga yang cukup lengkap.

Selain pantai Iboih juga terdapat pulau Rubiah. Dinamakan pulau rubiah karena terdapat makam Cut Nyak Rubiah. Pesona pulau ini pun tak kalahnya dengan pantai Iboih. Pulau ini menawarkan pesona bawah laut yang membuat takjub siapapun yang datang dalam menyalaminya. Aktivitas yang sering dilakukan di sini adalah *snorkeling* dan *diving*. Pulau ini tidak berpenghuni. Namun, di pulau ini terdapat beberapa warga lokal yang menjajakan dagangan berupa makanan dan minuman untuk para wisatawan.

Kemudian ada pantai Sumur Tiga, pantai ini memiliki garis pantai terpanjang di kawasan Sabang. Dengan pasir putih yang lembut dan ombak yang besar, pantai ini menawarkan panorama alam yang menakjubkan. Aktivitas yang dilakukan pengunjung di pantai ini dengan berenang dan berjalan di tepi pantai dan berkunjung ke resto Sumur Tiga. Di sini wisatawan juga bisa menikmati makanan sambil memandangi indahnya pantai dan hamparan Samudera.

Selanjutnya ada Pantai Anoi Itam. *Anoi* bermakna pasir hitam, pasir hitam inilah yang membuat pantai Anoi Itam ini cukup unik di Sabang ketimbang pantai lainnya. Konon katanya pasir hitam yang dihasilkan berasal dari gunung berapi di Pulau Weh yang masih aktif (pesona alam). Di samping itu juga ada Pulau Weh yang merupakan

salah satu pulau terbesar di Sabang. Pulau ini juga menjadi destinasi wisata favorit di Sabang, ditambah lagi dengan terkenalnya pulau ini dengan pulau terluas di ujung barat Indonesia.

Keindahan wisata bahari tidak hanya terdapat di kota Sabang, melainkan juga ada di kabupaten Aceh Besar. Aceh Besar merupakan salah satu daerah yang juga banyak menawarkan keindahan wisata bahari baik yang alami maupun buatan. Seperti Pemandian Air Panas Ie Suum yang terletak di desa Ie Suum, Kecamatan Masjid Raya. Di sini terdapat dua kolam besar, satu untuk laki-laki dan satunya lagi untuk perempuan. Masing-masing pemandian mempunyai kolam kecil yang dangkal khusus anak-anak.

Kemudian ada Brayeun yang merupakan sebuah lembah yang dibatasi oleh bendungan sehingga membentuk seperti sebuah kolam yang sangat eksotis, dan pemandangan alam pegunungannya yang masih alami. Meskipun objek wisata ini tergolong baru, tapi memiliki daya Tarik yang tinggi sehingga paling diminati oleh para wisatawan. Wisata ini sendiri terletak di Kecamatan Leupung Kabupaten Aceh Besar.

Selain itu, juga terdapat di Kabupaten Aceh Tengah. Daerah yang terkenal dengan keindahan Danau Laut Tawar. Danau Laut Tawar merupakan kawasan wisata yang terletak di Dataran Tinggi Gayo, Kabupaten Aceh Tengah dengan luas kira-kira 5.472 hektare dengan panjang 17 kilometer dan lebar 3,219 kilometer. Danau ini menawarkan perpaduan keindahan dataran, bukit, dan perairan.

2. WISATA BUDAYA

a. Monument Pasee

Monument Pasee berasal dari nama kerajaan Islam legendaris yaitu Samudra Pasai. Monument ini dibangun di atas tanah seluas 7.7 hektare di tengah-tengah hijaunya persawahan menjulang tinggi dengan arsitektur yang megah dengan lokasi tidak jauh dari

Komplek Pemakamam Sultan Malikussaleh tepatnya berada di Desa Gampong Beuringe, Kecamatan Samudera, Lhokseumawe. Monument ini diharapkan dapat menjadi cagar budaya, pelestarian budaya lokal dan menjadi penanda penting dari kejayaan Samudra Pasai yang pernah berjaya 13 abad silam di Asia Tenggara (Nasution, 2018). Bangunannya mulai dibangun pada tahun 2012 oleh Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan lewat Direktorat Pelestarian Cagar Budaya dan Permuseuman.

b. Museum Tsunami

Museum Tsunami merupakan salah satu museum yang dibangun pasca gempa yang melanda Aceh pada 26 Desember 2004 silam. Bangunan ini terdiri dari empat lantai. Bagian atap menjadi lokasi penyelamatan dan perlindungan jika musibah gelombang tsunami melanda. Museum ini memiliki luas sekitar 2.500 meter persegi. Museum ini dibangun pada tahun 2006 di atas lahan seluas 10.000 persegi yang terletak di ibukota provinsi Aceh, yakni Banda Aceh. Arsitektur bangunan ini berbentuk melengkung ditutupi relief berupa geometris. Jika di lihat dari atas, bangunan ini menyerupai bak kapal (Aulia, 2007). Museum ini juga menyuguhkan gambaran dan suasana mencekam saat detik-detik gemuruh gelombang air laut menghantam Aceh. Pada setiap lantainya juga terpajang foto-foto keadaan Banda Aceh pasca tsunami, artefak dan puing-puing tsunami.

Komunitas Jejak Langkah Sejarah (Jelajah) telah menobatkan Museum Tsunami Aceh sebagai museum terpopuler di Indonesia. Hal ini tidak lepas dari aktivitas kunjungan yang cukup tinggi setiap harinya baik kunjungan wisatawan lokal/mancanegara. Pada ajang Indonesia Museum Award 2018 yang lalu, Museum Tsunami Aceh terpilih sebagai museum terpopuler dari 400 museum di Indonesia yang masuk ke kategori. Kemenangan yang diraih Aceh ini menjadi

sebuah peluang dan potensi pengembangan wisata yang lebih baik kedepannya.

c. Museum Aceh

Museum Aceh merupakan sebuah museum etnografi dari suku bangsa-suku bangsa asli yang mendiami Aceh yang terletak di jalan Sultan Alaidin Mahmudsyah. Museum ini didirikan pada masa pemerintahan Hindia Belanda, yang pemakaiannya diresmikan oleh Gubernur Sipil dan Militer Aceh Jenderal H.N.A Swart pada tanggal 31 Juli 1915.

Saat ini Museum Aceh telah menjadi salah satu destinasi wisata yang ramai dikunjungi baik oleh wisatawan lokal/mancanegara. Banyak koleksi objek sejarah yang tersimpan dalam gedung ini. Gedung ini memiliki 4 lantai dengan anak tangga sekitar 8-10 (tidak terlalu tinggi). Setiap lantainya memiliki tema yang berbeda-beda. Yang paling menariknya lagi di museum ini terdapat lonceng besar bernama "*lonceng cakra donya*" hadiah dari China Grand Duke (Ming Kaisar pada abad ke-15) untuk Sultan Aceh yang disampaikan oleh seorang muslim China.

d. Rumah Cut Nya Dien

Rumah Cut Nyak Dien merupakan rumah panggung pemberian Belanda kepada Teuku Umar yang berlokasi di desa Lampisang Kecamatan Peukan Bada Kabupaten Aceh Besar. Bangunan ini berukuran 25 x 17 meter (Hayati, 2015). Banyak nilai-nilai sejarah yang ada pada rumah Cut Nya Dien, mengingat beliau adalah pejuang wanita yang berasal dari Aceh dalam melawan Belanda.

e. Rumoh Aceh

Rumoh Aceh merupakan salah satu bentuk keragaman budaya Aceh yang tergambarkan dalam bentuk rumah adat. Rumah Adat Aceh atau biasa disebut dengan *rumoh* Aceh secara anatonim biasanya memiliki tiga sampai lima ruangan, yang terdiri dari

seuramoe keue (serambi depan), *seuramoe teungoh* (serambi tengah), dan *seuramoe likot* (serambi belakang), serta bagian tambahan yaitu dapur (Meutia, 2015).

Rumah adat Aceh juga kaya akan nilai filosofis dan estetika. Hal tersebut terlihat dari berbagai ornament yang menghiasinya. Secara kasat mata, ornament pada setiap *rumoh Aceh* mungkin akan terlihat sama. Tapi jika ditelisik, ornament pada satu *rumoh Aceh* akan berbeda dengan ornament pada *rumoh Aceh* yang lain. Di sisi lain, nilai-nilai Islam juga melekat dan memberikan pengaruh cukup besar pada bentuk serta tata letak *rumoh Aceh*. Hal ini dapat dilihat pada *rumoh Aceh* yang dibangun menghadap ke timur dan sisi belakangnya menghadap ke barat. Ini dilakukan sebagai simbol orang yang menetap di rumah tersebut selalu menjalankan perintah agama.

Keunikan dari *rumoh Aceh* ternyata memiliki daya tarik bagi para pengunjungnya baik pengunjung lokal/mancanegara. Bahkan di setiap hari libur tempat ini tidak pernah sepi dari para pengunjung apalagi berdampingan dengan Museum Aceh. Di tingkat Aceh sendiri *rumoh* ini sering dijadikan sebagai situs sejarah bagi siswa/i sekolah yang wajib dikunjungi.

f. PLDT Apung

Pembangkit Listrik Tenaga Diesel (PLTD) Apung merupakan salah satu bukti bisu sejarah dahsyatnya gelombang tsunami yang menerpa pesisir utara Banda Aceh pada tanggal 26 Desember 2004 yang terletak di Desa Punge, Blancut, Banda Aceh. Sesuai dengan namanya, kapal ini merupakan sumber tenaga listrik bagi wilayah Ulee Lheu (Ardee, 2017). Ketika tsunami terjadi kapal ini terseret gelombang pasang setinggi 9 meter sehingga bergeser ke jantung kota Banda Aceh sejauh 5 kilometer. Kapal ini terhempas hingga ke tengah-tengah pemukiman warga tidak jauh dari Museum Tsunami.

Setelah area sekitar PLTD Apung dibeli oleh pemerintah dan ditata ulang sekarang objek wisata ini telah menjelma sebagai wahana wisata edukasi. Dan untuk mengenang korban jiwa yang jatuh akibat tsunami, dibangun monument peringatan. Pada monument ini tertera tanggal dan waktu kejadian dari musibah yang juga menimpa beberapa Negara selain Indonesia. Kemudian sekeliling monument juga dibangun dinding dengan relief menyerupai gelombang air bah.

PLTD Apung setelah menjelma sebagai objek wisata edukasi di kota Banda Aceh tidak pernah sepi dari pengunjung baik wisatawan lokal/mancanegara. Bahkan pada hari peringatan tsunami kawasan ini selalu dipadati oleh pengunjung untuk menyaksikan kedahsyatan gelombang dan keajaiban kuasa Allah SWT.

3. WISATA ADVENTURE, AGRO, DAN OLAHRAGA

Beragamnya objek wisata di Aceh telah memberikan kenikmatan tersendiri bagi para pengunjungnya termasuk wisata adventure. Wisata adventure merupakan sebuah perjalanan rekreasi ke tempat-tempat terpencil atau eksotis dengan tujuan untuk menjelajahi atau terlibat dengan berbagai kegiatan keras seperti Gua Sarang. Gua Sarang terletak di gampong Iboih yang berjarak kurang lebih 28 kilometer dari pusat kota Sabang. Gua yang menjadi tempat bersarangnya burung walet dan kalong ini memberikan keindahan bagi yang melihatnya, di tambah lagi dengan guratan dinding-dinding batu di kaki tebing sebuah perbukitan lebat (Liputan6, 2017).

Kemudian ada pantai Lange yang berada di kabupaten Aceh Besar. Pantai ini berjarak 20 kilometer dari pusat Kota Banda Aceh, sehingga dibutuhkan tenaga lebih untuk sampai ketempat tujuan. Tempat wisata yang satu ini masih terisolir, di tambah lagi harus lebih dulu mendaki bukit dengan kemiringan 45 derajat. Namun

kelebihan yang ditawarkan pantai ini tergantikan dengan berlikunya perjalanan yang ditempuh, karena di sini pengunjung bisa menyaksikan sebuah fenomena langka yaitu dua air mancur menyembur dari balik celah-celah bebatuan.

Selanjutnya Gunung Burni Telong berlokasi di Bener Meriah. Gunung ini memiliki ketinggian 2.624 mdpl yang mempunyai panorama alam yang tidak kalahnya dari gunung-gunung lain di Indonesia. Banyak pengunjung berdatangan ke lokasi ini untuk menikmati sunrise atau sunset lengkap dengan samudera awalnya. Di sini juga terdapat Bunga Edelweis yang menjadi kekhasan dari tempat ini. Terakhir ada Taman Nasional Gunung Leuser, Aceh Tenggara yang menawarkan keanekaragaman flora dan fauna seperti gajah Sumatera dan orang utan.

Kemudian juga ada pariwisata olahraga. Olahraga dan pariwisata merupakan dua disiplin ilmu yang dapat dipadukan sehingga memiliki kekuatan dan efek ganda bagi pertumbuhan ekonomi Aceh. Saat ini olahraga pariwisata mendapat perhatian besar baik dari pihak pemerintah, swasta, industry olahraga, industry pariwisata, akademisi maupun masyarakat luas. Bahkan pada tahun 2006 pemerintah telah mencanangkan sebagai tahun kebangkitan industry olahraga (termasuk di dalamnya olahraga pariwisata) sebagai bagian dari industry nasional sehingga industry olahraga merupakan salah satu penyumbang produk Domestik Bruto (PDB).

Begitu halnya dengan Takengon kabupaten Aceh Tengah, wilayah ini tidak hanya terkenal dengan kopi dan keindahan alamnya. Tapi juga terkenal dengan olahraganya, keunikan olahraga yang ada di wilayah ini berbeda dengan wilayah lain yang ada di Indonesia. Cabang olahraga yang banyak dilakukan dan digemari oleh para wisatawan baik lokal maupun mancanegara di sini dikarenakan letak geografis kota Takengon.

Aceh Tengah sendiri membagi olahraga pariwisata menjadi dua kelompok berdasarkan aktivitas fisik yaitu: aktivitas fisik di tempat wisata dan aktivitas fisik yang menyenangkan di tempat wisata. Adapun untuk aktivitas fisik di tempat wisata terdiri dari olahraga Pacuan Kuda. Olahraga ini sangat familiar di daerah ini, bahkan setiap tahunnya mereka mengadakan event untuk pergelaran olahraga tersebut dalam rangka peringatan hari kemerdekaan Indonesia. Selanjutnya ada olahraga balap sepeda, olahraga ini dilakukan menjelajahi alam yang memberikan kontribusi kepada kesehatan fisik dan kesegaran jasmani. Uniknya lokasi yang digelar berupa alam yang menantang berupa daerah perbukitan yang memiliki berbagai jalur-jalur yang dapat dirasakan oleh atlet dan masyarakat lainnya. Seperti adanya tikungan, tanjakan, turunan dll (Muhadi, 2018).

Kemudian ada olahraga aktivitas fisik yang menyenangkan di tempat wisata seperti Man Terjoh/Teram yaitu suatu aktivitas fisik yang menggunakan kaki guna untuk mendorong lawan sekuat-kuatnya. Permainan ini dilakukan oleh anak-anak usia 10-17 tahun. Ini juga olahraga warisan dari leluhur mereka (Muhadi, 2018).

4. WISATA RELIGI

a. Masjid Raya Baiturrahman

Masjid Raya Baiturrahman merupakan salah satu masjid yang termegah di Asia dengan arsitektur yang unik. Masjid ini dibangun oleh Johan Mahmudsyah, lalu dipugar oleh sultan Iskandar Muda. Pembangunan masjidnya ini tidak hanya diperuntukkan untuk ibadah, tetapi juga menjadi pusat pengkajian dan pengembangan Islam. Konon juga pernah berkembang menjadi pusat kajian Islam yang disegani. Bahkan menjelma menjadi perguruan tinggi terbesar di Asia Tenggara.

Dalam sejarah disebutkan bahwa masjid ini pernah berfungsi sebagai benteng pertahanan pasukan Aceh. Ini bermula dari musyawarah penting pada 22 Maret 1873 yang diprakarsai oleh sultan Alaudin Mahmudsyah, dimana hasil musyawarah tersebut menolak kehadiran bangsa belanda di bumi serambi Mekkah.

Keajaiban dari Masjid Raya Baiturrahman juga adalah kekokohan bangunan yang dihamtam oleh gelombang tsunami yang terjadi pada tanggal 26 Desember 2004 silam. Di saat bangunan-bangunan lain porak-poranda, masjid ini masih kuat berdiri yang hanya berjarak 160 kilometer dari pusat gempa berkekuatan 9 skala richter. Namun pasca tsunami bangunan masjid banyak mengalami renovasi, sehingga saat ini bangunan masjid tersebut makin menunjukkan pesona yang luar biasa dengan arsitektur yang hampir menyerupai Masjid Nabawi.

Keindahan Masjid Raya Baiturrahman ternyata telah menjadi salah satu destinasi wisata religi di Aceh. Ditambah lagi sejatinya masjid ini telah menjadi ikon dunia sejak ratusan tahun yang lalu. Sebuah kewajaran apabila setiap harinya masjid tersebut tidak pernah sepi dari pengunjungnya baik berasal dari dalam Aceh maupun luar Aceh. Beragam aktivitas dilakukan di masjid ini selain ibadah shalat seperti mengikuti zikir, perayaan event-event tertentu seperti musabaqah tilawatil qur'an, pernikahan dll.

Unsur-unsur religi yang terkandung didalamnya sudah dikemas oleh penggiat bisnis wisata dalam Amazing Ramadhan In Aceh yang merupakan salah satu paket wisata religi yang mengajak wisatawan untuk menikmati kegiatan religi seperti tarawih di Masjid Raya Baiturrahman, tadarus, dan berziarah ke makam korban tsunami. Sebagai daerah yang menerapkan syariah Islam, terus melakukan pembenahan diri dari industry pariwisata. Maka untuk menyambut wisatawan yang menikmati pesona wisata halal di Aceh, khususnya pesona Bulan Ramadhaan. Pemerintah Aceh melalui

Dinas Kebudayaan dan Pariwisata (Disbudpar) Aceh menyapa masyarakat dan wisatawan di awal Ramadhan 1440 Hijriyah dengan beragam kegiatan menarik dan islami dalam event wisata religi festival Ramadhan 2019 dalam bingkai *“Wonderful Ramadhan in Aceh”* yang diselenggarakan di area Taman Budaya, Banda Aceh (Disbudpar, 2019).

b. Masjid Agung Al-Makmur Lamriet

Masjid Agung Al-Makmur Lamriet merupakan salah satu masjid yang juga menawarkan keindahan yang tak kalahnya dengan masjid lain. Jadi tidak heran kalau Aceh sebagai Nanggroe Serambi Mekkah memiliki sejumlah masjid yang indah dan bahkan digelari dengan masjid ajaib karena selamat dari terjangkit bencana tsunami yang teramat dahsyat di penghujung 2004 silam. Salah satu masjid yang mengalami kerusakan parah akibat bencana tersebut adalah Masjid Agung Al-Makmur.

Masjid Agung Al-Makmur sudah dibangun pada tahun 1979 dengan nama Masjid Baitul Makmur dengan status sebagai Masjid Agung bagi kota Banda Aceh. Namun ketika gempa yang disusul tsunami menimpa Aceh masjid ini mengalami kerusakan yang parah. Sehingga pasca tsunami pemerintah Kesultanan Oman memberikan dana bantuan untuk membangun kembali masjid tersebut dengan arsitektur Timur Tengah.

Tahun 2008 masjid ini diresmikan dengan nama Masjid Agung Al-Makmur Sultan Kabus, yang diambil dari nama Sultan Qaboos, Sultan Oman. Dengan letak yang sangat strategis yaitu berada dipertigaan jalan Taman Ratu Sri Safiatuddin dan Muhammad Daud Beureuh, berseberangan dengan taman Ratu Sri Safiatuddin di kota Banda Aceh. Bila dilihat dari kejauhan tampak kemegahan masjid ini dengan aroma Timur Tengah yang sangat kental dan lengkap dengan kubah besar dan menara kembarnya.

Kelebihan lain dari Masjid Agung Al-Makmur yaitu dilengkapinya hotel di dalam perkarangan masjid dan juga fasilitas-fasilitas lain. Kelebihan ini menjadi daya tarik tersendiri bagi pengunjung baik pengunjung lokal/mancanegara. Bahkan masjid ini juga tidak pernah sepi dari pengunjung baik di waktu pagi maupun malam dengan berbagai aktivitas yang dilakukan di dalamnya. Seperti shalat, zikir, kajian, tadarrus dan sampai dengan acara pernikahan.

c. Masjid Haji Harun Keuchiek Leumiek

Selain Masjid Raya Baiturrahman dan Masjid Agung Al-Makmur yang menawarkan pesona keindahan bangunan masjid. Juga terdapat masjid lainnya yang tak kalah mempesona yang baru di resmikan pada Senin (28/2/2019) yaitu Masjid Haji Harun Keuchiek Leumiek. Masjid ini dibangun oleh keluarga Haji Harun Keuchiek yang berdiri megah di sisi sungai atau Krueng Aceh, di Gampong Lamseupeung, Kecamatan Lueng Bata. Bangunan masjid ini relief dan gayanya perpaduan antara gaya Timur Tengah, bangsa Moor dengan Masjid Cordova serta sentuhan gaya Masjid Nabawi yang telah menarik perhatian warga Banda Aceh dan di sekitarnya akan kemegahan masjid tersebut yang mampu menampung 1000 jamaah (Fitri, 2018).

Pesona lain dari Masjid Harun Keuchiek Leumiek yaitu pada malam hari cahaya keindahan masjid ini bisa terlihat jelas dari arah jembatan Beurawe-Simpang Surabaya. Juga pantulan sinar lampu banyangan bangunan masjid yang terlihat samar-samar di aliran air sungai yang membelah kota Banda Aceh.

Berdirinya Masjid Haji Harun Keuchiek Leumiek tidak hanya diperuntukkan sebagai tempat ibadah tetapi juga menjadi tempat edukasi dan silaturahmi bagi masyarakat. Dan yang tak kalah pentingnya kehadiran masjid nya dapat mendukung pengembangan wisata religi di Banda Aceh. Apalagi saat ini wilayah Aceh telah

dinobatkan sebagai destinasi wisata halal terpopuler di Indonesia. Jadi tak heran meskipun baru berdiri, tetapi pengunjung selalu ramai untuk datang ke masjid ini dengan berbagai aktivitasnya.

d. Masjid Baiturrahim

Masjid Baiturrahim merupakan masjid Kesultanan Aceh. Masjid ini didirikan sekitar abad ke-17 dengan sebutan Masjid Jami' Ulee Lheue. Saat masjid Baiturrahman dibakar oleh pasukan Belanda pada tahun 1873, warga Banda Aceh berbondong-bondong melaksanakan shalat Jum'at di masjid ini. Diperkirakan mulai saat itulah baiturrahim menjadi nama masjid ini. Pada tanggal 26 Desember 2004, gelombang raksasa setinggi 21 meter menghantam pesisir utara Banda Aceh. Kawasan Ulee Lheue yang berada di tepi laut menjadi salah satu wilayah yang paling parah terkena dampaknya, namun masjid ini tetap kokoh berdiri di tengah hamparan puing bangunan sekitarnya yang telah hancur. Hanya sebagian kecil bagian bangunan yang mengalami kerusakan akibat bencana tersebut (Fitri, 2015).

Pasca tsunami, masjid ini menarik perhatian banyak pihak dari berbagai belahan dunia. Sebagai salah satu rumah ibadah yang selamat dari bencana, keberadaan masjid ini menjadi daya Tarik wisata bernuansa religi selain Masjid Agung Baiturrahman dan Masjid Rahmatullah Lampuuk. Banyak pengunjung masjid ini tidak hanya sekadar mengabadikan situs bersejarah yang selamat dari berbagai bencana ini. Mereka biasanya menyempatkan diri untuk melakukan shalat di masjid ini.

e. Makam Syiah Kuala

Makam Syiah Kuala merupakan salah satu makam ulama Aceh yang bernama Syeikh Abdurrauf bin Ali Alfansuri atau yang dikenal dengan nama Teuku Syiah Kuala. Makam ini sendiri terletak di jalan Syiah Kuala yang tidak jauh dari bibir pantai. Pasca gempa dan tsunami yang melanda Aceh 26 Desember 2004 silam, makam

ini menjadi saksi bisu dari bencana tersebut. Di mana makam ini masih tetap utuh. Bahkan setiap harinya, makam ini selalu dipadati oleh pengunjung. Tak hanya dari berbagai pengunjung lokal, tapi juga ramai dari mancanegara seperti Malaysia, Brunei Darussalam dan Arab (Kompas.com).

Adapun kunjungan wisatawan ke makam didasari oleh ketakjuban dan kuasa Allah swt pada makam ulama tersebut yang tidak rusak saat bencana gempa dan tsunami yang menimpa Aceh. Di tambah lagi pasca renovasi makam, dapat menarik minat pengunjung yang semakin ramai kerkunjung setiap harinya. Terutama pada hari Senin dan Kamis, banyak penziarah tidak hanya sekedar melakukan kunjungan, melainkan disertai dengan hajatan lain seperti aqiqah (turun tanah). Bahkan di malam harinya aktivitas penziarah sering diisi zikir dan doa bersama oleh berbagai komunitas muslim.

5. WISATA KULINER

Beragamnya destinasi wisata Aceh juga merambah pada bidang kuliner. Kuliner Aceh adalah salah satu kuliner Indonesia yang terenak dan punya cita rasa yang sangat khas. Bumbu-bumbu rempahnya begitu kuat dan beragam. Sehingga membuat penikmatnya ketagihan dan tak pernah lupa dengan aroma sekaligus rasanya. Aneka wisata kuliner yang banyak digandrungi oleh wisatawan baik lokal maupun asing seperti *Kuah Beulangong*, Rujak Samalanga, Sate Matang, Ayam Tangkap, dan Mie Aceh (KSM, 2018). Adapun kekhasan dari Makanan Aceh yaitu karena perpaduan berbagai kebudayaan seperti Arab, India, Siam, Spanyol, China hingga Belanda. Namun yang paling banyak mempengaruhi adalah masakan Arab dan India yang menggunakan banyak bumbu dan rempah-rempah.

Kuah Beulangong salah satu masakan yang sering dijadikan sebagai menu utama dalam hajatan adat atau pesta perkawinan. Untuk melestasikan kuliner warisan moyang, Dinas Budaya dan Pariwisata Aceh kerap menggelar acara untuk memperkenalkan tradisi kuliner tersebut. Seperti acara lomba masak *kuah beulangong* yang diselenggarakan kota Sabang 31 Maret 2019. Acara ini diselenggarakan sebagai salah satu rangkaian dalam rangka menyemarakkan festival khanduri laot 2019 yang diselenggarakan oleh Pemerintah Kota Sabang. Acara ini juga disesaki oleh warga, wisatawan lokal hingga wisatawan asing. Untuk melihat proses dan hasil dari cita rasa kuliner tersebut (Setyadi, 2019).

Adapun kegiatan lomba masak *kuah beulangong* diselenggarakan untuk mempopulerkan masakan tradisional Aceh, sebagai upaya dalam melestarikan masakan tradisional Aceh serta memperkenalkan kepada wisatawan lokal yang berkunjung ke Sabang. Dengan adanya event seperti diharapkan bisa berdampak positif bagi pertumbuhan ekonomi masyarakat setempat.

Kemudian ada Rujak Samalanga, rujak ini terdapat di Samalanga. Daerah ini tidak hanya terkenal sebagai kota santri tapi juga memiliki tempat wisata kuliner yang lezat bagi penikmatnya. Keunikan dari kuliner ini adalah di atas tempat ulekan yang besar terbuat dari batu yang bisa menampung 50 porsi rujak, ada juga ulekan yang digunakan biasanya yang terbuat dari kayu jati.

Selanjutnya ada Sate Matang yang terdapat di kota Matang Geulumpang Dua, Kabupaten Bireun. Konon di tempat inilah sate matang pertama kali diperkenalkan oleh penjualnya. Tempat wisata kuliner ini kemudian mulai populer dan dikenal oleh masyarakat luas sejak tahun 90an. Hingga saat ini kuliner ini semakin terkenal dan mulai menyebar luas tidak hanya di Aceh tetapi juga di beberapa kota besar yang ada di Indoensia.

Di samping itu juga ada Ayam Tangkap, kuliner ini bisa di jumpai di beberapa rumah makan yang ada di Banda Aceh dan Aceh Besar seperti RM Ayam Tangkap Cut Dek, RM Aceh Spesifik dll. Yang terakhir ada Mie Aceh, yang merupakan salah satu kuliner yang banyak dicintai oleh penikmatnya baik lokal maupun asing. Kecintaan ini karena rasa mie yang gurih dan tekstur yang tebal merupakan ciri khas tersendiri dari kuliner tersebut.

2. Kondisi Eksisteting Pariwisata Halal Dengan Dukungan Fasilitas Dan Aksesibilitas

a. Daya Tarik Objek Wisata

Daya Tarik wisata merupakan segala sesuatu yang dapat menarik minat wisatawan untuk berkunjung. Berdasarkan Undang-undang Republik Indonesia No. 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan, disebutkan bahwa 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.

Aceh memiliki daya tarik objek wisata yang beragam, mulai dari wisata bahari, wisata budaya, wisata religi, wisata edventure, wisata olahraga dan lainnya yang tersebar di seluruh kabupaten/kota. Keberagaman objek wisata tersebut memiliki keunikan dan daya tarik tersendiri bagi wisatawan nusantara dan mancanegara sehingga objek wisata yang ada tidak pernah sepi dari pengunjung baik pengunjung lokal maupun asing.

Adapun keunikan daya tarik objek wisata yang ada dipengaruhi oleh beberapa faktor seperti letak geografis, panaroma alam, arsitektur, cita rasa, kebudayaan dan adat-istiadat. Seperti pada wisata bahari baik alami maupun buatan, wisata ini memiliki daya tarik yang luar biasa bagi wisatawan akan keindahan panorama alam dan kejernihan air laut serta pemandangan yang indah seperti Pantai

Cermin, Pantai Lhok Nga, Pantai Lampuuk, Pantai Ujong Batee, Pantai Gapang, Pantai Iboih, Pulau Rubia, Danau Laut Tawar, Air Terjun Tingkat Tujuh, Pulau Banyak, Pantai Lhok Mee dll. Hal ini dapat dilihat pada gambar di bawah ini:



Gambar 4.1
Letak Geografis Aceh



Gambar 4.2
Keberagaman Wisata

Begitu halnya dengan daya Tarik wisata budaya, wisata ini juga memiliki makna yang sangat filosofis mulai dari arsitektur, adat-istiadat, seni, dan sejarahnya seperti Meuseum Tsunami yang sudah mendunia, Monumen Kapal Apung, Meuseum Aceh, Gunongan, Kerkhoff, Monumen Pasee dll. Hal senada juga terdapat pada wisata religi, wisata ini menawarkan daya tarik tersendiri bagi pengunjungnya akan keindahan dan arsitektur serta sejarah yang dikandungnya.

Selanjutnya wisata adventure, agro dan olahraga. Daya Tarik jenis wisata ini berbeda dengan yang ada di wilayah lain seperti pertulangan ke Gunung Burni Telong dan Taman Nasional Gunung Leuser yang menawarkan panorama alam yang begitu mempesona. Begitu juga dengan wisata olahraga seperti Pacuan Kuda di Aceh Tengah yang memiliki keunikan karena letak geografisnya.

Terakhir ada wisata kuliner yang juga menjadi daya tarik bagi penikmatnya karena kaya akan cita rasa yang ada seperti Mie Aceh, Sate Matang, *Kuah Beulangong* dll. Keunikan yang ada dalam beragam objek wisata merupakan sebuah kelebihan yang harus dipertahankan dan dilestarikan oleh Aceh dalam rangka pengembangan dan peningkatan sektor pariwisata.

b. Aksesibilitas

Aksesibilitas (atau keteraksesan, ketercapaian) adalah derajat kemudahan dicapai oleh orang, terhadap suatu objek, pelayanan ataupun lingkungan. Dalam pengertian yang lain bahwa aksesibilitas merupakan ukuran kemudahan lokasi untuk dijangkau dari lokasi lainnya melalui sistem transportasi. Ukuran keterjangkauan atau aksesibilitas meliputi kemudahan waktu, biaya, dan usaha dalam melakukan perpindahan antar tempat-tempat atau kawasan.

Adapun untuk objek wisata Aceh sendiri, aksesibilitas apabila di lihat secara keseluruhan pada objek wisata yang ada masih

mengalami kendala. Walaupun ada beberapa objek wisata yang memiliki akses yang memadai seperti pada objek wisata religi, wisata budaya, wisata kuliner dll. Hal ini timbul karena belum optimalnya pembangunan dan pengembangan kawasan objek wisata di setiap kabupaten/kota.

Oleh karenanya, sebagai daerah yang memiliki potensi pengembangan industry pariwisata perlu perbaikan aksesibilitas darat laut, udara dan peningkatan aksesibilitas dengan membuka dan menambah beberapa rute penerbangan, pelayaran dan membenahi jalur darat seperti prasarana transportasi jalan untuk lintas barat, tengah dan timur Aceh. Serta perlunya dilakukan penataan amanitas di beberapa objek wisata. Hal ini perlu dilakukan agar akses pengunjung ke objek wisata mudah dan juga dapat meningkatkan daya tarik bagi penikmat wisata halal di daerah ini.

c. Kondisi Lingkungan Sosial Ekonomi

Aceh sebagai daerah yang memiliki kekayaan dan keberagaman budaya yang bersifat unik dan menarik yang tersebar hampir di seluruh wilayahnya, perlu terus melakukan pengembangan kearah yang mendukung kunjungan wisatawan, terutama wisatawan nusantara dan mancanegara tanpa meninggalkan atau menciptakan benturan dengan nilai-nilai budaya Aceh yang religius. Keberagaman objek wisata yang ada di Aceh tidak hanya membawa kenikmatan bagi pecintanya, namun juga berdampak pada kondisi lingkungan sosio ekonomi.

Untuk kondisi lingkungan sosio ekonomi di harapkan dengan terjadinya peningkatan jumlah wisatawan ke Aceh tidak hanya berdampak bagi pemerintah semata, tapi juga memberikan dampak yang lebih bagi masyarakat pelaku bisnis. Sehingga pertumbuhan ekonomi masyarakat dapat meningkat dan membawa kesejahteraan bagi warga Aceh.

Namun, kondisi saat ini menunjukkan bahwa masih rendahnya pemahaman masyarakat terhadap sektor pariwisata. Sehingga partisipasi masyarakat dalam meningkatkan ekonomi masih minin, padahal peluang industry pariwisata dalam peningkatan ekonomi masyarakat sangat besar. Hal ini perlu ditinjau ulang oleh masyarakat karena sektor pariwisata merupakan sektor yang sangat menjanjikan dan menjadi penyumbang Produk Domestik Bruto, penyumbang devisa terbesar keempat dan menyediakan lapangan kerja alternative.

d. Akomodasi

Akomodasi dalam pariwisata merupakan segala sesuatu yang disediakan untuk memenuhi kebutuhan seseorang ketika berwisata, baik itu berupa tempat dimana seorang wisatawan bisa menginap, beristirahat, makan, minum mandi dll (KBBI, 2019). Berdasarkan SK Menteri Pariwisata No. 37/PW.304/MPT/86, mendefinisikan akomodasi sebagai suatu tempat penginapan (hotel, bungalow, losmen dll) yang dilengkapi pelayanan lainnya seperti layanan makan dan minum. Namun, yang menjadi kebutuhan konsumen muslim terhadap wisata halal berupa kemudahan untuk beribadah, mendapatkan makanan halal, mendapatkan nilai tambah dari perjalanan, serta terjaganya dari kemaksitan dan kemungkaran.

Adapun ditinjau dari akomodasi sudah memadai karena sudah memiliki beragam pilihan baik berupa hotel, wisma, gues house, bungalow dll di kawasan Banda Aceh, Sabang, Aceh Tengah dll. Untuk kawasan Selatan sendiri belum memadai seperti di daerah Aceh Jaya, keindahan panorama alam yang dimiliki tidak ada bandingannya. Akan tetapi tidak didukung oleh akomodasi. Sehingga mengurangi minat pengunjung yang datang ke kawasan tersebut. Begitu halnya dengan rumah makan yang mudah dijangkau oleh wisatawan dari tempat objek wisata. Namun, persoalannya dari

beberapa akomodasi yang ada belum menunjukkan label kehalalannya. Oleh karena itu, dalam hal akomodasi perlu dukungan pemerintah dalam penerapan wisata halal di Aceh untuk mewajibkan pemilik rumah makan dan penginapan untuk mengeluarkan sertifikat dan *brand* halal. Sertifikat dan *brand* halal merupakan suatu upaya yang perlu diperhatikan untuk menjamin standar halal pada produk dan jasa yang ditawarkan dalam bingkai pengembangan industry pariwisata halal di Aceh.

e. Sarana dan Prasarana Penunjang

Selain akomodasi, peran transportasi juga sangat penting dalam industry pariwisata halal di Aceh. Oleh karenanya penyedia jasa transportasi wajib memberikan kemudahan bagi wisatawan muslim dalam pelaksanaan ibadah selama perjalanan. Adapun kemudahan ini bisa berupa penyediaan tempat sholat di dalam pesawat, pemberitahuan berupa pengumuman maupun adzan jika telah memasuki waktu shalat serta makanan dan minuman yang tidak mengandung alkohol dan adanya hiburan islami selama perjalanan.

Begitu halnya dengan tempat ibadah, banyak objek-objek wisata yang ada belum di dukung oleh prasarana ini. Sehingga ketika masuknya waktu-waktu shalat, banyak dari wisatawan yang lalai akan kewajibannya. Mayoritasnya ini di dapati pada objek wisata bahari dan budaya. Bahkan ada yang disediakan oleh pengelolanya, namun tidak memadai seperti tidak adanya atribut shalat (mukena, sarung dll).

Maka untuk meningkatkan kunjungan wisatawan baik nusantara maupun mancanegara dapat dilakukan dengan pembinaan kepada masyarakat di sekitar objek wisata adanya penyediaan sarana dan prasarana kepariwisataan, menyediakan akses ke objek wisata, sehingga nantinya dapat menjadi peluang yang sebesar-besarnya

bagi investor untuk melakukan kegiatan investasi di Aceh dengan mempermudah pelayanan dan meringankan beban pajak bagi investor yang berminat.

f. Ketersediaan Air Bersih

Air merupakan sumber daya alam dinamik yang memberikan manfaat untuk mewujudkan kesejahteraan bagi seluruh makhluk ciptaan Allah swt, sehingga memberikan dampak yang relative rumit dan khusus dalam upaya pengelolaan dan pemanfaatannya. Begitu halnya dengan ketersediaan air bersih pada setiap daerah yang ada di Aceh, baik untuk masyarakat setempat itu sendiri maupun wisatawan yang berkunjung ke Aceh. Apalagi Aceh telah ditetapkan beberapa daerahnya sebagai objek destinasi wisata.

Adapun terkait dengan ketersediaan air bersih terhadap industry pariwisata di Aceh masih menjadi kendala terutama pada objek wisata bahari. Seperti objek wisata yang ada di Kepulauan Banyak khususnya Pulau Panjang, Aceh Singkil. Padahal objek wisata ini sangat berpotensi, karena setiap bulan mencapai ratusan pengunjung baik lokal maupun asing yang berkunjung. Oleh karenanya, pemerintah Aceh perlu mengadakan dan memfasilitasi ketersediaan air bersih di daerah ini mengingat Kepulauan Banyak telah ditetapkan sebagai destinasi wisata unggulan Aceh (Putra, 2017).

Kemudian Takengon, untuk wilayah ini sendiri kebutuhan air bersih dengan ketersediaan air bersih tidak seimbang bagi masyarakat setempat (Muhadi, 2018). Bahkan disejumlah tempat wisata di daerah ini masih minim fasilitas umum baik itu ketersediaan air bersih, tempat ibadah bahkan MCK. Maka oleh karenanya, untuk objek wisata sendiri masih membutuhkan perhatian pemerintah baik daerah maupun pusat. Begitu halnya dengan objek wisata yang ada di Pulau Weh yang juga mengalami hal yang sama (Ariansyah, 2018). Ketika keindahan laut dan

pergunungan yang menjadi pesona wisatawan ke daerah ini, ternyata harus menjadi tantangan dari ketersediaan air bersihnya.

g. Keamanan

Aceh belum memiliki standar keamanan oleh pengelola objek wisata. Hal ini bisa di lihat dari beberapa objek wisata dengan peningkatan jumlah pengunjung yang begitu drastis pada moment-moment tertentu. Salah satunya pada objek wisata bahari baik alami maupun buatan, peningkatan pengunjung di satu sisi menggairahkan ekonomi lokal. Namun di sisi lain, merugikan pihak pengunjung seperti menjual tiket masuk secara jor-joran karena pengelola tempat wisata tidak memperhatikan jumlah pengunjung dengan kapasitas maksimal tempat wisata, sehingga terjadinya over kapasitas. Ditambah lagi ketidakpuasan yang dirasakan pengunjung dalam menikmati wahana wisata, dan yang sangat dikhawatirkan lagi adalah munculnya kecelakaan di tempat wisata seperti arena bermain yang patah. Untuk itu perlu bagi pengelola wisata untuk meningkatkan pengawasan yang lebih intensif guna menjamin keamanan dan keselamatan tempat wisata.

h. Kenyamanan

Aceh sebagai daerah yang memiliki potensi dan prospek yang cukup besar bagi industry pariwisata halal tidak hanya berkaitan dengan produk halal seperti makanan dan minuman saja, tetapi juga harus bisa memberikan pelayanan yang halal bagi wisatawan terutama yang berhubungan dengan interaksi antara wisatawan laki-laki dan perempuan. Hal ini perlu di lakukan karena Aceh sebagai daerah penerapan syariat Islam harus mampu mewujudkan dan mengimplementasikan nilai-nilai Islam dalam berbagai kegiatan bisnis termasuk pariwisata.

Namun, untuk kondisi Aceh saat ini ditinjau dari segi kenyamanan masih kurang. Hal ini terlihat pada beberapa objek wisata yang ada. Mulai dari tempat ibadah yang kurang memadai, kurang terjaganya kebersihan toilet dan tempat ibadah, tidak adanya pencantuman daftar harga (*price list*) dari harga makanan dan minuman yang dijual dan masih banyak pengunjung wisata dilakukan oleh pasangan-pasangan muda secara berdua-duan (bukan mahram). Sebagai daerah yang kental dengan nilai-nilai Islam sudah sepatutnya diberdayakan berbagai potensi objek wisata yang ada dengan memelihara nilai-nilai budaya lokal.

3. Potensi Wisata di Aceh dilihat dari Statistik Wisatawan Nusantara dan Wisatawan Mancanegara.

Beragamnya potensi wisata di Aceh yang tersebar di beberapa daerah secara keseluruhan memiliki nilai tambah dan nilai jual secara ekonomi. Di tambah lagi dengan keunikan dan daya tarik tersendiri bagi wisatawan nusantara dan mancanegara, sehingga menjadi potensi pengembangan pariwisata Aceh masa depan serta peluang investasi bagi investor dalam melakukan kerjasama investasi di sektor industri pariwisata halal.

Kontribusi sektor pariwisata terhadap pertumbuhan ekonomi melibatkan semua elemen mulai dari pemerintah sebagai pengambil kebijakan, pengunjung baik wisatawan nusantara maupun wisatawan asing serta pelaku usaha/bisnis seperti hotel, travel, rumah makan, pengusaha souvenir, spa dll. Namun yang diharapkan dari sektor pariwisata ini adalah bagaimana konsep dan manajemen pengelolaan sektor pariwisata berdasarkan potensi yang dimiliki daerah tersebut, sehingga nantinya akan berdampak pada minat kunjungan wisatawan. Jumlah kunjungan wisatawan merupakan salah satu faktor pendukung pariwisata terutama dalam peningkatan

ekonomi daerah setempat. Untuk data pergerakan kunjungan dapat di lihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 4.3
Rekapitulasi Data Pergerakan Kunjungan

Tahun	Wisatawan Mancanegara	Wisatawan Nusantara
2015	54,588.00	1,662,528.00
2016	76,452.00	2,077,797.00
2017	75,758.00	2,288,625.00
2018	106,281.00	2,381,968.00

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten/Kota

Tabel 4.3 di atas menunjukkan bahwa jumlah kunjungan wisatawan baik lokal maupun mancanegara dalam kurun waktu empat tahun terakhir (2015-2018) menunjukkan trend positif setiap tahunnya. Sehingga peningkatan jumlah kunjungan ini juga berdampak pada pertumbuhan ekonomi Aceh. Diprediksikan trend kunjungan wisatawan nusantara dan mancanegara ke Aceh akan terus mengalami peningkatan seiring dengan perkembangan industri pariwisata Aceh. Peningkatan kunjungan wisatawan terutama pada tahun 2018 di Aceh dikarenakan semakin membaiknya *branding* wisata Aceh dimata wisatawan, semakin ragamnya paket wisata yang sesuai dengan keunikan daerah, dan semakin tingginya minat masyarakat untuk terlibat dalam industry pariwisata serta atraksi wisata yang digelar hampir di seluruh Aceh juga meningkat.

Peningkatan jumlah wisatawan di Aceh juga diikuti oleh nasional. Secara nasional berdasarkan data statistic *Passenger Exit Survey* (PES), perkembangan jumlah kunjungan wisatawan pada tahun 2018 juga menunjukkan pertumbuhan yang cukup tinggi terutama wisatawan mancanegara sebesar 17 juta dan wisatawan nusantara sebesar 275 juta. Hal ini disebabkan dengan 100 (seratus)

destinasi digital yang tersebar di 34 (tiga puluh empat) provinsi di Indonesia dengan menyuguhkan strategi wisata baru bernama *namdic tourism* atau lebih dikenal dengan wisata embara. Wisata ini timbul sebagai solusi untuk mengatasi keterbatasan unsur 3A: atraksi, amenities dan aksesibilitas (Kemenpar RI, 2019).

Ditinjau dari pertumbuhan ekonomi berdasarkan data BPS Aceh tahun 2015, sektor pariwisata telah memberikan kontribusi sebesar 4,33 persen kepada PDRB Aceh atau sebesar Rp5,6 triliun. Nilai ini terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Meski demikian, sektor pariwisata masih berada pada urutan ke 8 sebagai pemberi kontribusi bagi PDRB Aceh (BPS Aceh, 2016).

Sedangkan secara nasional berdasarkan data BPS terkait dengan pengeluaran wisatawan domestik menurut jenis produk, diketahui bahwa total pengeluaran wisatawan domestik (wisnus) adalah 224,69 triliun rupiah. Dengan proporsi terbesar pada angkutan domestik (37%), restoran dan sejenisnya (22%), produk industri non makan (15%) dan hotel/akomodasi (10%) (LPEM FEB UI, 2016).

World travel and tourism council dengan menggunakan metodologi 2008 TSA-RMF (*Tourism Satellite Account: Recommended Methodological Framework*), melakukan estimasi dampak pariwisata terhadap perekonomian Indonesia yang menunjukkan bahwa kontribusi langsung sektor pariwisata terhadap PDRB pada tahun 2017 adalah Rp259.583 miliar (1,9% dari PDB). Hal ini diukur dari kegiatan ekonomi yang dihasilkan oleh industri pariwisata seperti hotel, agen perjalanan, maskapai penerbangan dan transportasi penumpang lainnya, termasuk dampak yang lebih luas dari investasi, rantai pasokan dan dampak pendapatan) sebesar 5,8% dari PDB. Dari beberapa uraian di atas menunjukkan bahwa hingga saat ini belum diketahui secara valid dan reliable berapa kontribusi sektor pariwisata dalam perekonomian. Buku Saku Kementerian Pariwisata

tahun 2016 menyatakan bahwa kontribusi sektor pariwisata terhadap PDB adalah 9%. Sementara BPS dalam kajiannya menunjukkan bahwa kontribusi pariwisata terhadap PDB hanya sebesar 4%. Lebih lanjut *World Travel and Tourism Council* (WTTC) mengestimasi bahwa kontribusi sektor pariwisata Indonesia mencapai 5,8% dari PDB (LPEM FEB UI, 2016).

Kontribusi ekonomi dalam sektor pariwisata salah satu indikator penting juga bisa dilihat dari Tingkat Penghunian Kamar (TPK) yang merupakan salah satu indikator untuk melihat perkembangan kunjungan wisatawan ke suatu daerah. TPK hotel bintang pada tahun 2015 sebesar 50,49 persen dan 2016 di Provinsi Aceh secara keseluruhan mencapai 46,08 persen. Ini berarti bahwa rata-rata dari seluruh kamar yang dipakai setiap malam pada hotel berbintang di Provinsi Aceh pada tahun 2016 mengalami penurunan sebesar 4,41 point dari tahun sebelumnya (Katalog BPS, 2017).

Selanjutnya pergerakan jumlah wisatawan baik lokal maupun mancanegara juga bisa dilihat dari jumlah kunjungan dan Negara. Artinya jumlah wisatawan yang berkunjung berdampak pada semua sektor ekonomi Aceh. Terutama transportasi yang menjadi salah satu rute dan akses bagi wisatawan. Dari beberapa Negara yang berkunjung ke Aceh melalui Bandara Sultan Iskandar Muda didapati Malaysia sebagai Negara terbanyak melakukan kunjungan ke Aceh (Kantor Imigrasi Banda Aceh, 2018). Data tersebut dapat dilihat pada tabel di bawah ini.

Tabel 4.4
Rekapitulasi Wisatawan Mancanegara Melalui Bandara Sultan Iskandar Muda Tahun 2015

No. Negara	Jumlah Kunjungan	Orang
1. Malaysia	21,046	Orang
2. China	580	Orang
3. USA	480	Orang
4. Singapura	425	Orang

5. Australia	415	Orang
6. Jerman	403	Orang
7. Perancis	379	Orang
8. United Kingdom	373	Orang
9. Thailand	241	Orang
10. Filipina	223	Orang
11. DII (80 Negara)	2,651	Orang
Total	27,216	Orang

Sumber: Kantor Imigrasi Banda Aceh, 2018.

Tabel 4.5
Rekapitulasi Wisatawan Mancanegara Melalui Bandara Sultan Iskandar Muda Tahun 2016

No. Negara	Jumlah Kunjungan	Orang
1. Malaysia	30,030	Orang
2. China	546	Orang
3. Jerman	472	Orang
4. USA	469	Orang
5. Singapura	443	Orang
6. Australia	429	Orang
7. Perancis	363	Orang
8. United Kingdom	334	Orang
9. Thailand	304	Orang
10. Jepang	302	Orang
11. DII (85 Negara)	197	Orang
Total	35,883	Orang

Sumber: Kantor Imigrasi Banda Aceh, 2018.

Tabel 4.6
Rekapitulasi Wisatawan Mancanegara Melalui Bandara Sultan Iskandar Muda Tahun 2017

No. Negara	Jumlah Kunjungan	Orang
1. Malaysia	24,748	Orang
2. China	760	Orang
3. Jerman	376	Orang
4. Perancis	360	Orang
5. Australia	352	Orang
6. United Kingdom	334	Orang

7. USA	301	Orang
8. Singapura	229	Orang
9. Filipina	271	Orang
10. Thailand	267	Orang
11. Dll (85 Negara)	2,312	Orang
Total	30,380	Orang

Sumber: Kantor Imigrasi Banda Aceh, 2018.

Tabel 4.7
Rekapitulasi Wisatawan Mancanegara Melalui Bandara
Sultan Iskandar Muda Tahun 2018

No. Negara	Jumlah Kunjungan	Orang
1. Malaysia	1,690.000	Orang
2. Inggris	1,811.000	Orang
3. Tiongkok	71	Orang
4. Amerika Serikat	182	Orang
5. Jepang	31	Orang
6. Australia	84	Orang
7. Prancis	23	Orang
8. Jerman	45	Orang
9. Asean	1,033.000	Orang
10. Timur Tengah	367	Orang
Total	4,534,803	Orang

Sumber: Kantor Imigrasi Banda Aceh, 2019.

Berdasarkan tabel di atas, tahun 2015-2018 menunjukkan bahwa jumlah wisatawan mancanegara yang paling banyak melakukan kunjungan ke Aceh melalui Bandara Sultan Iskandar Muda berasal dari Negara Malaysia. Tahun 2015 jumlah kunjungan 21,046 kemudian tahun 2016 sebanyak 30,030 selanjutnya tahun 2017 sebesar 24,748 jumlah kunjungan dan tahun 2018 sebesar 1,690.000 jumlah kunjungan. Kemudian diikuti oleh gabungan beberapa Negara lain. Hal ini menunjukkan bahwa Negara Malaysia mendominasi dibandingkan Negara lain melakukan kunjungan ke Aceh. Adapun kegiatan yang dilakukan adalah wisata religi dan belanja (wawancara dengan Imam Travel, 2019). Artinya peningkatan jumlah kunjungan dan kegiatan yang dilakukan wisatawan asing

berdampak pada sektor ekonomi masyarakat. Hal senada juga dibenarkan oleh pedagang mukena di Pasar Aceh, bahwa Malaysia merupakan salah satu Negara yang paling banyak melakukan transaksi jual beli perlengkapan shalat dan tentunya ini berdampak pada peningkatan omset penjualannya. Semenjak 2016-2019 beberapa wisatawan Malaysia menjalin relasi dengannya untuk menjadi pelanggan tetap dan distributor kepada mereka (wawancara dengan Adi pedagang mukena, 2019).

Data kementerian pariwisata dan BPS tahun 2017 juga menunjukkan, sektor pariwisata Aceh bernilai sekitar Rp10,87 triliun atau setara dengan 8,97% dari total perekonomian Aceh (Disbudpar, 2018). Ini mengindikasikan bahwa sektor pariwisata memiliki peran yang sangat penting untuk Aceh. Data statistik potensi wisata di Aceh juga terjadi peningkatan. Hal ini dapat dilihat dari data yang tercatat oleh BPS Aceh. Bahkan sejak Januari-Maret 2018 jumlah wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Aceh meningkat sekitar 14,65 persen dengan total 9.808 orang (Disbudpar, 2018). Meningkatnya wisatawan tidak terlepas dari objek wisata dan event-event yang diselenggarakan di Aceh. Seperti event Sail Sabang tahun 2017 yang lalu. Di tahun yang sama juga tercatat secara kumulatif bahwa turis asing yang masuk melalui pintu kedatangan di Provinsi Aceh mulai Januari-Maret sebesar 8.555 orang, sedangkan periode yang sama di tahun 2018 berjumlah 9.808 jiwa (Disbudpar, 2018).

Pada tahun 2017 pengunjung ke Aceh sebanyak 2,3 juta orang terdiri dari 2,2 juta wisatawan nusantara dan 75 ribu wisatawan mancanegara. Angka ini ternyata meningkat di tahun 2018 dimana jumlah kunjungan wisatawan ke Aceh mencapai 2,5 orang yang terdiri dari 2,4 juta wisatawan nusantara dan 106 wisatawan mancanegara. Sementara untuk tahun 2019 diperkirakan akan mengalami kenaikan lagi (Disbudpar, 2018).

Berdasarkan pencapaian dari angka kunjungan yang berhasil dicatat oleh BPS dan Dinas Pariwisata Aceh menunjukkan bahwa Aceh memiliki potensi yang besar dalam mengembangkan wisata halal sehingga nantinya juga berdampak terhadap perekonomian dan sektor lainnya dalam pengembangan sektor pariwisata. Adapun objek wisata yang banyak dikunjungi yaitu tempat-tempat objek wisata alam seperti pantai hingga Museum Tsunami. Sedangkan wisatawan mancanegara yang berkunjung berasal dari Malaysia, Amerika Serikat, Tiongkok, dan Australia. Dari beberapa Negara yang melakukan kunjungan Malaysia masih mendominasi dibandingkan Negara lain. Tingkat kunjungan Malaysia untuk berlibur selama beberapa hari di Aceh dalam tiga bulan terakhir di tahun 2018 tercatat 7.668 orang. Angka ini menunjukkan trend positif juga bila dibandingkan dengan tahun sebelumnya tahun 2015-2017 (Disbudpar, 2018).

Dari beberapa objek wisata yang ada di Aceh yang paling ramai dikunjungi adalah objek wisata kawasan Sabang. Berdasarkan data yang dikeluarkan oleh Dinas Pariwisata kota Sabang menunjukkan bahwa kota ini mengalami peningkatan jumlah wisatawan. Seperti pada tahun 2015 sebanyak 700.00 wisatawan dan 2016 sebanyak 734.961 serta 2017 sebanyak 739.256. Adapun untuk wisatawan mancanegara yang berlibur ke Sabang pada tahun 2015 sebanyak 5.582 kemudian tahun 2016 sebanyak 10.038 dan tahun 2017 sebanyak. Begitu halnya wisatawan nusantara yang mengalami peningkatan setiap tahunnya seperti pada tahun 2015 sebanyak 623.635 wisatawan dan tahun 2016 sebanyak 724.923. Peningkatan pengunjung baik nusantara maupun mancanegara setiap tahunnya tidak terlepas dari keindahan objek wisata dan event yang diselenggarakan oleh pemerintah setempat. Sehingga terjadinya peningkatan jumlah wisatawan ke Aceh khususnya Sabang

diharapkan berdampak pada pertumbuhan sektor ekonomi masyarakat (Disbudpar, 2018).

B. Persepsi dan Minat Wisatawan Terkait Wisata Halal di Aceh

1. Deskripsi Responden

a. Profil Demografi Wisatawan

Responden dalam penelitian ini adalah wisatawan yang terdiri dari wisatawan lokal, nusantara dan mancanegara. Jumlah responden dalam penelitian ini sebanyak 300 (tiga ratus) orang dengan melakukan penyebaran melalui email, whatsapp, instagram, facebook, dan media sosial lainnya. Profil demografi wisatawan dalam penelitian ini adalah dilihat dari jenis kelamin, usia, dan asal daerah. Adapun gambaran umum mengenai profil demografi wisatawan yang berkunjung ke Aceh adalah sebagai berikut:

1) Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

Adapun data mengenai jenis kelamin wisatawan lokal, nusantara dan mancanegara adalah sebagai berikut:

Tabel 4.8

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis kelamin	Frekuensi	Prosentase
1	Laki-laki	147	49
2	Perempuan	153	51
	Total	300	100

Berdasarkan tabel 4.8 di atas dapat dideskripsikan bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini adalah perempuan yaitu sebanyak 153 orang atau 51% dan selebihnya adalah laki-laki yaitu sebanyak 147 orang atau 49%.

2) Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

Adapun data mengenai usia wisatawan lokal, nusantara dan mancanegara adalah sebagai berikut:

Tabel 4.9
Karakteristik Responden Berdasarkan Usia

No	Usia	Frekuensi	Prosentase
1	Antara 17 - 23 tahun	66	22.0
2	Antara 24 - 30 tahun	67	22.3
3	Antara 31 - 37 tahun	49	16.3
4	Antara 38 - 44 tahun	51	17.0
5	Antara 45 - 51 tahun	42	14.0
6	Di atas 51 tahun	25	8.3
	Total	300	100.0

Dari segi usia, tabel 4.9 di atas menjelaskan bahwa mayoritas wisatawan yang mengunjungi Aceh berusia antara 24-30 tahun atau 22,3%, diikuti oleh wisatawan yang berusia 17-23 tahun atau 22%, sementara yang paling sedikit berusia di atas 51 tahun atau 8,3%.

3) Karakteristik Responden Berdasarkan Asal Daerah

Adapun data mengenai usia wisatawan lokal, nusantara dan mancanegara adalah sebagai berikut:

Tabel 4.10
Karakteristik Responden Berdasarkan Asal daerah

No	Asal Daerah	Frekuensi	Prosentase
1	Aceh	179	59.7
2	Dalam Negeri	101	33.7
3	Luar Negeri	20	6.7
	Total	300	100.0

Dari tabel 4.10 di atas menjelaskan bahwa sebagian besar responden adalah berasal dari wisatawan lokal yaitu sebanyak 179 orang atau 59,7%, diikuti oleh wisatawan dalam negeri sebanyak 101 wisatawan atau 33,7% dan yang paling sedikit berasal dari Luar Negeri yaitu sebanyak 20 orang atau 6,7%.

b. Profil Sosio-Ekonomi Responden

Profil sosio-ekonomi responden dalam penelitian ini adalah dilihat dari tingkat pendidikan, jenis pekerjaan dan pendapatan. Adapun gambaran umum mengenai profil sosio-ekonomi wisatawan yang berkunjung ke Aceh adalah sebagai berikut:

1) Karakteristik Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan

Adapun data mengenai jenjang pendidikan wisatawan lokal, nusantara dan mancanegara yang berkunjung ke Aceh adalah sebagai berikut:

Tabel 4.11

Karakteristik Responden Berdasarkan Jenjang Pendidikan

No	Pendidikan Terakhir	Frekuensi	Prosentase
1	SLTA/MAN	43	14.3
2	Diploma	21	7.0
3	S- I	138	46.0
4	S-2	70	23.3
5	S-3	28	9.3
	Total	300	100.0

Dari tabel 4.11 di atas menunjukkan bahwa ditinjau dari tingkat pendidikan sebanyak 138 responden atau 46% responden berlatang pendidikan strata 1, 70 responden berpendidikan Magister,

dan yang paling sedikit berlatar pendidikan diploma yaitu sebanyak 21 responden.

2) Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

Adapun data mengenai karakteristik wisatawan lokal, nusantara dan mancanegara yang berkunjung ke Aceh berdasarkan pekerjaan adalah sebagai berikut:

Tabel 4.12

Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan

No	Pekerjaan	Frekuensi	Prosentase
1	PNS	83	27.7
2	Karyawan Swasta	78	26.0
3	Pedagang	8	2.7
4	Petani	4	1.3
5	Pensiunan	6	2.0
6	Pelajar/Mahasiswa	81	27.0
7	Pengusaha	31	10.3
8	Lain-lain	9	3.0
	Total	300	100.0

Dari segi pekerjaan, sebagian besar responden bekerja sebagai PNS yaitu sebanyak 83 wisatawan atau 27,7%, diikuti oleh pelajar/mahasiswa sebanyak 78 orang, dan yang paling sedikit berprofesi sebagai petani yaitu sebanyak 4 orang saja.

3) Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

Adapun data mengenai karakteristik wisatawan lokal, nusantara dan mancanegara yang berkunjung ke Aceh berdasarkan pendapatan adalah sebagai berikut:

Tabel 4.13
Karakteristik Responden Berdasarkan Pendapatan

No	Penghasilan Perbulan	Frekuensi	Prosentase
1	Kurang dari Rp1.000.000	67	22.3
2	Rp1.000.000 s.d Rp4.000.000	94	31.3
3	Rp4.000.000 s.d Rp8.000.000	59	19.7
4	Rp8.000.000 s.d Rp10.000.000	25	8.3
5	Lebih dari Rp10.000.000	55	18.3
	Total	300	100.0

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa wisatawan yang berkunjung ke Aceh mayoritas berpenghasilan antara Rp1.000.000,- s.d Rp4.000.000,- sebanyak 94 orang atau 31,3%, dan yang paling sedikit berpenghasilan Rp8.000.000,- s.d Rp10.000.000,- yaitu sebanyak 25 orang atau 8,3%.

c. Profil Sosio-Psikografis Responden

Profil sosio-psikografis responden dalam penelitian ini adalah dilihat dari memperoleh informasi, jumlah kunjungan, lama berkunjung, tempat menginap, alat transportasi yang digunakan, dengan siapa berkunjung, kegiatan di abyek wisata, biaya yang dikeluarkan, dan yang memandu. Adapun gambaran umum mengenai profil sosio-psikografis wisatawan yang berkunjung ke Aceh adalah sebagai berikut:

1) Karakteristik Responden Terkait Cara Mendapatkan Informasi

Adapun distribusi frekuensi jawaban wisatawan mengenai darimana mendapatkan informasi terkait berwisata ke Aceh adalah sebagai berikut:

Tabel 4.14
Karakteristik Responden Terkait Cara Mendapatkan Informasi

No	Sumber Informasi	Frekuensi	Prosentase
1	Rekomendasi Teman/Saudara	132	44.0
2	Media Elektronik (Internet, Tv, Dsb)	44	14.7
3	Media Sosial (Facebook, Instalgram, Whatsapp, Dll)	116	38.7
4	Brosur Paket Perjalanan Wisata	3	1.0
5	Lain-Lain	5	1.7
	Total	300	100.0

Berdasarkan tabel di atas menjelaskan bahwa wisatawan yang berkunjung ke Aceh baik lokal, nusantara dan mancanegara mayoritas mendapatkan informasi berdasarkan rekomendasi dari teman/saudara yaitu sebanyak 132 orang atau 44%, diikuti oleh media sosial (facebook, instagram, whatsapp, dll) sebanyak 116 orang atau 38,7%. Kemudian yang paling sedikit wisatawan mencari informasi tentang Aceh adalah melalui brosur paket perjalanan yaitu sebesar 3 orang atau 1%.

2) Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Kunjungan

Adapun distribusi frekuensi jawaban wisatawan berdasarkan jumlah kunjungan adalah sebagai berikut:

Tabel 4.15
Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Kunjungan

No	Jumlah kunjungan	Frekuensi	Prosentase
1	Satu Kali	48	16.0
2	Dua Kali	24	8.0
3	Lebih dari dua kali	228	76.0
	Total	300	100.0

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa mayoritas wisatawan berkunjung ke Aceh lebih dari dua kali yaitu sebanyak 228 orang atau 76%, dan yang paling sedikit wisatawan berkunjung ke Aceh adalah sebanyak dua kali yaitu sebanyak 24 orang atau 8%.

3) Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Kunjungan

Adapun distribusi frekuensi jawaban wisatawan berdasarkan lamanya kunjungan adalah sebagai berikut:

Tabel 4.16

Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Kunjungan

No	Jumlah Kunjungan	Frekuensi	Prosentase
1	1 hari	167	55.7
2	2-4 hari	93	31.0
3	5-7 hari	31	10.3
4	>1 minggu	9	3.0
	Total	300	100.0

Berdasarkan tabel di atas menjelaskan bahwa mayoritas wisatawan berkunjung ke Aceh sebanyak 1 hari yaitu 167 orang atau 55,7 %. Sedangkan yang paling rendah di atas satu minggu sebanyak 9 orang atau 3%. Hal ini menunjukkan bahwa wisatawan yang berkunjung ke Aceh dilihat dari lamanya kunjungan masih tergolong singkat.

4) Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Menginap

Adapun distribusi frekwensi jawaban wisatawan berdasarkan tempat menginap adalah sebagai berikut:

Tabel 4.17
Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Menginap

No	Tempat Menginap	Frekuensi	Prosentase
1	Homestay/penginapan penduduk	35	11.7
2	Rumah Saudara/Teman	113	37.7
3	Losmen/Wisma	38	12.7
4	Hotel	101	33.7
5	Lainnya	13	4.3
	Total	300	100.0

Berdasarkan tabel di atas menjelaskan bahwa mayoritas wisatawan ketika berkunjung ke Aceh mereka lebih memilih menginap di rumah saudara/teman yaitu sebanyak 113 orang atau 37,7%, jika tidak ada saudara/teman, baru kemudian mereka memilih hotel, ada sebanyak 101 wisatawan atau 33,7%. Losmen/wisma hanya 38 wisatawan atau 12,7% yang memilih, sedangkan homestay/penginapan penduduk dipilih oleh 35 wisatawan atau 11,7%, selebihnya sebanyak 13 orang atau 4,3% memilih tempat yang lain.

5) Karakteristik Responden Berdasarkan Pilihan Jenis Transportasi

Adapun data frekuensi jumlah wisatawan berdasarkan jenis transportasi yang dipilih adalah sebagai berikut:

Tabel 4.18
Karakteristik Responden Berdasarkan Pilihan Jenis Transportasi

No	Transportasi	Frekuensi	Prosentase
1	Kendaraan Pribadi	216	72.0
2	Angkutan Umum	23	7.7
3	Bus Wisata/Travel	32	10.7
4	Sepeda Motor	29	9.7
	Total	300	100.0

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa ada sebanyak 216 wisatawan atau 72% yang menggunakan kendaraan pribadi ketika berkunjung ke Aceh. Kemudian diikuti oleh wisatawan yang memilih bus wisata/travel yaitu sebanyak 32 orang atau 10,7%. Kemudian berikutnya ada 32 wisatawan atau 9,7%, dan yang paling sedikit menggunakan angkutan umum yaitu sebanyak 23 orang atau 7,7%.

6) Karakteristik Responden Berdasarkan Dengan Siapa Berkunjung

Adapun data frekuensi jumlah wisatawan berdasarkan dengan siapa yang dipilih untuk berkunjung ke Aceh adalah sebagai berikut:

Tabel 4.19

Karakteristik Responden Berdasarkan Dengan Siapa Berkunjung

No	Dengan siapa berkunjung	Frekuensi	Prosentase
1	Sendirian	5	1.7
2	Teman	80	26.7
3	Keluarga	181	60.3
4	Berkelompok atau rombongan	34	11.3
	Total	300	100.0

Dari tabel di atas dapat dideskripsikan bahwa mayoritas wisatawan memilih berkunjung ke Aceh dengan keluarga yaitu sebanyak 181 orang atau 60,3% dibandingkan dengan berkunjung sendirian yaitu sebesar 1,7% atau 5 orang.

7) Karakteristik Responden Berdasarkan Tujuan Kunjungan

Adapun data frekuensi jumlah wisatawan berdasarkan tujuan berkunjung ke Aceh adalah sebagai berikut:

Tabel 4.20

Karakteristik Responden Berdasarkan Tujuan Berkunjung

No	Jenis kegiatan	Frekuensi	Prosentase
1	Berjalan-jalan	123	41.0

2	Memandang Panorama	123	41.0
3	Berwisata religi	45	15.0
4	Penelitian	5	1.7
5	Lainnya	4	1.3
	Total	300	100.0

Berdasarkan tabel di atas dapat diilustrasikan bahwa mayoritas wisatawan berkunjung ke Aceh dengan tujuan berjalan-jalan dan memandang panorama yaitu sebanyak 123 orang atau 41%, sedangkan yang berwisata religi hanya 45 orang saja atau 15%, sementara yang memilih karena alasan penelitian dan lainnya menempati urutan yang paling rendah yaitu 5 dan 4 atau 1,7% atau 1,3%.

8) Karakteristik Responden Berdasarkan Biaya

Adapun data frekuensi jumlah wisatawan berdasarkan biaya yang dihabiskan berkunjung ke Aceh adalah sebagai berikut:

Tabel 4.21

Karakteristik Responden Berdasarkan Biaya

No	Biaya	Frekuensi	Prosentase
1	Rp1.000.000,- Rp5.000.000,-	223	74.3
2	Rp5.000.000,- Rp10.000.000,-	57	19.0
3	Rp10.000.000,- Rp15.000.000,-	10	3.3
4	Rp15.000.000,- Rp20.000.000,-	5	1.7
5	Lebih dari Rp20.000.000,-	5	1.7
	Total	300	100.0

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa rata-rata biaya yang dihabiskan oleh wisatawan yang berkunjung ke Aceh paling banyak sebesar Rp1.000.000,-s.d Rp5.000.0000 atau sebanyak 223 orang dengan persentase 74,3%. Dan yang paling sedikit menghabiskan biaya lebih dari Rp20.000.000,- dan Rp15.000.000,- s.d Rp20.000.000,- hanya 5 orang saja atau 1,7%.

9) Karakteristik Responden Berdasarkan Pemandu

Adapun data frekuensi jumlah wisatawan berdasarkan siapa yang menjadi pemandu berkunjung ke Aceh adalah sebagai berikut:

Tabel 4.22

Karakteristik Responden Berdasarkan Pemandu

No	Biaya	Frekuensi	Prosentase
1	Diri Sendiri	87	29.0
2	Teman	101	33.7
3	Keluarga	101	33.7
4	Biro Perjalanan Swasta/Agen Travel	10	3.3
5	Lainnya	1	.3
	Total	300	100.0

Berdasarkan data di atas dapat dijelaskan bahwa wisatawan mayoritas memilih teman dan keluarga sebagai pemandu wisata yaitu sebanyak 101 orang atau 33,7%, selebihnya tidak memakai pemandu wisata yaitu sebanyak 87 responden atau 29%. Jasa Pemandu Biro perjalanan swasta/agen travel ternyata hanya 10 responden atau 10% yang memilih, selebihnya 1 responden atau 0,3% yang memilih pemandu lainnya.

2. Persepsi Wisatawan

a. Persepsi wisatawan terhadap akses

No	Item	Min
1	Informasi tentang obyek wisata mudah untuk diakses.	2.57
2	Jalan menuju lokasi obyek wisata tersedia dan mudah ditempuh.	2.77
3	Kualitas jalan menuju lokasi obyek wisata dalam kondisi baik.	2.79
4	Transportasi umum sepanjang obyek wisata tersedia.	3.48
5	Ada kepastian harga atau biaya transportasi di bandara ke tempat tujuan wisata.	3.21
6	Biaya perjalanan selama wisata terjangkau.	2.82

Min tertinggi adalah pada item tersedianya transportasi umum sepanjang objek wisata yaitu 3,48. Artinya transportasi umum adalah hal yang penting bagi wisatawan untuk datang kepada objek wisata. Sedangkan yang paling rendah adalah akses informasi tentang obyek wisata 2,57, bahwa wisatawan ke Aceh masih menghadapi kendala dalam mengakses informasi terhadap objek wisata yang mau dikunjungi.

b. Persepsi wisatawan terhadap komunikasi

No	Item	Min
1	Komunikasi digital mudah untuk diakses.	2.88
2	Masyarakat di sekitar obyek wisata ramah.	2.52
3	Komunikasi dengan masyarakat di sekitar mudah	2.52
4	Masyarakat disekitar objek wisata berperilaku baik dan menyenangkan.	2.50
5	Masyarakat senang membantu wisatawan jika wisatawan membutuhkan bantuan.	2.51

Min tertinggi adalah pada item komunikasi digital mudah untuk diakses yaitu 2,88 dan yang paling rendah adalah masyarakat di sekitar obyek berperilaku baik dan menyenangkan, yaitu 2,50. Komunikasi menjadi hal penting bagi wisatawan untuk bisa mendapatkan informasi tentang wisata yang ingin di dapat. Sehingga keberadaan masyarakat di objek wisata baik dari perilaku dan sikap menjadi berpengaruh terhadap persepsi. Komunikasi digital di Aceh sudah berjalan dengan baik sehingga persepsi wisatawan dalam hal komunikasi sudah baik. Sebaliknya komunikasi dengan masyarakat objek wisata masih rendah sehingga perlu arah perbaikan dari sisi sikap dan perilaku masyarakat Aceh di objek wisata terhadap wisatawan.

c. Persepsi wisatawan terhadap Lingkungan

No	Item	Min
1	Pemandangan alam pada obyek wisata yang saya kunjungi indah dan menarik.	2.07
2	Kondisi di sekitar obyek wisata aman.	2.45
3	Nuansa religi terasa dan memberikan pengaruh kepada jiwa dari objek wisata yang dikunjungi seperti objek wisata tsunami.	2.47
4	Lingkungan di sekitar obyek wisata bersih.	3.00
5	Wisatawan lain juga banyak mengunjungi obyek wisata tersebut.	2.42
6	Cuaca di sekitar obyek wisata kondusif.	2.49

Min tertinggi adalah pada item lingkungan di sekitar obyek wisata bersih, yaitu 3,00 dan yang paling rendah adalah pemandangan alam pada obyek wisata indah dan menarik, yaitu 2,07. Lingkungan menjadi salah satu point penting yang perlu dijaga supaya dapat meningkatkan persepsi wisatawan. Hal ini terlihat bahwa lingkungan di sekitar objek wisata bersih dan ini mengindikasikan sudah bagus. Namun sebaliknya pemandangan alam pada objek wisata yang dikunjungi indah dan menarik masih perlu diperhatikan untuk meningkatkan persepsi wisatawan terhadap lingkungan.

d. Persepsi wisatawan terhadap Pelayanan

No	Item	Min
1	Souvenir/merchandise yang berhubungan dengan obyek wisata banyak tersedia.	3.01
2	Souvenir/merchandise mudah di dapat.	2.92
3	Harga Souvenir/merchandise terjangkau untuk dibeli.	3.07
4	Terdapat festival atau kegiatan budaya yang menarik	3.14
5	Terdapat festival atau kegiatan budaya yang Islami	2.95
6	Objek wisata tsunami memberikan pengaruh terhadap jiwa	2.30

7	Tersedianya Masjid/mushalla di tempat wisata	2.14
8	Tersedianya toilet dan air bersih untuk bersuci	2.65
9	Tersedianya perlengkapan untuk beribadah	2.53
10	Kualitas hotel/penginapan baik	2.50
11	Pelayanan hotel/penginapan baik	2.55
12	Saya menginap di hotel Syariah	2.66
13	Tersedianya makanan/minuman halal dan sehat	2.19
14	Pelayanan restoran/rumah makan baik	2.44
15	Terhindarnya obyek wisata dari aktifitas wisata yang mengandung unsur syirik	2.35
16	Terhindarnya obyek wisata dari aktifitas wisata yang mengandung unsur maksiat	2.50
17	Terhindar dari pertunjukan seni dan budaya serta atraksi yang bertentangan dengan syariat Islam seperti mubazir, bercampur laki dan perempuan serta melupakan waktu shalat.	2.59
18	Terhindar dari pornografi,dan porno aksi	2.34
19	Makanan dan minuman halal yang bersertifikat halal MUI	2.39
20	Restoran dan penjual makanan mempunyai sertifikasi halal MUI	2.61
21	Adanya hotel syariah yang tersertifikasi halal oleh MUI.	2.57
22	Terhindar dari Judi	2.17
23	Terhindar dari minuman keras	1.99
24	Terhindar dari zina	2.31
25	Biro wisata (travel) menyelenggarakan paket wisata yang sesuai prinsip-prinsip Syariah	2.49
26	Biro wisata (travel) menawarkan akomodasi dan destinasi wisata sesuai dengan nilai-nilai Syariah	2.54
27	Pemandu wisata mempunyai etika yang ramah, sopan dan baik (akhlak yang baik).	2.30
28	Pemandu wisata mempunyai kemampuan komunikasi yang baik.	2.37
29	Penampilan pemandu wisata sopan dan menarik sesuai dengan nilai dan prinsip syariah.	2.34

Min tertinggi adalah pada item Terdapat festival atau kegiatan budaya yang menarik, yaitu 3,14 dan yang paling rendah adalah Terhindar dari minuman keras, yaitu 1,99. Festival atau kegiatan budaya yang menarik sudah menunjukkan arah yang bagus bagi persepsi wisatawan terhadap pelayanan. Namun dilihat dari segi terhindarnya dari minuman keras sudah menunjukkan nilai yang bagus, artinya item ini memiliki nilai terendah dari item yang lainnya.

e. Minat

No	Item	Min
1	Saya akan menceritakan pengalaman positif selama di obyek wisata ini kepada orang lain	2.13
2	Saya akan merekomendasikan obyek wisata ini kepada orang lain	2.15
3	Saya akan mengunjungi kembali obyek wisata ini satu hari nanti	2.17

Min tertinggi adalah pada item akan mengunjungi kembali obyek wisata, yaitu 2,17 dan yang paling rendah adalah menceritakan pengalaman positif selama di obyek wisata ini kepada orang lain, yaitu 2,13. Dilihat dari segi saya akan mengunjungi kembali objek wisata ini satu hari nanti juga sudah menunjukkan nilai yang bagus dari segi minat. Sehingga berdampak pada minat wisatawan untuk mengunjunginya lagi. Namun, dilihat dari segi saya akan menceritakan pengalaman positif selama di objek wisata ini kepada orang lain masih rendah. Artinya untuk meningkatkan minat wisatawan item ini perlu ada arah perbaikan dan pelestarian objek wisata.

3. Hasil Pengujian

a. Uji Validitas

Uji validitas berfungsi untuk mengetahui valid dan tidaknya kuisisioner yang di berikan pada setiap variable. Setiap pernyataan di setiap variable yang diberikan kepada responden dapat menunjukkan kebenaran pengukuran. Uji validitas bertujuan untuk mengetahui sah atau valid tidaknya sebuah kuesioner. Pada skor total yang menghasilkan nilai signifikan kurang dari 0,05 maka pernyataan *valid*. Untuk pengujian ini dapat dilihat pada lampiran.

Tabel 4.23

Hasil Uji Validitas Indikator Minat					
		B1	B2	B3	Minat
B1	Pearson Correlation	1	.937**	.820**	.963**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000
	N	300	300	300	300
B2	Pearson Correlation	.937**	1	.832**	.967**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000
	N	300	300	300	300
B3	Pearson Correlation	.820**	.832**	1	.930**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000
	N	300	300	300	300
Minat	Pearson Correlation	.963**	.967**	.930**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	
	N	300	300	300	300

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Pada Gambar di atas menunjukkan bahwa nilai signifikan pada setiap pernyataan pada variabel hipotesa akses, komunikasi, lingkungan, pelayanan dan minat menunjukkan bahwa nilai kurang dari 0,05 menunjukkan bahwa semua pernyataan adalah valid.

b. Uji Reabilitas

Uji realibilitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, dan bila dilakukan pengukuran

lebih dari dua kali terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama hasilnya tetap konsisten. Di penelitian ini digunakan standard nilai Cronbach Alpha yang lebih besar dari 0,7. Berikut hasil pengujian reliabilitas sebagaimana yang terdapat pada tabel berikut:

Tabel 4.24
Hasil Uji Reliabilitas

Item-Total Statistics		
	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Informasi tentang obyek wisata mudah untuk diakses.	.727	.983
Jalan menuju lokasi obyek wisata tersedia dan mudah ditempuh.	.636	.984
Kualitas jalan menuju lokasi obyek wisata dalam kondisi baik.	.608	.984
Transportasi umum sepanjang obyek wisata tersedia.	.372	.984
Ada kepastian harga atau biaya transportasi di bandara ke tempat tujuan wisata.	.575	.984
Biaya perjalanan selama wisata terjangkau.	.681	.983
Komunikasi digital mudah untuk diakses.	.638	.984
Masyarakat di sekitar obyek wisata ramah.	.779	.983
Komunikasi dengan masyarakat di sekitar mudah	.782	.983
Masyarakat disekitar objek wisata berperilaku baik dan menyenangkan.	.818	.983
Masyarakat senang membantu wisatawan jika wisatawan membutuhkan bantuan.	.799	.983
Pemandangan alam pada obyek wisata yang saya kunjungi indah dan menarik.	.765	.983
Kondisi di sekitar obyek wisata aman.	.799	.983
Nuansa religi terasa dan memberikan	.806	.983

pengaruh kepada jiwa dari objek wisata yang dikunjungi seperti objek wisata tsunami.		
Lingkungan di sekitar obyek wisata bersih.	.659	.984
Wisatawan lain juga banyak mengunjungi obyek wisata tersebut.	.824	.983
Cuaca di sekitar obyek wisata kondusif.	.792	.983
Souvenir/merchandise yang berhubungan dengan obyek wisata banyak tersedia.	.686	.983
Souvenir/merchandise mudah di dapat.	.691	.983
Harga Souvenir/merchandise terjangkau untuk dibeli.	.630	.984
Terdapat festival atau kegiatan budaya yang menarik	.594	.984
Terdapat festival atau kegiatan budaya yang Islami	.623	.984
Objek wisata tsunami memberikan pengaruh terhadap jiwa	.770	.983
Tersedianya Masjid/mushalla di tempat wisata	.790	.983
Tersedianya toilet dan air bersih untuk bersuci	.739	.983
Tersedianya perlengkapan untuk beribadah	.772	.983
Kualitas hotel/penginapan baik	.842	.983
Pelayanan hotel/penginapan baik	.826	.983
Saya menginap di hotel syariah	.647	.984
Tersedianya makanan/minuman halal dan sehat	.814	.983
Pelayanan restoran/rumah makan baik	.854	.983
Terhindarnya obyek wisata dari aktifitas wisata yang mengandung unsur syirik	.735	.983
Terhindarnya obyek wisata dari aktifitas wisata yang mengandung unsur maksiat	.707	.983
Terhindar dari pertunjukan seni dan budaya serta atraksi yang bertentangan dengan syariat Islam seperti mubazir, bercampur laki dan perempuan serta melupakan waktu shalat.	.713	.983

Tabel 4. 25
Reliability Statistics

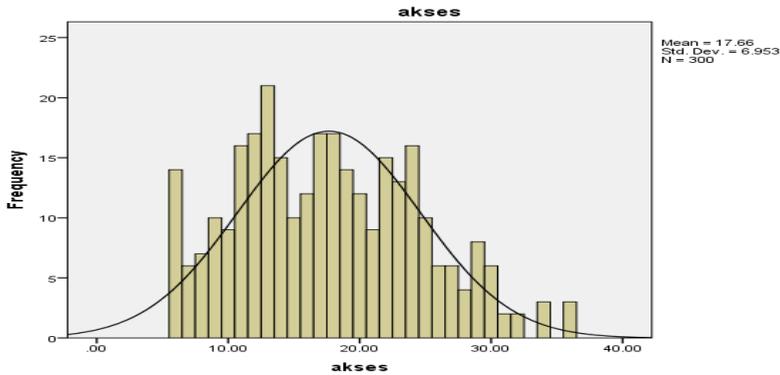
Terhindar dari pornografi dan porno aksi	.749	.983
Makanan dan minuman halal yang bersertifikat halal MUI	.762	.983
Restoran dan penjual makanan mempunyai sertifikasi halal MUI	.749	.983
Adanya hotel syariah yang tersertifikasi halal oleh MUI.	.781	.983
Terhindar dari Judi	.772	.983
Terhindar dari minuman keras	.762	.983
Terhindar dari zina	.758	.983
Biro wisata (travel) menyelenggarakan paket wisata yang sesuai prinsip-prinsip syariah	.798	.983
Biro wisata (travel) menawarkan akomodasi dan destinasi wisata sesuai dengan nilai-nilai syariah	.785	.983
Pemandu wisata mempunyai etika yang ramah, sopan dan baik (akhlak yang baik).	.839	.983
Pemandu wisata mempunyai kemampuan komunikasi yang baik.	.828	.983
Penampilan pemandu wisata sopan dan menarik sesuai dengan nilai dan prinsip syariah.	.837	.983
Saya akan menceritakan pengalaman positif selama di obyek wisata ini kepada orang lain	.797	.983
Saya akan merekomendasikan obyek wisata ini kepada orang lain	.810	.983
Saya akan mengunjungi kembali obyek wisata ini satu hari nanti	.726	.983

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
.984	.984	49

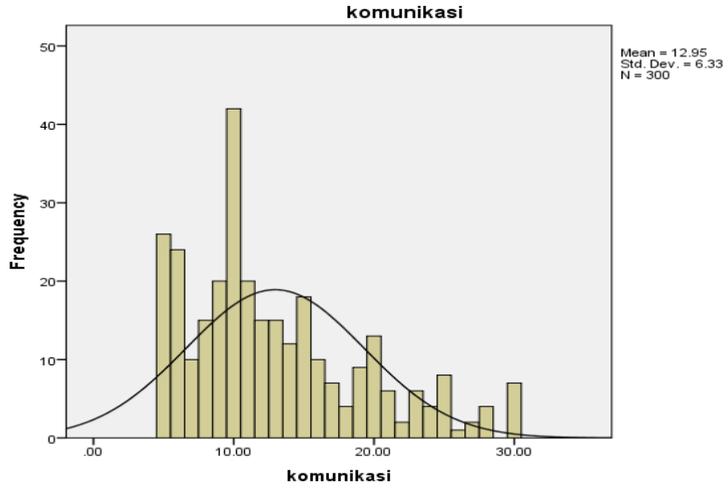
Pada gambar di atas dapat dijelaskan bahwa variable pada setiap pernyataan yang diberikan semuanya memiliki nilai Cronbach Alpha lebih dari 0,7. Sehingga bisa dikatakan bahwa semua variabel kajian bisa digunakan.

c. Uji Normalitas

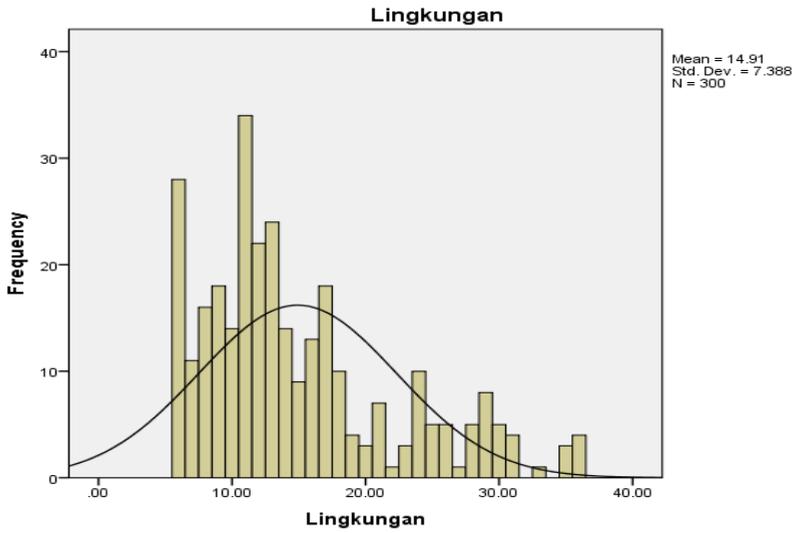
Gambar di bawah ini merupakan hasil pengujian uji normalitas, sebagai berikut:



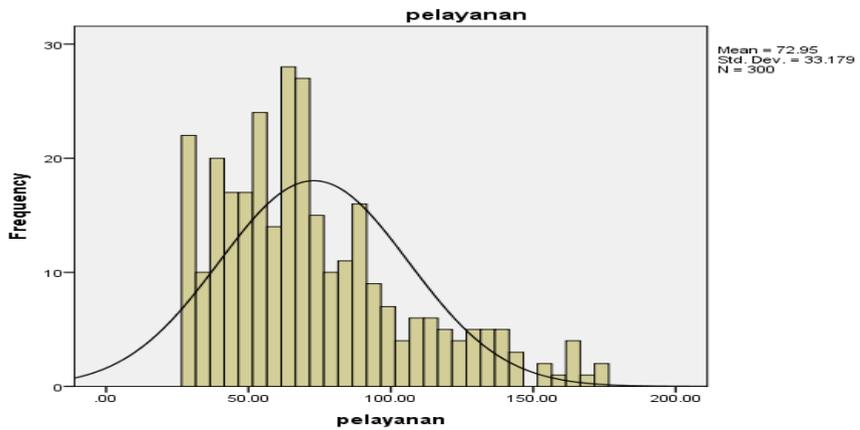
Gambar 4.3
Gambar Uji Normalitas Akses



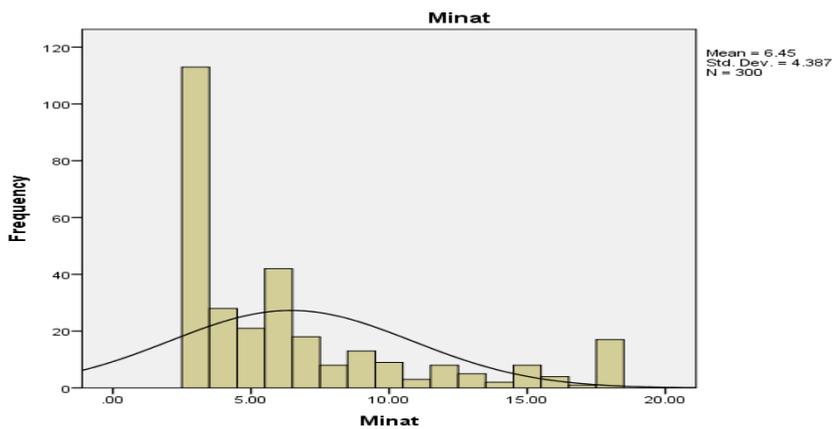
Gambar 4.4
Gambar Uji Normalitas Komunikasi



Gambar 4.5
Gambar Uji Normalitas Lingkungan



Gambar 4.6
Gambar Uji Normalitas Pelayanan



Gambar 4.7
Gambar Uji Normalitas Minat

Dari gambar di atas baik akses, komunikasi, lingkungan, pelayanan dan minat menunjukkan bahwa data terdistribusi dengan normal. Puncak kurva berada pada titik 0, artinya sebaran datanya seimbang atau normal.

d. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Wisatawan

1) Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Pengujian Koefisien Determinasi

Tabel 4.26
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.842 ^a	.709	.705	2.38406

a. Predictors: (Constant), pelayanan, akses, komunikasi, Lingkungan

Berdasarkan tabel di atas diperoleh angka R^2 (*R Square*) sebesar 0,709 atau (70,9%). Hal ini menunjukkan bahwa prosentase sumbangan pengaruh variabel independen (akses, komunikasi, lingkungan dan pelayanan) terhadap variabel dependen (minat) sebesar 70,9%. Atau variasi variabel independen yang digunakan mampu menjelaskan sebesar 70,9% variasi variabel dependen (minat).

Sedangkan sisanya sebesar 29,1% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini. Standard Error of the Estimate adalah suatu ukuran banyaknya kesalahan model regresi dalam memprediksikan nilai Y. Dari hasil regresi di dapat nilai 2,38406, hal ini berarti banyaknya kesalahan dalam prediksi minat sebesar 2,38406.

2) Pengujian Secara Parsial

Uji t dimanfaatkan untuk mengetahui pengaruh dari setiap variabel independen (akses, komunikasi, lingkungan, pelayanan) terhadap variabel dependen (minat). Apabila hasil uji t dengan nilai signifikan < 0.05 dan nilai t hitung $> t$ tabel maka artinya variabel bebas secara individual atau parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terkait. T tabel yang digunakan adalah jumlah

responden - 5 variabel = 295 dan bisa di dapatkan bahwa t tabel dengan signifikan 5% adalah 1,96.

Tabel 4.27
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95.0% Confidence Interval for B	
		B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
1	(Constant)	-.527	.387		-1.362	.174	-1.288	.234
	Akses	-.151	.032	-.239	-4.736	.000	-.214	-.088
	Komunikasi	.015	.044	.022	.343	.732	-.071	.101
	Lingkungan	.242	.043	.408	5.593	.000	.157	.328
	Pelayanan	.080	.009	.604	8.850	.000	.062	.098

a. Dependent Variable: Minat

Variabel Akses

Pada variabel akses mendapatkan nilai thitung sebesar -4,376 dengan nilai sig sebesar 0,000 dan nilai ttabel sebesar 1,96. Dari hasil uji ini dapat dikatakan bahwa variabel akses memiliki pengaruh signifikan terhadap minat.

Variabel Komunikasi

Pada variabel komunikasi mendapatkan nilai thitung sebesar 0,343 dengan nilai sig sebesar 0,732 dan nilai ttabel sebesar 1,96. Maka dari hasil uji ini dapat dikatakan bahwa variabel komunikasi tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat.

□ **Variabel Lingkungan**

Pada variabel lingkungan mendapatkan nilai thitung sebesar 5,593 dengan nilai sig sebesar 0,000 dan nilai ttabel sebesar 1,666. Dari hasil uji ini maka dapat dikatakan bahwa variable lingkungan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat.

□ **Variabel Pelayanan**

Pada variabel pelayanan mendapatkan nilai thitung sebesar 8,850 dengan nilai sig sebesar 0,00 dan nilai ttabel sebesar 1,96. Dari hasil uji ini dapat dikatakan bahwa variabel pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat.

Persamaan regresi linier:

$$Y = -5,27 - 0,151 X_1 + 0,015 X_2 + 0,242 X_3 + 0,080 X_4$$

Variabel lingkungan memiliki pengaruh paling signifikan terhadap minat wisatawan, maka di harapkan bahwa pengembangan di variable ini akan berdampak sangat besar dalam peningkatan minat wisatawan untuk mengunjungi wisata halal di Aceh.

3) Pengujian Secara Simultan (F)

Uji F bertujuan untuk mengetahui pengaruh variable independen pada penelitian ini terhadap *intention to use* yang menjadi variabel dependen secara simultan atau bersamaan.

Tabel 4.28
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4077.448	4	1019.362	179.348	.000 ^b
	Residual	1676.699	295	5.684		
	Total	5754.147	299			

a. Dependent Variable: Minat

b. Predictors: (Constant), pelayanan, akses, komunikasi, Lingkungan

Pada Gambar 20 hasil dari uji F didapatkan bahwa nilai Fhitung sebesar 179,348 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000,

yang berarti lebih besar dari nilai F_{tabel} sebesar 3,39 dan nilai signifikansi 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05. Membuktikan bahwa variabel akses, komunikasi, lingkungan, pelayanan dan minat secara simultan atau bersamaan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan minat wisatawan.

C. Identifikasi Faktor Peluang dan Tantangan Wisata Halal di Aceh

Hasil Fokus Group Diskusi (FGD) dan wawancara dengan para pegiat wisata halal menunjukkan bahwa pemahaman tentang wisata halal bukanlah istilah yang baru, bahkan banyak negara-negara non muslim seperti Korea, Jepang, Thailand dan lainnya saat ini juga sedang menggerakkan wisata halal di negaranya. Oleh karenanya, merupakan hal yang aneh jika Aceh tidak mengambil peran dalam pengembangan wisata halal. Bahkan salah satu narasumber yang merupakan staf ahli bidang ekonomi dan pariwisata Kementerian Pariwisata Republik Indonesia dan juga selaku Ketua Tim Percepatan Pengembangan Pariwisata Halal Anang Sutono mengatakan bahwa Aceh lebih tepat menggunakan *branding* wisata syariah, karena *include* didalamnya wisata halal.

Hal yang sama juga disampaikan oleh Moch. Bukhori Muslim selaku Ketua Bidang Industri Bisnis dan Ekonomi Syariah DSN-MUI bahwa Aceh sangat tepat menggunakan *branding* wisata syariah, sama halnya dengan perbankan syariah, hotel syariah, dan lainnya. Bahkan beliau juga menegaskan bahwa Indonesia harus punya *icon* tersendiri yaitu “wisata syariah”. Selama ini masyarakat sudah terbiasa dengan *icon Halal Tourism, Islamic Tourism*, dan *Muslim Friendly Tourism*. Kemudian beliau juga mengatakan bahwa di Ramini, Italy yang mayoritas beragama katolik ada juga pantai khusus untuk wanita, sehingga pantai ini akhirnya banyak dikunjungi oleh wisatawan Muslim terutama

dari Timur Tengah.

Terkait dengan hal di atas Menteri Pariwisata, Arief Yahya mengatakan bahwa adanya pemisahan tempat tertentu antara pria dan wanita di lokasi wisata merupakan suatu hal yang normal dan tidak ada kaitannya dengan suku, agama dan ras. Menurut beliau menghormati permintaan para ulama di daerah sekitar itu tidak ada salahnya, menghormati budaya dan tradisi lokal itu adalah bagian dari Kode Etik Pariwisata Dunia, yang telah diratifikasi oleh UNWTO, di mana kegiatan pariwisata harus menghormati budaya dan nilai lokal (*local wisdom*) agar tidak meresahkan masyarakat di sekitar atraksi di destinasi (Travel News, 2019).

Kemudian mengenai "halal", pada dasarnya di Aceh mayoritas umat muslim dan tentunya sebagian besar sudah halal secara dzatnya, akan tetapi secara prosesnya masih belum sepenuhnya halal. Hal ini dibuktikan bahwa sebagian besar hotel, restoran, makanan, minuman dan lainnya belum tersertifikasi halal, bahkan biro perjalanan wisata umrah saja juga belum tersertifikat. Seharusnya wisata halal itu diikuti oleh produk dan pelayanan jasa yang halal juga.

Oleh karenanya Anang juga menegaskan bahwa ketika Aceh ingin mengembangkan pariwisata yang halal secara ekosistem atau *halal ecosystem*, maka ada beberapa indikator yang harus dimiliki yaitu regulasi, *human resource*, infrastruktur, sertifikasi. Selain empat indikator ini, ada indikator lainnya yang juga penting yaitu *social capital*. Kesemua indikator ini harus ada jika ingin mewujudkan wisata halal. Dengan demikian, berdasarkan hasil perolehan data dari beberapa informan tersebut maka berikut ini analisis dari faktor internal yang terdiri dari kekuatan dan kelemahan, serta faktor eksternal yang terdiri dari peluang dan ancaman yaitu:

1. Regulasi

Untuk mewujudkan wisata halal yang berkesinambungan, maka diperlukan aturan yang mengikat para pihak untuk melaksanakan semua aturan yang sudah ditetapkan dan disepakati pelaksanaannya bersama. Ada dua regulasi yang dapat dijadikan acuan yaitu pemerintah dan masyarakat.

a. Pemerintah

Terkait dengan regulasi, dalam hal ini pemerintah dapat mengeluarkan peraturan perundang-undangan yang terkait langsung dengan wisata halal. Regulasi yang dibuat oleh pemerintah bersifat formal dan mengikat tidak hanya berskala nasional maupun lokal. Regulasi yang berskala nasional diantaranya: Undang-undang Nomor 9 Tahun 1990 tentang kepariwisataan, Peraturan Pemerintah Nomor 67 Tahun 1996 tentang Penyelenggaraan Kepariwisata, Perpres Nomor 2 Tahun 2007 tentang Pengesahan ASEAN *Tourism Agreement* (Persetujuan Pariwisata ASEAN, Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Penyelenggaraan Kepariwisata, Undang-undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, Fatwa DSN-MUI Nomor 108/DSN MUI(X) 2016 tentang Pedoman penyelenggaraan Pariwisata.

Kemudian regulasi yang berskala lokal yang disesuaikan dengan kearifan lokal diantaranya; Qanun Provinsi Nanggroe Aceh Darussalam Nomor 11 Tahun 2002 tentang Pelaksanaan Syariat Islam Bidang Aqidah, Ibadah, Qanun Nomor 9 Tahun 2008 Tentang Pembinaan Kehidupan Adat dan Adat Istiadat dan Syi'ar Islam, Undang-undang Pemerintah Aceh Nomor 11 Tahun 2006, Qanun Nomor 8 Tahun 2013 tentang Pariwisata. Qanun Nomor 6 Tahun 2014 Tentang Hukum Jinayah, Qanun Nomor 8 Tahun 2015 Tentang Pembinaan dan Perlindungan Aqidah, Qanun Nomor 8

Tahun 2016 Tentang Jaminan Produk Halal, Qanun Nomor 11 Tahun 2018 Lembaga Keuangan Syariah, Qanun Nomor 8 Tahun 2015 Tentang Pembinaan dan Perlindungan Aqidah.

Berdasarkan dari regulasi di atas baik yang berskala nasional maupun lokal, maka dapat diidentifikasi beberapa faktor peluang dan tantangan dalam Pengembangan Wisata Halal di Aceh dilihat dari regulasi Pemerintah sebagai berikut:

1) Kekuatan (internal)

a) Regulasi Pemerintah Skala Nasional

- Undang-undang Nomor 9 Tahun 1990 tentang kepariwisataan. Penyelenggaraan kepariwisataan dilaksanakan berdasarkan asas manfaat, usaha bersama dan kekeluargaan, adil dan merata, perikehidupan dalam keseimbangan, dan kepercayaan pada diri sendiri.
- Peraturan Pemerintah Nomor 67 Tahun 1996 tentang Penyelenggaraan Kepariwisata.
- Perpres Nomor 2 Tahun 2007 tentang Pengesahan ASEAN *Tourism Agreement* (Persetujuan Pariwisata ASEAN). Perpres ini merupakan hasil perundingan antara para wakil Negara-Negara ASEAN.
- Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Penyelenggaraan Kepariwisata. Kepariwisata diselenggarakan dengan prinsip diantaranya menjunjung tinggi norma agama dan nilai budaya, hak asasi manusia, keberagaman budaya, dan kearifan lokal serta menjamin keterpaduan antarsektor, antardaerah. Hal ini akan mempertegas dan memperkuat pengembangan wisata halal di Aceh.
- Undang-undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. UU tersebut merupakan sebuah bentuk kepastian hukum dari pemerintah mengenai jaminan produk halal di Indonesia. Sehingga nantinya diharapkan semua produk yang beredar di Indonesia dapat memiliki sertifikat halal. Undang-Undang Jaminan Produk Halal akan

berlaku pada tahun ini yaitu 2019.

- Undang-undang RI Nomor 11 Tahun 2006 tentang Undang-undang Pemerintah Aceh. Dengan adanya UUPA tersebut memberikan wewenang penuh kepada pemerintah Aceh untuk menjalankan konsep wisata halal sesuai dengan keinginan masyarakat Aceh dan tidak harus sama dengan wilayah lainnya di Indonesia. Undang-undang tersebut juga tidak berlawanan dengan UUD 1945 dan aturan yang dibuat oleh Pemerintah Pusat. Sehingga realisasi dari UUPA tersebut, maka lahirlah qanun.
- Fatwa DSN-MUI Nomor 108/DSN MUI(X) 2016 tentang Pedoman penyelenggaraan Pariwisata. Selain adanya prinsip umum mengenai penyelenggaraan wisata wajib terhindar dari kemusyrikan, kemaksiatan, kemafsadatan, *tabdzir/israf*, dan kemungkaran serta menciptakan kemaslahatan dan kemanfaatan baik secara material maupun spiritual, Fatwa ini didalamnya juga memiliki ketentuan-ketentuan, seperti; ketentuan terkait para pihak dan akad, hotel syariah, wisatawan, destinasi wisata, spa, sauna dan *massage*, Biro Perjalanan Wisata Syariah (BPWS) serta Pemandu Wisata. Oleh karenanya adanya fatwa ini menjadikan sebuah kekuatan dalam mendorong percepatan pengembangan wisata halal, bahkan bisa jadi naik ke tingkatan berikutnya yaitu wisata syariah.

b) Regulasi Pemerintah Aceh

- Qanun Provinsi Nanggroe Aceh Darussalam Nomor 11 Tahun 2002 tentang Pelaksanaan Syariat Islam Bidang aqidah, Ibadah dan Syi'ar Islam.
- Qanun Nomor 9 Tahun 2008 Tentang Pembinaan Kehidupan Adat dan Adat Istiadat. Ruang lingkup pembinaan dan pengembangan kehidupan adat dan adat istiadat meliputi segenap kegiatan kehidupan bermasyarakat yang intinya berpedoman pada nilai-nilai islami.

- Qanun Nomor 8 Tahun 2013 Tentang Pariwisata. Dalam qanun ini ditetapkan bahwa penyelenggaraan kepariwisataan Aceh harus berasaskan; *Pertama*; iman dan Islam, *Kedua*; keyamanan, *Ketiga*; keadilan, *keempat*; kerakyatan, *Kelima*; kebersamaan, *Keenam*;kelestarian, *Ketujuh*; keterbukaan, dan *Kedelapan*; adat, budaya dan kearifan lokal. Kedelapan asas ini menjadi penguat bagi pemerintah dalam mengembangkan wisata halal.
- Qanun Nomor 6 Tahun 2014 Tentang Hukum Jinayah.
- Qanun Nomor 8 Tahun 2015 Tentang Pembinaan dan Perlindungan Aqidah.
- Qanun Nomor 8 Tahun 2016 Tentang Jaminan Produk Halal. Qanun tersebut merupakan acuan penentuan halal yang didasarkan pada beberapa hal yaitu bahan dan peralatan serta prosesnya harus sesuai dengan ketentuan syariah. Kemudian Sistem Jaminan Produk Halal (SPJH) ini juga berasaskan keislaman, keadilan, perlindungan, kepastian, pengayoman, keterbukaan, efektifitas dan efisiensi. Qanun ini juga diharapkan mempercepat pelaku usaha melakukan sertifikasi.
- Qanun Nomor 11 Tahun 2018 Lembaga Keuangan Syariah.
- Qanun Nomor 8 Tahun 2015 Tentang Pembinaan dan Perlindungan Aqidah.
- Qanun Nomor 9 Tahun 2018 Tentang Pembinaan Kehidupan Adat dan Istiadat.

2) Kelemahan (internal)

a) Peraturan Daerah

Adanya Peraturan daerah di tingkat kabupaten/kota yang dinilai terlalu eksklusif sehingga menyebabkan perdebatan tidak hanya dikalangan masyarakat Aceh sendiri, juga oleh para wisatawan. Pangeran Nasution dan Andry Ruida Hasi (2016) dalam tulisannya yang berjudul “Sketsa Pariwisata di Aceh: Dari Regulasi Berbasis Syar’i Hingga Resistensi Masyarakat dalam Apologi Rekreasi (Studi Kasus di Kota

Lhokseumawe)” menyatakan bahwa regulasi kepariwisataan berbasis syariah (syar’i) ini dapat dikatakan sebagai representasi aspirasi kepariwisataan oleh para elit pemerintah Aceh dengan kehendak Islamisasi, bukan sebagai pilihan bagi wisata populer melainkan kepatutan (ketertiban moral; keimanan) bagi masyarakat dalam berwisata, pemerintah Aceh cenderung memandang aspirasi wisata populer pada masyarakat sebagai budaya massa dengan imaji industri hiburan yang ‘tidak santun’ dan mendukung ragam kemaksiatan, sehingga sampai pada akhirnya menimbulkan tindakan yang tidak menyenangkan seperti penggusuran, bahkan sampai kepada tindakan anarkis seperti penggusuran dan pembakaran.

b) Literasi atau Sosialisasi Regulasi

Literasi tentang wisata halal masih kurang. Masyarakat masih belum sepenuhnya memahami model penerapan wisata halal atau wisata syariah, sehingga menimbulkan ambigu. Di tambah lagi adanya pemahaman dari para pelaksana aturan terhadap regulasi masih kurang, seperti, adanya ketidakseragaman implementasi aturan ketika di lapangan, ada yang melarang tegas, tetapi ada yang membiarkan pelanggaran tersebut, sehingga masyarakat dan yang lainnya dapat menilai kinerja pemerintah di daerah tersebut. Hal ini juga termasuk dalam kelemahan yang akan menghambat pertumbuhan wisata halal. Kemudian minimnya informasi dan sosialisasi yang dilakukan oleh Pemerintah Aceh yang menyebabkan tidak terlaksananya semua tujuan dan hasil yang diharapkan oleh Pemerintah Aceh melalui qanun tersebut. Oleh sebab itu adanya ketidaksesuaian pemerintah dalam memahami aturan, maka dalam penerapannya bisa menyebabkan munculnya konflik diantara konflik keagamaan, sosial, budaya, dan bisa meluas ke konflik lainnya.

3) Peluang (eksternal)

a) Undang-undang Republik Indonesia

Adanya Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Penyelenggaraan Kepariwisata, kemudian didukung oleh Perpres Nomor 2 Tahun 2007 tentang Pengesahan ASEAN *Tourism Agreement* (Persetujuan Pariwisata ASEAN) memberikan peluang secara internasional

pengembangan wisata halal di Aceh.

b) Qanun

Aceh merupakan satu-satunya daerah di Indonesia yang memiliki Qanun Syariah. Kemudian ditegaskan lagi dengan adanya Undang-undang RI Nomor 11 Tahun 2006 menjadikan Aceh sebagai satu-satunya daerah di Indonesia yang sangat tepat dan memiliki peluang yang cukup besar dalam mengembangkan bukan hanya wisata halal tetapi naik ke level yang paling atas yaitu wisata syariah.

c) Fatwa DSN MUI

Lahirnya fatwa terkait pariwisata syariah, jaminan produk halal, keuangan syariah baik bank maupun non bank, akan menjadikan Aceh sebagai *ecosystem* halal dunia. Hal ini akan menjadi peluang besar bagi Indonesia untuk mempromosikan Aceh di level dunia internasional.

4) Ancaman (eksternal)

a) Peraturan Daerah

Adanya peraturan daerah yang sifatnya eksklusif akan menjadikan ancaman bagi wisatawan khususnya non muslim yang tidak sengaja melakukan pelanggaran tersebut. Bahkan peraturan daerah yang sudah ada selalu dikritisi oleh pihak internasional karena dinilai tidak universal. Hal ini juga yang menyebabkan pemerintah ragu untuk menerapkan wisata syariah, sehingga orang dari luar Aceh ragu untuk datang ke Aceh. Hal ini juga ditegaskan oleh beberapa informan pegiat wisata bahwa pemerintah belum berani melakukan *branding* wisata syariah yang dalam kegiatannya tidak ada sedikit pun destinasi dan event yang bercampur maksiat.

b) Implementasi Regulasi

Masih adanya kepala daerah yang masih ragu memperdayakan kawasan wisata terutama daerah pantai, karena takut dampak dari wisata akan menimbulkan maksiat. Hal ini pernah terjadi di beberapa tempat obyek wisata di kawasan pantai, salah satunya di Kota Lhokseumawe di kawasan *Pusong Lama*. Sehingga hal tersebut menjadi penghambat bahkan mengancam pengembangan wisata halal di Aceh.

b. Masyarakat

Regulasi tidak hanya pemerintah yang memproduksi, selain norma adat atau *reusam* yang sudah berlaku di dalam masyarakat Aceh, mereka juga bisa menghasilkan regulasi salah satunya melalui *self claim*. Maksudnya dari kata tersebut adalah masyarakat secara sendirinya menuntut pengakuan atas suatu fakta bahwa mayoritas masyarakat Aceh adalah muslim, maka mereka mengklaim bahwa produk dan jasa yang digunakan sudah pasti halal.

Dari wawancara mendalam dengan Ketua Tim Percepatan Pengembangan Pariwisata Halal Anang Sutono, beliau mengatakan masyarakat boleh melakukan *self claim* akan tetapi ada standar yang harus dibuat oleh masyarakatnya sendiri, seperti menggunakan standar kebersihan dalam mengolah makanan, menggunakan kearifan lokal dalam menjamu tamu yang disesuaikan dengan standar pelayanan pada umumnya dan lainnya.

Sebaliknya Moch. Bukhori Muslim selaku Ketua Bidang Industri Bisnis dan Ekonomi Syariah DSN-MUI mengatakan bahwa masyarakat boleh melakukan *self claim* akan tetapi sebenarnya sertifikasi itu dibutuhkan oleh orang lain atau konsumen pengguna agar produk dan jasa yang mereka gunakan memiliki jaminan halal yang berstandar nasional maupun internasional.

Berdasarkan hal di atas, berikut akan diidentifikasi beberapa faktor peluang dan tantangan dalam Pengembangan Wisata Halal di Aceh dilihat dari regulasi yang berasal dari masyarakat sebagai berikut:

1) Kekuatan (internal)

- Mayoritas masyarakat Aceh adalah beragama Islam.
- Aceh merupakan satu-satunya daerah yang menerapkan Syariah Islam di Indonesia. Oleh karenanya hal ini menjadi sebuah kekuatan tersendiri bagi Aceh dalam mengembangkan wisata halal bahkan wisata syariah.
- Norma Adat istiadat yang mengakar di dalam masyarakat Aceh. Adanya norma adat yang sesuai dengan Islam akan semakin meyakinkan pemerintah dalam pengembangan wisata halal.
- *Self-Claim* bahwa masyarakat Aceh adalah masyarakat Islami.

2) Kelemahan (internal)

- Dunia pariwisata sering dikonotasikan dengan kegiatan maksiat. Pernyataan ini diperkuat oleh salah satu pengusaha biro perjalanan wisata di Aceh, padahal Rasulullah dulunya sering melakukan perjalanan atau *safar*. Jadi menurut beliau berwisata itu merupakan hal yang biasa dilakukan oleh umat Islam.
- Keengganan masyarakat untuk mencari tahu mengenai regulasi menyebabkan tidak terlaksananya semua tujuan dan hasil yang diharapkan oleh Pemerintah Aceh melalui qanun tersebut.
- Katakutan masyarakat akan dampak buruk dengan adanya wisatawan mancanegara terutama yang non muslim.
- Budaya keAcehan yang sudah mulai memudar diberbagai sektor.
- Terbatasnya keterlibatan ulama/tokoh agama kharismatik dalam kegiatan kepariwisataan, sehingga pada akhirnya terjadi penolakan dari masyarakat, seperti adanya sekelompok orang hentikan paksa seremoni penutupan festival kuliner Aceh, dan lainnya.

3) Peluang (eksternal)

- Aceh dikenal sebagai satu-satunya daerah di Indonesia yang memberlakukan syariah Islam. Hal ini menjadi daya tarik bagi provinsi lainnya di luar Aceh yang ingin menjadikan Aceh sebagai *rule model* penerapan syariat Islam, sehingga akan terjalin kerjasama regional, khususnya Kawasan Asia Selatan.

- Aceh dijuluki sebagai Negeri Serambi Mekkah. Julukan ini juga menjadi penguat bagi Aceh sebagai pintu masuk Islam di Nusantara dan juga sebagai penghubung sejarah internasional.
- Adanya perhatian khusus dari masyarakat internasional terhadap Aceh pasca konflik dan bencana tsunami yang menjadikan daya tarik tersendiri.
- Adanya konflik dan tsunami serta syariat Islam menjadikan Aceh sebagai pusat destinasi penelitian kebencanaan, pendidikan, budaya, syariah, serta resolusi konflik.

4) Ancaman (eksternal)

- Adanya pergeseran nilai budaya pada masyarakat dan generasi muda, sehingga identitas nilai-nilai keAcehan dan keislaman mulai memudar dalam kehidupan sehari-hari yang diakibatkan karena masuknya budaya luar.
- Terjadinya degradasi moral terutama pada generasi muda karena adanya pengaruh eksternal.

c. Human Resource

Keberadaan sumber daya manusia (*human resource*) yang handal sangat penting dalam pengembangan pariwisata halal. Mereka merupakan aset penting bagi keberlangsungan dan kemajuan industri pariwisata halal. Dengan mengoptimalkan seluruh pengetahuan (*knowledge*), keahlian (*expertise*), kemampuan (*ability*), dan keterampilan (*skill*), maka sumber daya lainnya juga dapat dijalankan.

Berdasarkan dari penjelasan di atas, maka dapat diidentifikasi beberapa faktor peluang dan tantangan dalam Pengembangan Wisata Halal di Aceh dilihat dari *Human Resource* sebagai berikut:

1) Kekuatan (internal)

- Adanya seniman dan budayawan yang berjumlah 612 (enam ratus dua belas), sanggar seni sebanyak 1146 (seribu seratus empat puluh enam), kelompok sadar wisata berjumlah 362 (tiga ratus enam puluh dua) dan pemandu

wisata berjumlah 967 (sembilan ratus enam puluh tujuh) orang, dan jumlahnya bisa bertambah.

- Adanya kawasan pengembangan wisata yang terdiri dari 23 (dua puluh tiga) kabupaten/kota di Aceh yang dibagi menjadi empat cluster yang terdiri dari wisata bahari dan budaya, wisata petualangan, agrowisata dan olahraga, wisata bahari dan ekologi, serta wisata kuliner, heritage dan religi.

2) Kelemahan (internal)

- Kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) dalam bidang kepariwisataan masih lemah, khususnya dalam usaha pelayanan dan pengelolaan pariwisata.
- Masih rendahnya pemahaman masyarakat terhadap sektor pariwisata. Hal ini menyebabkan tingkat partisipasi masyarakat dalam meningkatkan ekonomi masih minin, padahal industri pariwisata merupakan sektor yang sangat menjanjikan dan menjadi penyumbang Produk Domestik Bruto, penyumbang devisa terbesar keempat dan menyediakan lapangan kerja alternatif.
- Dalam pengemasan event masih rendahnya kreatifitas seni keAcehan yang bernuansa religi, sehingga pergelaran yang ditampilkan seringkali berbenturan dengan nilai-nilai budaya Islami.
- Kurangnya promosi dari para pegiat wisata di Aceh, sehingga sejumlah event menarik di Aceh hanya dihadiri oleh masyarakat Aceh. Hal ini disebabkan kegiatan yang dilakukan sebagian besar tidak sesuai dengan kalender event, sehingga pihak biro perjalanan wisata pun belum berani mempromosikan event tersebut jauh hari.

3) Peluang (eksternal)

- Aceh memiliki SDM yang unggul dan dikenal sebagai daerah yang menghasilkan banyak tokoh intelektual, sehingga pihak luar banyak yang ingin belajar ke Aceh.
- Data GMTI-IMTI 2019 menempatkan Aceh sebagai peringkat kedua setelah Lombok dari sepuluh destinasi wisata halal di Indonesia.
- Pemahaman keagamaan yang dibina sejak lahir sampai dewasa yang pada akhirnya membentuk karakter Sumber daya Manusia yang Islami, menjadikan peluang

pengembangan wisata syariah di Aceh

4) Ancaman (eksternal)

- Kreatifitas seni generasi muda yang berpedoman kepada nilai-nilai budaya Islami sudah mulai memudar, terwarnai oleh masuknya budaya luar yang jauh dari nilai-nilai keislaman.
- Kurangnya pengelolaan dan pelayanan, sehingga wisatawan akan mencari destinasi wisata halal lainnya di Indonesia seperti Lombok, Riau dan Kepri, Jakarta, Sumatera Barat serta lainnya.

d. Infrastruktur

Pada dasarnya infrastruktur merupakan aspek penting dalam pencapaian pembangunan, baik dari sisi ekonomi maupun politik. Terkait wisata halal, adanya infrastruktur yang memadai sangat berpengaruh terhadap pengembangan pariwisata, seperti jalan, transportasi umum, tempat ibadah, toilet, fasilitas olah raga, rekreasi dan kebudayaan, serta telekomunikasi, dan banyak lagi lainnya yang mestinya tersedia.

Berdasarkan dari penjelasan di atas, maka dapat diidentifikasi beberapa faktor peluang dan tantangan dalam Pengembangan Wisata Halal di Aceh dilihat dari infrastruktur sebagai berikut:

1) Kekuatan (internal)

- Memiliki 774 situs/cagar budaya yang tersebar di seluruh Provinsi Aceh.
- Kemegahan Masjid Raya Baiturrahman dari segi sejarah dan ornamennya serta beberapa masjid lainnya menghadirkan nuansa religi yang cukup kuat, sehingga menjadikan Aceh sebagai destinasi wisata religi.
- Adanya situs tsunami baik yang alamiah dan buatan sehingga menarik minat wisatawan berkunjung ke Aceh.

2) Kelemahan (internal)

- Ketersediaan fasilitas pendukung pariwisata masih terbatas, seperti akomodasi, angkutan wisata, hotel, restoran, pramuwisata, Biro perjalanan Pariwisata Syariah,

dan lainnya. Salah satu contohnya adalah di kawasan Barat Selatan seperti di daerah Aceh Jaya, keindahan panorama alam yang dimiliki sangatlah indah, akan tetapi tidak didukung oleh akomodasi. Hal ini menyebabkan berkurangnya minat pengunjung yang datang ke kawasan tersebut. Begitu halnya dengan rumah makan yang sulit dijangkau oleh wisatawan dari tempat objek wisata.

- Pemeliharaan terhadap sarana pariwisata masih kurang. Fenomena ini terlihat disebagian besar obyek wisata. Salah satu contohnya terlihat di obyek wisata museum tsunami, dimana dari tahun ke tahun tidak ada penambahan atraksi yang ditampilkan, bahkan fasilitas yang ada sudah mulai rusak seperti video tsunami.
- Kualitas sarana dan prasarana masih belum memadai atau belum memenuhi standar kelayakan. Hal ini menyebabkan terganggunya kenyamanan dan keamanan pengunjung.
- Tempat ibadah yang layak dan suci serta ketersediaan toilet dan air bersih di destinasi tujuan wisata masih belum memadai. Hal ini menyebabkan wisatawan harus mencari tempat terdekat lainnya.

3) Peluang (eksternal)

- Pada *Word Halal Tourism Award 2016* di Dubai, Aceh memenangkan kategori *World's Best Airport for Halal Travelers*. Dengan ditetapkan Bandara Sultan Iskandar Muda sebagai bandara terbaik untuk wisata halal, sehingga memberikan peluang bagi Aceh dalam mempromosikan wisata halal.
- Dalam ajang Anugerah Pesona Indonesia (API) 2018 Masjid Raya Baiturrahman terpilih sebagai kategori wisata halal terpopuler di Indonesia.
- Menteri Pariwisata Republik Indonesia menetapkan tiga program pariwisata prioritas di Aceh yaitu Aceh sebagai *The World's Best Halal Cultural Destination*, Sabang sebagai *The World's Best Marine Tourism Destination* dan Danau Laut Tawar sebagai *The World Best Adventure Destination*.

4) Ancaman (eksternal)

- Penerbangan International hanya bisa melalui Malaysia yaitu dengan menggunakan Air Asia dan Firefly, sementara penerbangan lokal hanya ada 4 maskapai, akan tetapi akhir-akhir ini tiketnya sangat mahal.

- Kurang tersedianya infrastruktur yang memadai membuat wisatawan khususnya dari Timur Tengah memilih destinasi wisata halal lainnya.
- Akan mengganggu keamanan dan kenyamanan wisatawan ketika mengunjungi kawasan obyek wisata.

e. Sertifikasi

Sertifikasi adalah prosedur dimana pihak ketiga memberikan jaminan tertulis bahwa suatu produk, proses atau jasa telah memenuhi standar tertentu, berdasarkan audit yang dilaksanakan dengan prosedur yang disepakati. Sertifikasi berkaitan dengan pelabelan produk untuk proses komunikasi pasar (<http://www.iied.org/>).

Terkait dengan pariwisata halal, untuk menjamin adanya kehalalan produk dan jasa layanan untuk para pengguna, maka sudah semestinya para pegiat wisata halal menggunakan standar pelayanan yang tersertifikasi. Hal ini berfungsi agar para wisatawan merasa aman ketika menggunakan jasa dan produk tersebut. Berdasarkan penjelasan ini, maka dapat diidentifikasi beberapa faktor peluang dan tantangan dalam Pengembangan Wisata Halal di Aceh dilihat dari Sertifikasi sebagai berikut:

1) Kekuatan (internal)

- Fatwa DSN-MUI Nomor 108/DSN MUI(X) 2016 tentang Pedoman penyelenggaraan Pariwisata.
- Undang-undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal.
- Qanun Nomor 8 Tahun 2016 Tentang Jaminan Produk Halal.

2) Kelemahan (internal)

- Hotel atau penginapan, restoran atau rumah makan dan atau usaha penyedia jasa makanan dan minuman, Pelayanan Terapis (SPA, *Massage* dan Sauna) dan lainnya, pemandu wisata atau biro perjalanan wisata dan lainnya sebagian besar belum bersertifikat halal dari LPPOM MPU Aceh.

- Minat pelaku usaha masih sangat rendah dalam pengurusan sertifikasi halal.

3) Peluang (eksternal)

- Berpeluang mempercepat perkembangan wisata halal, karena nantinya akan tercipta ekosistem halal di Aceh.
- Produk, pelayanan, dan pengelolaan usaha pariwisata memiliki standar halal.
- Memberikan pengakuan terhadap produk, pelayanan dan pengelolaan sehingga menciptakan kenyamanan dan kepuasan pengguna layanan yaitu wisatawan.

4) Ancaman (eksternal)

- Oktober 2019 berlakunya undang-undang dan qanun tentang jaminan produk halal, sehingga badan usaha yang tidak memiliki sertifikasi harus menutup usahanya.

5. Social Capital

Social Capital merupakan suatu sistem yang mengacu kepada atau hasil dari organisasi sosial dan ekonomi, seperti pandangan umum (*world-view*), kepercayaan (*trust*), pertukaran timbal balik (*reciprocity*), pertukaran ekonomi dan informasi (*informational and economic exchange*), kelompok-kelompok formal dan informal (*formal and informal groups*), serta asosiasi-asosiasi yang melengkapi capital-capital lainnya (fisik, manusiawi, budaya) sehingga memudahkan terjadinya tindakan kolektif, pertumbuhan ekonomi, dan pembangunan (Colletta & Cullen, 2000).

Sedangkan Putnam (1993) mendefinisikan *social capital* sebagai suatu nilai *mutual trust* (kepercayaan) antara anggota masyarakat dan masyarakat terhadap pemimpinnya. *Social capital* didefinisikan sebagai institusi sosial yang melibatkan jaringan (*network*), norma-norma (*norms*), dan kepercayaan social (*social trust*) yang mendorong pada sebuah kolaborasi social (koordinasi dan kooperasi) untuk kepentingan bersama.

Dari definisi di atas jika dikaitkan dengan pariwisata halal,

segala potensi yang ada di dalam masyarakat dapat digerakkan dalam pengembangan percepatan pariwisata halal di Aceh. Berdasarkan penjelasan ini, maka dapat diidentifikasi beberapa faktor peluang dan tantangan dalam Pengembangan Wisata Halal di Aceh dilihat dari *sosial capital* sebagai berikut:

1) Kekuatan (internal)

- Masyarakat Aceh dinilai sangat ramah terhadap tamu karena adanya adat *pemulia jame*.
- Masyarakat Aceh dikenal sebagai penyumbang terbesar bagi kemerdekaan Republik Indonesia. Hal ini dibuktikan dari bantuan yang diberikan rakyat Aceh berupa Pesawat terbang, sehingga menunjukkan bahwa masyarakat Aceh suka menolong sesama.

2) Kelemahan (internal)

- Kurang adanya koordinasi antara beberapa dinas terkait, masyarakat dan pelaku usaha dalam mengembangkan industri pariwisata. Salah satu contohnya dinas Budaya dan Pariwisata ingin mengembangkan destinasi kawasan wisata bahari, tentu saja harus bekerjasama dengan dinas Pekerjaan Umum (PU) dan Perhubungan untuk membangun jalan yang menghubungkan dengan obyek wisata, serta pelaku usaha dan masyarakat sekitar untuk berinvestasi.

3) Peluang (eksternal)

- Pasca tsunami orang luar sudah banyak lagi yang berdatangan ke Aceh, karena selain memberikan bantuan juga melakukan program kerjasama pembangunan Aceh Pasca tsunami. Hal ini menjadi peluang bagi Aceh untuk menarik kembali minat wisatawan baik nusantara dan mancanegara untuk berwisata ke Aceh.
- Pada tahun 2016, Aceh memenangkan tiga kategori dalam Anugerah Pariwisata Halal Terbaik tingkat nasional, yaitu Kategori Bandara Ramah Wisatawan Muslim Terbaik, Destinasi Budaya Ramah Wisatawan Muslim Terbaik, dan Daya Tarik Wisata Terbaik.
- Berpeluang mengembangkan industri wisata halal atau syariah dan menjadikan Aceh masuk dalam pangsa pasar dunia.

4) Ancaman (eksternal)

- Menjadi destinasi yang *high cost* karena adanya pungutan liar di kawasan tempat wisata. Selain itu di beberapa tempat destinasi adanya perbedaan harga barang untuk wisatawan mancanegara.
- Persepsi masyarakat yang akan datang ke Aceh, salah satunya isu keamanan, dan hal ini merupakan isu yang sangat strategis untuk mempengaruhi minat para wisatawan lokal dan mancanegara.

D. Analisis SWOT Faktor Peluang dan Tantangan Wisata Halal di Aceh

Berdasarkan identifikasi faktor internal dan eksternal mengenai peluang dan tantangan wisata halal di Aceh, berikut akan ditampilkan rekapitulasi Faktor Internal dan Eksternal Wisata Halal di Aceh:

Tabel 4.28
Rekapitulasi Faktor Internal dan Eksternal Wisata Halal di Aceh

Indikator		Faktor Internal	Faktor Eksternal
		Kekuatan	Peluang
Regulasi	Pemerintah	1) UU No. 9 Tahun 1990 tentang kepariwisataan. 2) PP No. 67 Tahun 1996 tentang Penyelenggaraan Kepariwisata 3) Perpres No. 2 Tahun 2007 tentang Pengesahan ASEAN <i>Tourism Agreement</i> (Persetujuan Pariwisata ASEAN) 4) UU No. 10 Tahun	1) UU No.10 Tahun 2009 Tentang Penyelenggaraan Kepariwisata 2) Adanya qanun dan Fatwa DSN

		<p>2009 Tentang Penyelenggaraan Kepariwisata</p> <p>5) UU No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal</p> <p>6) UU RI No. 11 Tahun 2006 tentang UU Pemerintah Aceh</p> <p>7) Fatwa DSN-MUI Nomor 108/DSN MUI(X) 2016 tentang Pedoman penyelenggaraan Pariwisata</p>	
	Masyarakat	<p>1) Qanun Provinsi Nanggroe Aceh Darussalam No. 11 Tahun 2002 tentang Pelaksanaan Syariat Islam Bidang aqidah, Ibadah dan Syi'ar Islam</p> <p>2) Qanun No. 9 Tahun 2008 Tentang Pembinaan Kehidupan Adat dan Adat Istiadat</p> <p>3) Qanun No. 8 Tahun 2013 Tentang Pariwisata</p> <p>4) Qanun No. 6 Tahun 2014 Tentang Hukum Jinayah</p> <p>5) Qanun No. 8 Tahun 2015 Tentang</p>	<p>1) Aceh dikenal sebagai satu-satunya daerah di Indonesia yang memberlakukan syariah Islam.</p> <p>2) Aceh dijuluki sebagai Negeri Serambi Mekkah.</p> <p>3) Adanya perhatian khusus dari masyarakat internasional terhadap Aceh pasca konflik dan bencana tsunami yang menjadikan daya tarik tersendiri.</p>

		Pembinaan dan Perlindungan Aqidah 6) Qanun No. 8 Tahun 2016 Tentang Jaminan Produk Halal 7) Qanun No. 11 Tahun 2018 Lembaga Keuangan Syariah 8) Qanun No. 8 Tahun 2015 Tentang Pembinaan dan Perlindungan Aqidah 9) Qanun No. 9 Tahun 2018 Tentang Pembinaan Kehidupan Adat dan Istiadat	
Human Resource		1) Adanya seniman dan budayawan yang berjumlah 612, sanggar seni sebanyak 1146, kelompok sadar wisata berjumlah 362 dan pemandu wisata berjumlah 967 orang 2) Adanya pengclusteran kawasan pengembangan wisata yang tersebar di 23 kabupaten/kota di Aceh.	1) Aceh memiliki SDM yang unggul dan dikenal sebagai daerah yang menghasilkan banyak tokoh intelektual. 2) Data GMTI-IMTI 2019 menempatkan Aceh sebagai peringkat kedua setelah Lombok dari sepuluh destinasi wisata halal di Indonesia. 3) Pemahaman keagamaan yang

			<p>dibina sejak lahir sampai dewasa yang pada akhirnya membentuk karakter Sumber daya Manusia yang Islami, menjadikan peluang pengembangan wisata syariah di Aceh.</p>
Infrastruktur		<p>1) Memiliki 774 situs/cagar budaya yang tersebar di seluruh Provinsi Aceh.</p> <p>2) Kemegahan Masjid Raya Baiturrahman dari segi sejarah dan ornamennya serta beberapa masjid lainnya menghadirkan nuansa religi yang cukup kuat.</p> <p>3) Adanya situs tsunami baik yang alamiah dan buatan.</p>	<p>1) Pada <i>Word Halal Tourism Award</i> 2016 di Dubai, Aceh memenangkan kategori <i>World's Best Airport for Halal Travelers</i>. Dalam ajang Anugerah Pesona Indonesia (API) 2018 Masjid Raya Baiturrahman terpilih sebagai kategori wisata halal terpopuler di Indonesia.</p> <p>2) Menteri Pariwisata Republik Indonesia menetapkan tiga program pariwisata prioritas di Aceh yaitu Aceh sebagai <i>The World's Best Halal Cultural</i></p>

			<i>Destination, Sabang sebagai The World's Best Marine Tourism Destination dan Danau Laut Tawar sebagai The World Best Adventure Destination.</i>
Sertifikasi		<ol style="list-style-type: none"> 1) Fatwa DSN-MUI Nomor 108/DSN MUI(X) 2016 tentang Pedoman penyelenggaraan Pariwisata. 2) Undang-undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. 3) Qanun Nomor 8 Tahun 2016 Tentang Jaminan Produk Halal. 	<ol style="list-style-type: none"> 1) Berpeluang mempercepat perkembangan wisata halal, karena nantinya akan tercipta ekosistem halal di Aceh. 2) Produk, pelayanan, dan pengelolaan usaha pariwisata memiliki standar halal. 3) Memberikan pengakuan terhadap produk, pelayanan dan pengelolaan sehingga menciptakan kenyamanan dan kepuasan pengguna layanan yaitu wisatawan.
Social Capital		<ol style="list-style-type: none"> 1) Masyarakat Aceh dinilai sangat ramah terhadap tamu karena adanya adat <i>pemulia jame</i>. 	<ol style="list-style-type: none"> 1) Pasca tsunami orang luar sudah banyak lagi yang berdatangan ke Aceh. 2) Pada tahun 2016,

		2) Masyarakat Aceh dikenal sebagai penyumbang terbesar bagi kemerdekaan Republik Indonesia.	Aceh memenangkan tiga kategori dalam Anugerah Pariwisata Halal Terbaik tingkat nasional, yaitu Kategori Bandara Ramah Wisatawan Muslim Terbaik, Destinasi Budaya Ramah Wisatawan Muslim Terbaik, dan Daya Tarik Wisata Terbaik. 3) Berpeluang mengembangkan industri wisata halal atau syariah dan menjadikan Aceh masuk dalam pangsa pasar dunia.
Indikator		Kelemahan	Ancaman
Regulasi	Pemerintah	1) Adanya Peraturan daerah di tingkat kabupaten/kota yang dinilai terlalu eksklusif. 2) Literasi tentang wisata halal masih kurang.	1) Adanya peraturan daerah yang sifatnya eksklusif akan menjadikan ancaman bagi wisatawan khususnya non muslim yang tidak sengaja melakukan pelanggaran tersebut. 2) Masih adanya kepala daerah yang masih ragu memperdayakan

			kawasan wisata terutama daerah pantai, karena takut dampak dari wisata akan menimbulkan maksiat.
	Masyarakat	<ol style="list-style-type: none"> 1) Dunia pariwisata sering dikonotasikan dengan kegiatan maksiat. 2) Keengganan masyarakat untuk mencari tahu mengenai regulasi. 3) Katakutan masyarakat akan dampak buruk dengan adanya wisatawan. 4) Budaya keAcehan yang sudah mulai memudar diberbagai sektor. 5) Terbatasnya keterlibatan ulama/tokoh agama kharismatik dalam kegiatan kepariwisataan. 	<ol style="list-style-type: none"> 1) Adanya pergeseran nilai budaya pada masyarakat dan generasi muda. 2) Terjadinya degradasi moral terutama pada generasi muda karena adanya pengaruh eksternal.
Human Resource		<ol style="list-style-type: none"> 1) Kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) dalam bidang kepariwisataan masih lemah, khususnya dalam usaha pelayanan dan pengelolaan pariwisata. 2) Masih rendahnya pemahaman 	<ol style="list-style-type: none"> 1) Kreatifitas seni generasi muda yang berpedoman kepada nilai-nilai budaya Islami sudah mulai memudar. 2) Kurangnya pengelolaan dan pelayanan,

		<p>masyarakat terhadap sektor pariwisata</p> <p>3) Dalam pengemasan event masih rendahnya kreatifitas seni keAcehan yang bernuansa religi.</p> <p>4) Kurangnya promosi dari para pegiat wisata di Aceh.</p>	<p>sehingga wisatawan akan mencari destinasi wisata halal lainnya di Indonesia.</p>
Infrastruktur		<p>1) Ketersediaan fasilitas pendukung pariwisata masih terbatas, seperti akomodasi, angkutan wisata, hotel, restoran, pramuwisata, Biro perjalanan Pariwisata Syariah, dan lainnya.</p> <p>2) Pemeliharaan terhadap sarana pariwisata masih kurang.</p> <p>3) Kualitas sarana dan prasarana masih belum memadai atau belum memenuhi standar kelayakan.</p> <p>4) Tempat ibadah yang layak dan suci serta ketersediaan toilet dan air bersih di destinasi tujuan wisata masih belum memadai.</p>	<p>1) Penerbangan International hanya bisa melalui Malaysia yaitu dengan menggunakan Air Asia dan Firefly, sementara penerbangan lokal hanya ada 4 maskapai, akan tetapi akhir-akhir ini tiketnya sangat mahal.</p> <p>2) Kurang tersedianya infrastruktur yang memadai membuat wisatawan khususnya dari Timur Tengah memilih destinasi wisata halal lainnya.</p> <p>3) Akan mengganggu keamanan dan</p>

			kenyamanan wisatawan ketika mengunjungi kawasan obyek wisata.
Sertifikasi		<p>1) Hotel atau penginapan, restoran atau rumah makan dan atau usaha penyedia jasa makanan dan minuman, Pelayanan Terapis (SPA, Message dan Sauna) dan lainnya, pemandu wisata atau biro perjalanan wisata dan lainnya sebagian besar belum bersertifikat halal dari LPPOM MPU Aceh.</p> <p>2) Minat pelaku usaha masih sangat rendah dalam pengurusan sertifikasi halal.</p>	<p>1) Oktober 2019 berlakunya undang-undang dan qanun tentang jaminan produk halal, sehingga badan usaha yang tidak memiliki sertifikasi harus menutup usahanya.</p>
Social Capital		<p>1) Kurang adanya koordinasi antara beberapa dinas terkait, masyarakat dan pelaku usaha dalam mengembangkan industri pariwisata.</p>	<p>1) Menjadi destinasi yang <i>high cost</i> karena adanya pungutan liar di kawasan tempat wisata. Selain itu di beberapa tempat destinasi adanya perbedaan harga</p>

			barang untuk wisatawan mancanegara. 2) Persepsi masyarakat yang akan datang ke Aceh, salah satunya isu keamanan, dan hal ini merupakan isu yang sangat strategis untuk mempengaruhi minat para wisatawan lokal dan mancanegara.
--	--	--	--

Dari tabel rekapitulasi faktor internal dan eksternal di atas, maka hasil ini akan dipakai untuk menyusun matriks SWOT. Matriks ini nantinya akan menggambarkan secara jelas bagaimana faktor eksternal yang muncul yaitu peluang dan ancaman dapat disesuaikan dengan faktor internal yang dimiliki yaitu kekuatan dan kelemahan, sehingga matriks ini dapat menghasilkan empat kemungkinan alternatif strategi dalam pengembangan wisata halal di Aceh yang berdampak pada pertumbuhan ekonomi masyarakat.

Tabel 4.29

Matriks SWOT

IFAS	STRENGTH (S)	WEAKNESSES (W)
	1) UU No. 9 Tahun 1990 tentang kepariwisataan. 2) PP No. 67 Tahun 1996 tentang Penyelenggaraan Kepariwisataaan. 3) Perpres No. 2 Tahun 2007 tentang	1) Adanya Peraturan daerah di tingkat kabupaten/kota yang dinilai terlalu eksklusif. 2) Literasi tentang wisata halal masih kurang. 3) Dunia pariwisata

EFAS	<p>Pengesahan ASEAN <i>Tourism Agreement</i> (Persetujuan Pariwisata ASEAN).</p> <p>4) UU No. 10 Tahun 2009 Tentang Penyelenggaraan Kepariwisataaan.</p> <p>5) UU No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal.</p> <p>6) UU RI No. 11 Tahun 2006 tentang UU Pemerintah Aceh.</p> <p>7) Fatwa DSN-MUI Nomor 108/DSN MUI(X) 2016 tentang penyelenggaraan Pariwisata.</p> <p>8) Qanun Provinsi Nanggroe Aceh Darussalam No. 11 Tahun 2002 tentang Pelaksanaan Syariat Islam Bidang aqidah, Ibadah dan Syi'ar Islam.</p> <p>9) Qanun No. 9 Tahun 2008 Tentang Pembinaan Kehidupan Adat dan Adat Istiadat.</p> <p>10) Qanun No. 8 Tahun 2013 Tentang Pariwisata.</p> <p>11) Qanun No. 6 Tahun 2014 Tentang Hukum Jinayah</p> <p>12) Qanun No. 8 Tahun 2015 Tentang Pembinaan dan Perlindungan Aqidah.</p> <p>13) Qanun No. 8</p>	<p>sering dikonotasikan dengan kegiatan maksiat.</p> <p>4) Keengganan masyarakat untuk mencari tahu mengenai regulasi.</p> <p>5) Katakutan masyarakat akan dampak buruk dengan adanya wisatawan .</p> <p>6) Budaya keAcehan yang sudah mulai memudar diberbagai sektor.</p> <p>7) Terbatasnya keterlibatan ulama/tokoh agama kharismatik dalam kegiatan kepariwisataan.</p> <p>8) Kualitas Sumber Daya Manusia (SDM) dalam bidang kepariwisataan masih lemah, khususnya dalam usaha pelayanan dan pengelolaan pariwisata.</p> <p>9) Masih rendahnya pemahaman masyarakat terhadap sektor pariwisata.</p> <p>10) Dalam pengemasan event masih rendahnya kreatifitas seni keAcehan yang</p>
------	--	---

	<p>Tahun 2016 Tentang Jaminan Produk Halal.</p> <p>14) Qanun No. 11 Tahun 2018 Lembaga Keuangan Syariah.</p> <p>15) Qanun No. 8 Tahun 2015 Tentang Pembinaan dan Perlindungan Aqidah.</p> <p>16) Qanun No. 9 Tahun 2018 Tentang Pembinaan Kehidupan Adat dan Istiadat.</p> <p>17) Adanya seniman dan budayawan yang berjumlah 612, sanggar seni sebanyak 1146, kelompok sadar wisata berjumlah 362 dan pemandu wisata berjumlah 967 orang.</p> <p>18) Adanya pengclusteran kawasan pengembangan wisata yang tersebar di 23 kabupaten/kota di Aceh.</p> <p>19) Memiliki 774 situs/cagar budaya yang tersebar di seluruh Provinsi Aceh.</p> <p>20) Kemegahan Masjid Raya Baiturrahman dari segi sejarah dan ornamennya serta beberapa masjid</p>	<p>bernuansa religi.</p> <p>11) Kurangnya promosi dari para pegiat wisata di Aceh.</p> <p>12) Ketersediaan fasilitas pendukung pariwisata masih terbatas, seperti akomodasi, angkutan wisata, hotel, restoran, pramuwisata, Biro perjalanan Pariwisata Syariah, dan lainnya.</p> <p>13) Pemeliharaan terhadap sarana pariwisata masih kurang.</p> <p>14) Kualitas sarana dan prasarana masih belum memadai atau belum memenuhi standar kelayakan.</p> <p>15) Tempat ibadah yang layak dan suci serta ketersediaan toilet dan air bersih di destinasi tujuan wisata masih belum memadai.</p> <p>16) Hotel atau penginapan, restoran atau rumah makan dan atau usaha penyedia jasa makanan dan minuman,</p>
--	--	---

	<p>lainnya menghadirkan nuansa religi yang cukup kuat.</p> <p>21) Adanya situs tsunami baik yang alamiah dan buatan.</p> <p>22) Fatwa DSN-MUI Nomor 108/DSN MUI(X) 2016 tentang Pedoman penyelenggaraan Pariwisata.</p> <p>23) Undang-undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal.</p> <p>24) Qanun Nomor 8 Tahun 2016 Tentang Jaminan Produk Halal.</p> <p>25) Masyarakat Aceh dinilai sangat ramah terhadap tamu karena adanya adat <i>pemulia jame</i>.</p> <p>26) Masyarakat Aceh dikenal sebagai penyumbang terbesar bagi kemerdekaan Republik Indonesia.</p>	<p>Pelayanan Terapis (SPA, Massage dan Sauna) dan lainnya, pemandu wisata atau biro perjalanan wisata dan lainnya sebagian besar belum bersertifikat halal dari LPPOM MPU Aceh.</p> <p>17) Minat pelaku usaha masih sangat rendah dalam pengurusan sertifikasi halal.</p> <p>18) Kurang adanya koordinasi antara beberapa dinas terkait, masyarakat dan pelaku usaha dalam mengembangkan industri pariwisata.</p>
<p>OPPORTUNITIES (O)</p> <p>1) UU No.10 Tahun 2009 Tentang Penyelenggaraan Kepariwisata.</p> <p>2) Adanya qanun dan Fatwa DSN.</p> <p>3) Aceh dikenal sebagai satu-satunya daerah di Indonesia yang memberlakukan</p>	<p>STRATEGI SO</p> <p>1) Dari segi regulasi baik local maupun nasional, Aceh memiliki potensi yang cukup besar dalam pengembangan wisata halal.</p> <p>2) Dengan adanya regulasi sistem jaminan halal, maka akan mempercepat</p>	<p>STRATEGI WO</p> <p>1) Perlunya edukasi dan sosialisasi kepada masyarakat mengenai pentingnya sector pariwisata yang berdampak pada pertumbuhan ekonomi masyarakat.</p> <p>2) Perlu adanya</p>

<p>syariah Islam.</p> <p>4) Aceh dijuluki sebagai Negeri Serambi Mekkah.</p> <p>5) Adanya perhatian khusus dari masyarakat internasional terhadap Aceh pasca konflik dan bencana tsunami yang menjadikan daya tarik tersendiri.</p> <p>6) Aceh memiliki SDM yang unggul dan dikenal sebagai daerah yang menghasilkan banyak tokoh intelektual.</p> <p>7) Data GMTI-IMTI 2019 menempatkan Aceh sebagai peringkat kedua setelah Lombok dari sepuluh destinasi wisata halal di Indonesia.</p> <p>8) Pemahaman keagamaan yang dibina sejak lahir sampai dewasa yang pada akhirnya membentuk karakter Sumber daya Manusia yang Islami, menjadikan peluang pengembangan</p>	<p>pengembangan wisata halal.</p> <p>3) Adanya pengclustering dari keberagaman obyek wisata yang tersebar di seluruh kabupaten/kota di Aceh merupakan strategi yang tepat dalam pengembangan wisata halal.</p> <p>4) Keramahtamahan masyarakat Aceh yang diimbangi oleh nilai-nilai keislaman akan menjadi potensi besar dalam pengembangan wisata halal.</p> <p>5) Sejarah kejayaan Aceh, konflik dan tsunami menjadikan Aceh sebagai <i>center of education</i> bagi wisatawan nusantara dan mancanegara.</p> <p>6) Berbagai event yang dimenangkan baik skala nasional maupun internasional, maka akan memudahkan Aceh dalam mempromosikan wisata halal.</p> <p>7) Dengan lahirnya berbagai qanun Syariah di Aceh, akan membentuk eco-halal secara system, sehingga akan mempercepat sektor pariwisata halal di Aceh.</p>	<p>pelestarian nilai-nilai budaya/kearifan lokal tanpa mengesampingkan perubahan modernisasi.</p> <p>3) Potensi wisata yang cukup besar harus diimbangi oleh ketersediaan sarana dan prasarana.</p> <p>4) Memberikan pendampingan terhadap pelaku usaha dalam pengurusan sertifikasi halal.</p> <p>5) Untuk mewujudkan sinergisitas, maka perlu adanya koordinasi dengan dinas-dinas terkait.</p>
---	--	---

<p>wisata syariah di Aceh.</p> <p>9) Pada <i>Word Halal Tourism Award 2016</i> di Dubai, Aceh memenangkan kategori <i>World's Best Airport for Halal Travelers</i>. Dalam ajang Anugerah Pesona Indonesia (API) 2018 Masjid Raya Baiturrahman terpilih sebagai kategori wisata halal terpopuler di Indonesia.</p> <p>10) Menteri Pariwisata Republik Indonesia menetapkan tiga program pariwisata prioritas di Aceh yaitu Aceh sebagai <i>The World's Best Halal Cultural Destination</i>, Sabang sebagai <i>The World's Best Marine Tourism Destination</i> dan Danau Laut Tawar sebagai <i>The World Best Adventure Destination</i>.</p> <p>11) Berpeluang mempercepat perkembangan wisata halal, karena nantinya akan tercipta ekosistem halal di Aceh.</p> <p>12) Produk, pelayanan, dan</p>		
--	--	--

<p>pengelolaan usaha pariwisata memiliki standar halal.</p> <p>13) Memberikan pengakuan terhadap produk, pelayanan dan pengelolaan sehingga menciptakan kenyamanan dan kepuasan pengguna layanan yaitu wisatawan.</p> <p>14) Pasca tsunami orang luar sudah banyak lagi yang berdatangan ke Aceh.</p> <p>15) Pada tahun 2016, Aceh memenangkan tiga kategori dalam Anugerah Pariwisata Halal Terbaik tingkat nasional, yaitu Kategori Bandara Ramah Wisatawan Muslim Terbaik, Destinasi Budaya Ramah Wisatawan Muslim Terbaik, dan Daya Tarik Wisata Terbaik.</p> <p>16) Berpeluang mengembangkan industri wisata halal atau syariah dan menjadikan Aceh masuk dalam pangsa pasar dunia.</p>		
--	--	--

TREATHS (T)	STRATEGI ST	STRATEGI WT
<ol style="list-style-type: none"> 1) Adanya peraturan daerah yang sifatnya eksklusif akan menjadikan ancaman bagi wisatawan khususnya non muslim yang tidak sengaja melakukan pelanggaran tersebut. 2) Masih adanya kepala daerah yang masih ragu memperdayakan kawasan wisata terutama daerah pantai, karena takut dampak dari wisata akan menimbulkan maksiat. 3) Adanya pergeseran nilai budaya pada masyarakat dan generasi muda. 4) Terjadinya degradasi moral terutama pada generasi muda karena adanya pengaruh eksternal. 5) Kreatifitas seni generasi muda yang berpedoman kepada nilai-nilai budaya Islami sudah mulai memudar. 6) Kurangnya pengelolaan dan pelayanan, sehingga wisatawan akan 	<ol style="list-style-type: none"> 1) Meningkatkan pemahaman kepala daerah di tingkat kabupaten/kota tentang potensi wisata halal di Aceh. 2) Memperkuat kembali nilai-nilai budaya keislaman pada masyarakat khususnya generasi muda. 3) Meningkatkan kualitas pengelolaan dan pelayanan yang terkait kepariwisataan. 4) Menyediakan infrastruktur yang memadai. 5) Menambah jalur penerbangan internasional, karena selama ini hanya melalui Malaysia. 	<ol style="list-style-type: none"> 1) Memberdayakan ulama/tokoh-tokoh agama dan masyarakat dalam sektor pariwisata halal. 2) Menciptakan iklim yang kondusif, sehingga wisatawan nyaman berkunjung ke Aceh. 3) Mempercepat proses pengurusan sertifikasi halal, sehingga layanan halal dijamin pada pariwisata halal benar-benar tersedia. 4) Melakukan standarisasi pada kualitas sarana dan prasarana. 5) Melakukan <i>recruitment volunteers</i> dan pendampingan khusus yang berkelanjutan untuk meningkatkan kualitas SDM kepariwisataan. 6) Melibatkan peran serta masyarakat dalam mempromosikan wisata halal.

<p>mencari destinasi wisata halal lainnya di Indonesia.</p> <p>7) Penerbangan International hanya bisa melalui Malaysia yaitu dengan menggunakan Air Asia dan Firefly, sementara penerbangan lokal hanya ada 4 maskapai, akan tetapi akhir-akhir ini tiketnya sangat mahal.</p> <p>8) Kurang tersedianya infrastruktur yang memadai membuat wisatawan khususnya dari Timur Tengah memilih destinasi wisata halal lainnya.</p> <p>9) Akan mengganggu keamanan dan kenyamanan wisatawan ketika mengunjungi kawasan obyek wisata.</p> <p>10) Oktober 2019 berlakunya undang-undang dan qanun tentang jaminan produk halal, sehingga badan usaha yang tidak memiliki sertifikasi harus</p>		
--	--	--

<p>menutup usahanya.</p> <p>11)Menjadi destinasi yang <i>high cost</i> karena adanya pungutan liar di kawasan tempat wisata. Selain itu di beberapa tempat distinasi adanya perbedaan harga barang untuk wisatawan mancanegara.</p> <p>12)Persepsi masyarakat yang akan datang ke Aceh, salah satunya isu keamanan, dan hal ini merupakan isu yang sangat strategis untuk mempengaruhi minat para wisatawan lokal dan mancanegara.</p>		
--	--	--

i. Strategi SO

Strategi yang bisa dilakukan dengan kekuatan yang ada lalu berupaya memanfaatkan peluang sebesar-besarnya dalam rangka mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat sebagai berikut:

- a) Dari segi regulasi baik lokal maupun nasional, Aceh memiliki potensi yang cukup besar dalam pengembangan wisata halal.
- b) Dengan adanya regulasi sistem jaminan halal, maka akan mempercepat pengembangan wisata halal.
- c) Adanya pengclusteran dari keberagaman obyek wisata yang tersebar di seluruh kabupaten/kota di Aceh merupakan strategi yang tepat dalam pengembangan wisata halal.

- d) Keramahtamahan masyarakat Aceh yang diimbangi oleh nilai-nilai keislaman akan menjadi potensi besar dalam pengembangan wisata halal.
- e) Sejarah kejayaan Aceh, konflik dan tsunami menjadikan Aceh sebagai *center of education* bagi wisatawan nusantara dan mancanegara.
- f) Berbagai event yang dimenangkan baik skala nasional maupun internasional, maka akan memudahkan Aceh dalam mempromosikan wisata halal.
- g) Dengan lahirnya berbagai qanun Syariah di Aceh, akan membentuk eco-halal secara system, sehingga akan mempercepat sektor pariwisata halal di Aceh.

ii. Strategi ST

Strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki dengan cara mengatasi berbagai ancaman yang datang baik dari dalam maupun luar bagi pengembangan ekonomi masyarakat, maka ada beberapa upaya yang bisa dilakukan sebagai berikut:

- a) Meningkatkan pemahaman kepala daerah di tingkat kabupaten/kota tentang potensi wisata halal di Aceh.
- b) Memperkuat kembali nilai-nilai budaya keislaman pada masyarakat khususnya generasi muda.
- c) Meningkatkan kualitas pengelolaan dan pelayanan yang terkait kepariwisataan.
- d) Menyediakan infrastruktur yang memadai.
- e) Menambah jalur penerbangan internasional, karena selama ini hanya melalui Malaysia.

iii. Strategi WO

Strategi ini diterapkan dengan memanfaatkan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada dalam pengembangan wisata halal di Aceh. Ada beberapa upaya yang bisa dilakukan sebagai berikut:

- a) Perlunya edukasi dan sosialisasi kepada masyarakat mengenai pentingnya sector pariwisata yang berdampak pada pertumbuhan ekonomi masyarakat.
- b) Perlu adanya pelestarian nilai-nilai budaya/kearifan lokal tanpa mengesampingkan perubahan modernisasi.
- c) Potensi wisata yang cukup besar harus diimbangi oleh ketersediaan sarana dan prasarana.
- d) Memberikan pendampingan terhadap pelaku usaha dalam pengurusan sertifikasi halal.
- e) Untuk mewujudkan sinergisitas, maka perlu adanya koordinasi dengan dinas-dinas terkait.

iv. Strategi WT

Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat *defensive* dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman bagi pengembangan wisata halal di Aceh. Dengan demikian ada beberapa upaya yang bisa dilakukan sebagai berikut:

- a) Memberdayakan ulama/tokoh-tokoh agama dan masyarakat dalam sektor pariwisata halal.
- b) Menciptakan iklim yang kondusif, sehingga wisatawan nyaman berkunjung ke Aceh.
- c) Mempercepat proses pengurusan sertifikasi halal, sehingga layanan halal dijamin pada pariwisata halal benar-benar tersedia.

- d) Melakukan standarisasi pada kualitas sarana dan prasarana.
- e) Melakukan recruitment volunteers dan pendampingan khusus yang berkelanjutan untuk meningkatkan kualitas SDM kepariwisataan.
- f) Melibatkan peran serta masyarakat dalam mempromosikan wisata halal.

E. Analisis Model Wisata Halal Di Aceh Dalam Bingkai Penegakan Syariah Islam

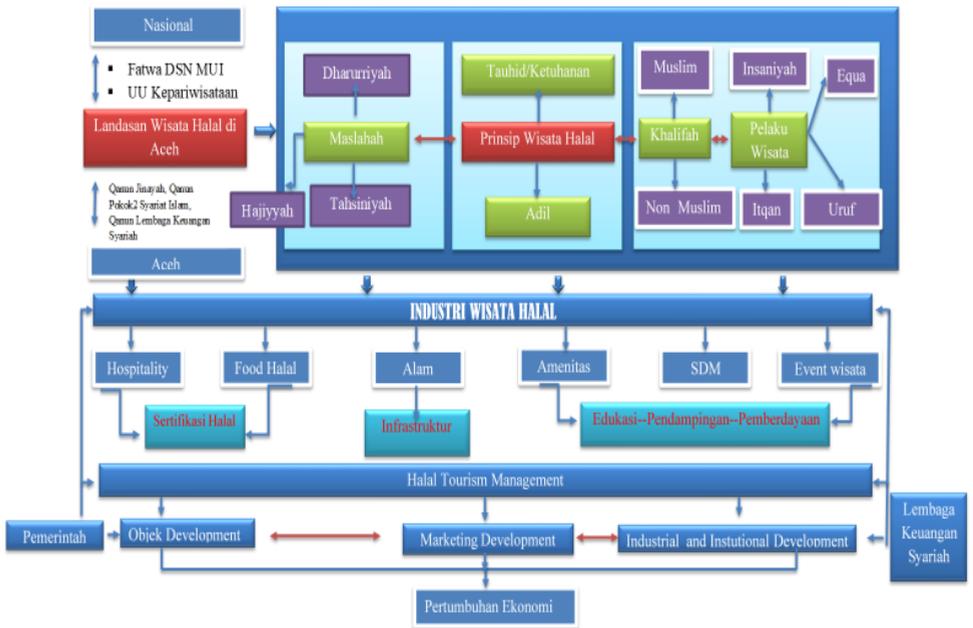
Aceh mempunyai keragaman jenis wisata yang merupakan potensi bagi pengembangan pariwisata halal disatu sisi, disisi lain Aceh juga terkenal dengan daerah yang menerapkan syariat Islam dengan berbagai aturan qanun (peraturan daerah) syariat dalam implementasi nilai-nilai syariah dalam kehidupan harian masyarakat Aceh. Jika melihat dari definisi pariwisata halal, Aceh merupakan daerah yang bukan hanya menyediakan kemudahan bagi wisatawan dalam memenuhi kewajiban agama Islam saat berwisata, akan tetapi lebih jauh dari itu semua bentuk wisata baik wisata alam, wisata bahari dan budaya, wisata pertualangan, agrowisata, wisata bahari dan ekologi maupun wisata kuliner dan heritage dan setiap atraksi wisata dipastikan dilakukan sesuai dengan nilai-nilai syariah. Oleh karena itu, wisata di Aceh lebih tepat jika disebut dengan wisata syariah dibandingkan dengan wisata halal. Walaupun saat ini, di dunia internasional wisata halal lebih dikenal dibandingkan dengan wisata syariah.

Wisata syariah yang dimaksudkan disini meliputi semua industri pariwisata yang terlibat, atraksi wisata, tempat-tempat wisata dan amenitas harus sesuai dengan syariah. Hal ini merupakan tuntutan dari pembelakuan syariat Islam di Aceh. Oleh karena itu

pola dan bentuk wisata halal yang dikembangkan di Aceh jauh berbeda dengan konsep wisata halal di tempat lain.

Berdasarkan hasil wawancara, fokus group diskusi (FGD), analisis SWOT serta persepsi wisatawan yang datang ke Aceh, maka penelitian ini memberikan model penerapan wisata halal dalam bingkai penegakan syariat Islam di Aceh yang mampu mendorong pertumbuhan ekonomi rakyat Aceh. Ini merupakan jawaban dari rumusan masalah penelitian ketiga dan keempat penelitian ini.

Adapun model wisata halal Aceh bagi mendorong pertumbuhan sektor ekonomi masyarakat Aceh digambarkan dalam gambar berikut ini:



Gambar 4.8
Model Wisata Halal Aceh Bagi Mendorong Pertumbuhan Sektor
Ekonomi Masyarakat Aceh

Model di atas dapat dijelaskan sebagai berikut, Aceh sebagai salah satu provinsi di Indonesia dalam operasionalisasi kegiatan wisata berpedoman kepada undang-undang yang telah ditetapkan secara nasional yang menjadi landasan utama kegiatan sektor wisata. Adapun landasar yuridis kegiatan sektor wisata adalah:

- Undang-undang Nomor 9 Tahun 1990 tentang kepariwisataan. Penyelenggaraan kepariwisataan dilaksanakan berdasarkan asas manfaat, usaha bersama dan kekeluargaan, adil dan merata, perikehidupan dalam keseimbangan, dan kepercayaan pada diri sendiri.
- Peraturan Pemerintah Nomor 67 Tahun 1996 tentang Penyelenggaraan Kepariwisataaan.
- Perpres Nomor 2 Tahun 2007 tentang Pengesahan ASEAN *Tourism Agreement* (Persetujuan Pariwisata ASEAN). Perpres ini merupakan hasil perundingan antara para wakil Negara-Negara ASEAN.
- Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Penyelenggaraan Kepariwisataaan. Kepariwisataaan diselenggarakan dengan prinsip diantaranya menjunjung tinggi norma agama dan nilai budaya, hak asasi manusia, keberagaman budaya, dan kearifan lokal serta menjamin keterpaduan antarsektor, antardaerah. Hal ini akan mempertegas dan memperkuat pengembangan wisata halal di Aceh.
- Undang-undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. UU tersebut merupakan sebuah bentuk kepastian hukum dari pemerintah mengenai jaminan produk halal di Indonesia. Sehingga nantinya diharapkan semua produk yang beredar di Indonesia dapat memiliki sertifikat halal. Undang-Undang Jaminan Produk Halal akan berlaku pada tahun ini yaitu 2019.
- Undang-undang RI Nomor 11 Tahun 2006 tentang Undang-undang Pemerintah Aceh. Dengan adanya UUPA tersebut memberikan wewenang penuh kepada pemerintah Aceh untuk menjalankan konsep wisata halal sesuai dengan keinginan masyarakat Aceh dan tidak harus sama dengan wilayah lainnya di Indonesia. Undang-undang tersebut juga tidak berlawanan dengan UUD 1945 dan aturan yang

dibuat oleh Pemerintah Pusat. Sehingga realisasi dari UUPA tersebut, maka lahirlah qanun.

- Fatwa DSN-MUI Nomor 108/DSN MUI(X) 2016 tentang Pedoman penyelenggaraan Pariwisata. Selain adanya prinsip umum mengenai penyelenggaraan wisata wajib terhindar dari kemusyrikan, kemaksiatan, kemafsadatan, *tabdzir/israf*, dan kemungkaran serta menciptakan kemaslahatan dan kemanfaatan baik secara material maupun spiritual, Fatwa ini didalamnya juga memiliki ketentuan-ketentuan, seperti; ketentuan terkait para pihak dan akad, hotel syariah, wisatawan, destinasi wisata, spa, sauna dan *massage*, Biro Perjalanan Wisata Syariah (BPWS) serta Pemandu Wisata. Oleh karenanya adanya fatwa ini menjadikan sebuah kekuatan dalam mendorong percepatan pengembangan wisata halal, bahkan bisa jadi naik ke tingkatan berikutnya yaitu wisata syariah.

Disisi lain, Pemerintah Aceh juga menerbitkan peraturan pemerintah (baca: qanun) Aceh terkait kehidupan masyarakat Aceh yang langsung atau tidak langsung berhubungan dengan kegiatan kepariwisataan. Karena Aceh adalah daerah khusus yang menerapkan syariat Islam, sehingga banyak aturan yang dikeluarkan berhubungan dengan wisata secara tidak langsung dan menjadi pedoman dalam kegiatan kepariwisataan. Yaitu:

- Qanun Provinsi Nanggroe Aceh Darussalam Nomor 11 Tahun 2002 tentang Pelaksanaan Syariat Islam Bidang aqidah, Ibadah dan Syi'ar Islam.
- Qanun Nomor 9 Tahun 2008 Tentang Pembinaan Kehidupan Adat dan Adat Istiadat. Ruang lingkup pembinaan dan pengembangan kehidupan adat dan adat istiadat meliputi segenap kegiatan kehidupan bermasyarakat yang intinya berpedoman pada nilai-nilai islami.
- Qanun Nomor 8 Tahun 2013 Tentang Pariwisata. Dalam qanun ini ditetapkan bahwa penyelenggaraan kepariwisataan Aceh harus berasaskan; *Pertama*; iman dan Islam, *Kedua*; keamanan, *Ketiga*; keadilan, *keempat*; kerakyatan, *Kelima*; kebersamaan, *Keenam*;kelestarian,

Ketujuh; keterbukaan, dan *Kedelapan*; adat, budaya dan kearifan lokal. *Kedelapan* asas ini menjadi penguat bagi pemerintah dalam mengembangkan wisata halal.

- Qanun Nomor 6 Tahun 2014 Tentang Hukum Jinayah.
- Qanun Nomor 8 Tahun 2015 Tentang Pembinaan dan Perlindungan Aqidah.
- Qanun Nomor 8 Tahun 2016 Tentang Jaminan Produk Halal. Qanun tersebut merupakan acuan penentuan halal yang didasarkan pada beberapa hal yaitu bahan dan peralatan serta prosesnya harus sesuai dengan ketentuan syariah. Kemudian Sistem Jaminan Produk Halal (SPJH) ini juga berasaskan keislaman, keadilan, perlindungan, kepastian, pengayoman, keterbukaan, efektifitas dan efisiensi. Qanun ini juga diharapkan mempercepat pelaku usaha melakukan sertifikasi.
- Qanun Nomor 11 Tahun 2018 Lembaga Keuangan Syariah.
- Qanun Nomor 8 Tahun 2015 Tentang Pembinaan dan Perlindungan Aqidah.
- Qanun Nomor 9 Tahun 2018 Tentang Pembinaan Kehidupan Adat dan Istiadat.

Keberadaan tata hukum nasional dan daerah diatas menjadikan Aceh berbeda dengan daerah lainnya di Indonesia dalam kegiatan kepariwisataan. Aceh, mau tidak mau harus menyusun pola wisata yang berbeda dan unik dibandingkan dengan wisata halal di tempat yang lain.

Bagi mendorong jalannya wisata halal di Aceh maka model wisata halal di Aceh dijalankan dengan memperhatikan faktor-faktor berikut:

- a. Prinsip- Prinsip Wisata Halal
- b. Industri Wisata Halal
- c. Manajemen (tata kelola) Wisata Halal guna mendorong pertumbuhan ekonomi.

Ketika hal tersebut dapat dijelaskan di bawah ini:

A) Prinsip-Prinsip Wisata Halal

Ada beberapa prinsip yang harus melandasi kegiatan wisata halal. Yaitu; tauhid, keadilan, dan khalifah. Untuk detainya dapat dilihat pada penjelasan di bawah ini:

i. Prinsip Tauhid (Ketuhanan)

Kata tauhid dalam bahasa Arab merupakan bentuk *masdar* (kata dasar) dari kata "*wahhada-yuwahhidu-tauhid*" yang berarti mengesa-kan dan mengakui ke-esa-an. Prinsip tauhid merupakan suatu keyakinan yang menegaskan bahwa hanya Allah SWT yang telah menciptakan dan mengatur alam semesta ini (Ibn Kathir, 1999: 4, 389). Sebagai kesannya nilai tauhid pada diri seseorang adalah menjadikan Allah SWT yang wajib disembah, tempat meminta petunjuk dan pertolongan. Hal ini difirmankan oleh Allah SWT yang artinya: "*...Dia telah memerintahkan agar kamu tidak menyembah selain Dia. Itulah agama yang lurus, tetapi kebanyakan manusia tidak mengetahu*" (Surah Yusuf, 12: 40).

Dasar utama dari keyakinan dalam Islam adalah keyakinan bahwa tidak ada tuhan yang disembah selain daripada Allah SWT. Setiap aspek kehidupan manusia harus meyakini hal ini. Sehingga semua aktivitas seperti ekonomi, politik, sosial dan budaya harus menjadikan Allah SWT sebagai tujuan utama. Ini ditegaskan dalam firman Allah SWT yang artinya: *Katakanlah: "Sesungguhnya shalat, ibadah, hidup dan matiku hanyalah untuk Allah SWT, Tuhan semesta alam, tiada sekutu bagi-Nya; dan demikian itulah yang diperintahkan kepadaku dan aku adalah orang yang pertama-tama menyerahkan diri (kepada Allah SWT)"* (Surah al An'am, 6: 162-163).

Rasulullah SAW juga bersabda ketika mengirim Mu'az bin Jabal ke Yaman yang artinya: "*Ajallah mereka supaya mengakui bahwa tidak ada tuhan selain Allah SWT dan sesungguhnya aku pesuruh Allah SWT. Jika mereka telah mematuhi yang sedemikian, terangkan kepada mereka bahwa Allah SWT mewajibkan kepada mereka shalat lima kali sehari*

semalam. Kalau mereka telah mentaatinya, ajarkanlah bahwa Allah SWT memerintahkan kepada mereka supaya membayar zakat harta mereka dan diberikan kepada orang-orang miskin” (Al-Bukhari: hadis no. 1337).

Di hadis yang lain, Abu Hurairah melaporkan bahwa Rasulullah SAW bersabda yang artinya: *“Allah SWT berfirman: Wahai anak Adam, kerjakan ibadah semata-mata untuk-Ku, niscaya Akuenuhi dadamu dengan kekayaan dan Aku tutup kemiskinanmu. Jika engkau tidak kerjakan, maka Aku memenuhi dadamu dengan kesibukan dan Aku tidak menutup kemiskinanmu” (Hadist Qudsi diriwayatkan al-Tirmizi; hadis no.2584).*

Ayat-ayat Al-Qur’an dan Al-hadis di atas menjelaskan bahwa intisari ajaran tauhid adalah penyerahan diri dan mengabdikan kehidupan sepenuhnya kepada kehendak syari’at Allah SWT. Kehendak Allah SWT merupakan sumber nilai dan tujuan dari manusia untuk memperoleh keridhaan Allah SWT. Inilah yang dikatakan sebagai bentuk keimanan.

Keimanan yang menimbulkan keyakinan bahwa segala sesuatu yang menimpa seorang Muslim, diusahakan atau tidak diusahakan selalu berasal dari kehendak Allah SWT. Sehingga setiap pelaksanaan yang dilakukan selalu dan semestinya didorong oleh pengharapan atas keridhaan Allah SWT. Sebagai contoh, rezeki berada dalam genggaman Allah SWT, jika Allah SWT berkehendak untuk melapangkan rezeki hamba-Nya maka tidak ada seorang pun yang mampu untuk menghalanginya. Sebagaimana juga sebaliknya, jika Allah SWT berkendak membatasi rezeki hamba-Nya, niscaya tidak seorang pun dapat memperluaskannya. Segala sesuatu yang telah ditetapkan untuk dinikmati oleh seseorang pasti akan dinikmati oleh orang yang berkenaan.

Dengan kesadaran dan keyakinan nilai-nilai tauhid ini, seseorang akan terbebas daripada ketakutan, kelemahan dan keresahan disamping memperbanyak kesabaran dan keberanian. Ia

akan terbebas daripada kesulitan kehidupan dunia, kerakusan dan kebakhilan. Dengan keyakinan dan kesadaran ini, maka dia akan mendapat kemuliaan, kemurahan dan kedermawanan (Othman & Ghafarullahuddin, 2005:121-123).

Penyelenggara wisata adalah sangat erat kaintannya dengan nilai-nilai tauhid itu sendiri. Seorang muslim yang menyediakan paket wisata atau menjadi wisatawan maka ada keyakinan bahwa apapun yang mereka akukan dalam kaitan kepariwisataan tidaklah boleh bertentangan dengan nilai-nilai ketauhidan. Tidak diperbolehkan melakukan transaksi ataupun bisnis wisata yang tidak beretika, menimbulkan kerugian bagi pihak lain dan melaksanakan kegiatan wisata yang dilarang oleh Allah SWT. Kegiatan wisata dan wisatawan mestilah memiliki rasa tanggungjawab terhadap apa yang dilakukan dan selalu memberikan nilai positif dan kebajikan bagi lingkungan sekitar. Ini adalah buah daripada keyakinan nilai-nilai tauhid dalam kehidupan. Segala sesuatu yang dilakukan hanya mencari ridha dari Allah SWT. Ridha dari Allah SWT baru diraih apabila menciptakan kemaslahatan dan mengikut garis panduan yang diterangkan dalam Al-Qur'an dan Al-Sunnah. Allah SWT berfirman dalam surah al-An'am, 6: 162 yang artinya: *Katakanlah: "Sesungguhnya shalat, ibadah, hidup dan matiku hanyalah untuk Allah SWT, Tuhan semesta alam"*.

ii. Prinsip Keadilan

Dalam al-Qur'an kata *al-'adl* dengan berbagai bentuknya disebut sebanyak 30 kali. Arti dasar kata ini mengandung dua makna yang berlawanan (*mutaqabilain*), pertama makna *istiwa'* (lurus) dan kedua makna *i'wijaj* (bengkok). Di samping kata *'adl* terdapat kata yang memiliki makna yang sama seperti *al-qist* dengan segala bentuknya disebut sebanyak 23 kali. Kata yang tersusun dari *q-s-t* mengandung dua makna yang berlainan (*mutadaddidain*). Kalau

dibaca *al-qist*, maka ia berarti *al-'adl* (adil), sementara kalau dibaca *al-qast*, maka maknanya *al-jurr* dan *al-qusut* yang mempunyai makna *al-udud an al-haq* (berpaling dari kebenaran) dan *al-qasat* bermakna *i'wijaj* (bengkok). Selain itu pula ada kata *al-wazn* dengan segala turunannya sebanyak 23 kali. Arti dasarnya adalah *ta'dil* dan *istiqamah* (pertengahan dan lurus). Sedangkan kata *al-wast* diungkapkan al-Qur'an sebanyak 5 kali yang arti asalnya adalah *al-'adl* dan *al-nisf* yang mempunyai makna tengah atau pusat (Al-Mawardi, 2007: 548).

Keadilan merupakan *sunnah kauniyyah* (ketetapan alami) yang di atasnya Allah SWT menegakkan langit dan bumi. Peradaban tidak boleh dibangun dan pembangunan tidak boleh berjalan kecuali di bawah naungan keadilan. Negara tidak akan stabil dan kekuasaannya tidak dapat efektif kecuali dengan keadilan. Allah SWT menurunkan kitab-kitab dan mengutus para Rasul dengan membawa keterangan-keterangan dan petunjuk agar manusia berlaku adil dan memutuskan perkara dengan adil. Syari'at Islam datang untuk menegakkan masyarakat adil bagi semua umat manusia, baik penguasa atau rakyat, Muslim dan non Muslim.

Allah SWT berfirman dalam surah al-Nahl, 16:90¹ yang bermaksud: “*Sesungguhnya Allah SWT menyuruh (kamu) berlaku adil dan berbuat kebajikan, memberi kepada kaum kerabat dan Allah SWT melarang dari perbuatan keji, kemungkaran dan permusuhan. Dia memberi pengajaran kepadamu agar kamu dapat mengambil pelajaran*” (Surah al-Nahl, 16:90).

Menurut al-Asfahani makna *al-'adalah* adalah lafaz yang digunakan untuk sesuatu yang sama. Sedangkan lafad *al-'adl* dan *al-'idl* terdapat sedikit perbedaan makna. *Al-'adl* digunakan terhadap

¹Ayat-ayat yang menjelaskan tentang kewajiban menegakkan keadilan dengan menggunakan kata *al- adl* dan *al-qist* dapat dijumpai dalam al-Qur'an, 4:58, 6:152, 7: 29, 57: 25.

sesuatu yang dapat dirasakan dengan perasaan dan bersifat non fisik seperti keadilan dalam bidang hukum, sedangkan lafaz *al-'idl* adalah lafaz yang digunakan terhadap sesuatu yang dapat ditangkap oleh panca indera seperti barang yang ditimbang, diukur dan ditakar (Yusuf, 2008: 146).

Dalam al-Qur'an kata '*adl* selalu dihadapkan dengan kata *zulm*. Seringkali ketika Allah SWT memerintahkan berbuat adil pada saat yang sama Allah SWT melarang untuk bersikap zalim. Kata *al-zulm* bermakna tidak meletakkan sesuatu pada tempat yang semestinya, baik dengan cara melebihkan atau mengurangi maupun menyimpang dari waktu dan tempatnya. Melalui pendekatan tafsir *maudhu'i* (tematik) ditemukan bahwa konsep keadilan dalam al-Qur'an mengandung makna yang sangat lengkap (Raharjo, 2002: 366-390). Pengertian keadilan itu berkisar pada makna keseimbangan atau keadaan seimbang atau tidak berat sebelah, persamaan atau tidak adanya diskriminasi dalam bentuk apapun, penunaian hak kepada siapa saja yang berhak atau penempatan sesuatu pada tempat yang semestinya (Yusuf, 2008: 147).

Ayat-ayat al-Qur'an yang berbicara tentang keadilan memberikan dua tafsiran penting bagi kehidupan manusia. Pertama, keadilan merupakan suatu konsep yang luas dan merangkumi semua aspek kehidupan, sosial, ekonomi, politik dan juga keruhanian. Kedua, keadilan menciptakan keseimbangan, dan keharmonisan yang hendaknya dilakukan oleh setiap orang dalam kehidupan di dunia. Sebagai contoh keadilan dari sisi undang-undang (Surah Yunus, 10: 47), keharmonisan antara keperluan ruhani dengan fisik (Surah al-A'raf, 7: 29) dan keseimbangan dalam hak dan kewajiban (Surah al-Hadid 57: 25) dan (Surah al-An'am, 6:152).

Oleh karena itu, penegakan konsep keadilan terhadap seluruh anggota masyarakat harus meliputi semua aspek baik aspek perundangan dan juga aspek ekonomi. Penegakan konsep keadilan

di muka hukum tidaklah berarti apa-apa, sekiranya tidak disertai dengan keadilan ekonomi yang memungkinkan setiap orang memperoleh hak atas sumbangannya terhadap masyarakat atau terhadap kesejahteraan sosial. Setiap orang wajib memperoleh apa yang benar-benar menjadi haknya, tanpa merampas hak orang lain. Hubungan antara majikan dengan buruh, manager dengan karyawan wajib diberi norma-norma khusus sebagai pedoman untuk memperlakukan kedua belah pihak secara adil. Seorang buruh atau pekerja berhak menerima upah yang adil atas hasil pekerjaannya dan tidak halal bagi majikan Muslim untuk menguras tenaga dan potensi kepakaran buruh tanpa pemberian upah yang setimpal.

Rasulullah SAW bersabda yang bermaksud: *“Seorang buruh/karyawan berhak paling sedikit memperoleh makanan dan pakaian yang baik dengan ukuran yang layak dan tidak dibebani dengan pekerjaan yang di luar batas kemampuannya”* (Riwayat. Malik, t.th: 2:980).

Dengan komitmen Islam yang khas dalam menciptakan keadilan ekonomi dan sosial, maka Islam menekankan pemerataan pendapatan dan kekayaan yang adil sehingga setiap individu memperoleh jaminan serta tingkat hidup yang manusiawi dan terhormat sesuai dengan harkat manusia yang sesuai dengan ajaran Islam. Suatu masyarakat Islam yang gagal memberikan jaminan serta tingkat hidup yang manusiawi tidaklah layak disebut masyarakat Islam, sebagaimana yang dinyatakan oleh Rasulullah SAW yang bermaksud: *“Bukanlah seorang Muslim yang tidur dalam keadaan kenyang sedangkan tetangganya dalam keadaan lapar”* (Riwayat al-Bukhari).

Pemerataan pendapatan dan kekayaan dalam konsep keadilan ekonomi Islam bukan berarti menuntut bahwa semua orang wajib menerima upah dengan tingkat yang sama. Islam memberikan toleransi atas ketidaksamaan terhadap pendapatan sama dengan kemampuan masing-masing individu. Hal ini karena setiap orang

tidak mempunyai tingkat kemampuan yang sama dalam menciptakan produksi. Oleh karena kemampuan dalam produksi setiap individu berbeda-beda maka Islam menciptakan mekanisme tersendiri dalam rangka penciptaan pemerataan pendapatan dan kekayaan dengan jalur zakat, sedekah, wakaf, infak, hadiah dan hibah. Ini semua adalah instrumen yang digunakan dalam Islam untuk menekan orang kaya supaya berlaku adil dari kekayaan yang dititip Allah SWT kepada mereka.

Sehingga Ali bin Abi Thalib mengatakan bahwa: “ *Allah SWT telah mewajibkan orang-orang kaya untuk menyediakan keperluan orang-orang miskin dengan selayaknya. Apabila orang-orang miskin tersebut kelaparan, tidak memiliki pakaian atau dalam kesusahan hidup, maka itu adalah karena orang-orang kaya telah merampas hak-hak mereka, dan patutlah bagi Allah SWT untuk membuat perhitungan bagi mereka dan menghukum mereka*” (Yusuf, 2008: 153).

Dari pembahasan di atas menjelaskan bahwa telah menjadi kewajiban bagi setiap masyarakat Muslim baik individu atau masyarakat khususnya orang-orang kaya untuk memperhatikan keperluan-keperluan dasar kaum miskin. Bila mereka tidak memenuhi kewajiban ini, padahal mereka mampu maka negara harus memaksa mereka untuk memenuhinya (Yusuf, 2008: 153).

Pelaksanaan pariwisata halal harus dijiwai dengan sepenuhnya oleh nilai-nilai keadilan dalam berbagai aspek, baik aspek wisatawan, aspek usaha wisata yang mendatangkan kesempatan penambahan pendapatan maupun aspek kesempatan berwisata bagi siapa saja. Tidak dibenarkan objek wisata hanya dinikmati oleh orang-orang tertentu, kesempatan usaha di bidang pariwisata hanya diperuntukkan untuk orang-orang tertentu. Apabila tempat-tempat wisata yang mempunyai nilai-nilai sejarah dan norma tertentu maka ada informasi yang cukup bagi wisatawan

untuk bisa mengakses atau dengan cara tertentu yang terinformasikan secara baik kepada semua orang.

Makna keadilan disini, bukan berarti atas nama keadilan dan kebebasan seorang wisatawan bebas melakukan apa yang dianggap bagi dirinya sesuai dan adil, keadilan harus ditekankan dalam konteks wisata halal selama memenuhi norma-norma Islam dan menghormati adat dan budaya setempat.

iii. Khalifah

Kata khalifah berasal dari kata *kh-l-f* (*khalafa*) yang bermaksud menggantikan, meninggalkan, menyimpang dan juga bermakna sebagai pewaris (Ma'luf, 2005: 192). Dalam al-Qur'an akar kata ini membentuk 14 kata, yaitu: *khalafa*, *khalf*, *khalifah*, *khulafa'*, *khawalif*, *khilaf*, *khilfa*, *khallafa*, *akhlafa*, *takhallafa*, *ikhtalafa*, *khalaiif*, *khalfu* dan *istikhlafa*. Seluruh kata tersebut mempunyai arti yang berbeda sesuai dengan keadaannya masing-masing. Al-Qur'an menyebutkan kata *khalafa* dengan 14 bentuknya sebanyak 127 kali (Raharjo, 2002: 349).

Kata yang berkaitan dengan *khalifah* disebut sebanyak 10 kali dalam al Qur'an. Istilah ini mengandung makna mereka yang datang kemudian atau sesudah kamu. Hal ini sebagaimana firman Allah SWT yang bermaksud: *Dan ingatlah ketika Tuhanmu berfirman kepada para malaikat: "Sesungguhnya Aku hendak menjadikan seorang khalifah di muka bumi". Mereka berkata: "Mengapa Engkau hendak menjadikan (khalifah) di bumi itu orang yang akan membuat kerusakan padanya dan menumpahkan darah, padahal kami senantiasa bertasbih dengan memuji Engkau dan menyucikan Engkau?" Tuhan berfirman: "Sesungguhnya Aku mengetahui apa yang tidak kamu ketahui"* (Surah al-Baqarah, 2: 30).

Yang dimaksud dengan *khalifah* pada ayat di atas adalah Nabi Adam, karena pada ayat berikutnya disebutkan bahwa "Ia mengajarkan kepada Adam nama segala sesuatu". Ayat tersebut tidak menjelaskan dengan lebih terperinci apa yang dimaksud

dengan *khalifah*. Akan tetapi pada ayat al-An'am, 6: 165, Allah SWT menyebutkan kata *khalaif* sebagai jamak lain dari *khalifah* yang bermakna penguasa. Jamak lain dari *khalifah* adalah *khawalif*, ia mempunyai makna yang berbeda yaitu mereka yang ditinggal di belakang atau yang tidak berguna. Kata *khawalif* disebutkan sebanyak dua kali dalam al-Qur'an.

Menurut Ibn Kathir (2000: 6, 253-254), kata *khalaif* dalam surah al-An'am, 6: 165 yang mempunyai arti "*Dan Dialah yang menjadikan kamu penguasa-penguasa di bumi dan Dia meninggikan sebagian kamu atas sebagian (yang lain) beberapa derajat, untuk mengujimu tentang apa yang diberikan-Nya kepadamu*", memberi isyarat bahwa umat Islam akan menjadi penguasa-penguasa di muka bumi. Lalu dengan melihat bentuk jamaknya *khalaif* dan juga disebut kemudian "*dan Dia meninggikan sebagian kamu atas sebagian (yang lain) beberapa derajat*" maka yang ditunjukkan di sini adalah umat manusia pada umumnya. Sehingga umat Islam perlu berlomba untuk memperoleh kekuasaan guna mengurus masalah-masalah agama dan dunia mengikut ketentuan Allah SWT. Di sinilah, kata *khalifah* diartikan sebagai penguasa atau mereka yang memiliki kekuasaan.

Al-Mawardi dan Ibn Khaldun mengartikan *khilafah* sebagai institusi yang menggantikan fungsi pembuat hukum, melaksanakan undang-undang berdasarkan hukum Islam dan mengurus masalah-masalah agama dan mengatur dunia (Raharjo, 2002: 358). *Khilafah* berfungsi untuk menggantikan peranan kenabian dalam memelihara agama dan mengatur dunia, ia berfungsi sebagai simbol kesatuan umat Islam.

Oleh karena itu, arti *khalifah* merujuk kepada peranan manusia untuk memanfaatkan, mengembangkan, menginfakkan dan menggunakan harta milik Allah SWT untuk kesejahteraan umat manusia. Sehingga perlakuan manusia dalam mengatur dan

memakmurkan bumi mestilah tertakluk sepenuhnya kepada kehendak Allah SWT (Othman & Ghafarullahuddin, 2005:110).

Prinsip *khalifah* ini merupakan prinsip yang telah ditegaskan oleh Allah SWT dalam al-Qur'an yang bermaksud: "*Berimanlah kamu kepada Allah SWT dan Rasul-Nya dan nafkahkanlah sebagian dari hartamu yang Allah SWT telah menjadikan kamu menguasainya. Maka orang-orang yang beriman di antara kamu menafkahkan (sebagian) daripada hartanya memperoleh pahala yang besar*" (Surah al-Hadid, 57: 7).

Rasulullah SAW juga bersabda yang bermaksud: "*Sesungguhnya dunia itu adalah hijau serta manis dan sesungguhnya Allah SWT menjadikan kamu sebagai khalifah (orang yang mengurus) padanya. Lalu Allah SWT memandang bagaimana kamu beramal dengannya...*" (HR. Tirmizi: hadis no. 2286).

Prinsip *khalifah* mempunyai kedekatan dengan prinsip yang pertama yaitu prinsip tauhid. Prinsip ini menjelaskan bahwa manusia hanyalah pemegang amanah Allah SWT dan menggunakan kekayaan milik-Nya untuk kemanfaatan manusia dalam batasan syari'at Allah SWT. Kekayaan yang diperoleh adalah sebagian dari pada nikmat Allah SWT yang tidak kekal dan bersifat fana. Untuk itu harus disyukuri dengan jalan menafkahkan sebagian dari pada hartanya untuk kemaslahatan umat. Dengan demikian prinsip ini menjadikan bahwa harta yang di dapat manusia dari eksplorasi terhadap sumber-sumber produksi adalah milik Allah SWT yang dianugerahkan kepada manusia. Apa yang dilakukan manusia dalam proses produksi hanyalah mengolah bahan-bahan yang telah diciptakan Allah SWT dan dijadikan manusia berkuasa terhadap bahan-bahan itu².

Sehingga tidaklah berlebihan jika Allah SWT kemudian mewajibkan manusia untuk membelanjakan sebagian dari rezeki

²Penegasan terhadap hal ini dapat dilihat dalam al-Qur'an, 20:50, 14: 32-34, 56: 63-70, 80: 24-28, 36: 33-35, 57: 25, 21: 80 dan 16: 53.

yang telah diamanahkan kepadanya guna membantu saudara-saudara sesama manusia yang tidak berkecukupan sebagai rasa syukur atas kelebihan yang telah diberikan oleh Allah SWT. Seluruh harta hanya milik Allah SWT, manusia hanya diberikan wewenang untuk memanfaatkannya dengan cara mengembangkan, menginfakkan, dan menggunakannya bagi menciptakan kebaikan individu dan masyarakat.

Pelaksanaan prinsip *khalifah* dalam dalam pengelolaan pariwisata halal dimaksudkan bahwa muslim sebagai khalifah harus menjalankan kegiatan kepariwisataan secara holistik untuk menciptakan kebaikan kepada manusia. Holistik disini dimaksudkan bahwa sebagai seorang muslim ketika dia menjadi pelaku wisata maka dia tidak boleh menjalankan praktek wisata secara terlarang dalam ukuran keimanannya kepada aturan Allah SWT, seperti menyediakan makanan haram kepada wisatawan walaupun mereka non muslim, mengandung unsur maksiat atau melaksanakan praktik-praktik yang bisa menimbulkan perbuatan zina di lokasi wisata.

Pada saat yang bersamaan muslim sebagai pelaku wisata harus memperlakukan wisatawan muslim atau non muslim secara baik atau profesional dengan tidak membedakan dari sisi suku, ras dan agama. Siapa saja bisa menikmati wisata alam, budaya dan wisata buatan secara sama. Kalaupun ada tempat-tempat sakral yang tidak boleh dimasuki oleh wisatawan non muslim maka diperlakukan dengan secara baik seperti memberikan informasi secara utuh kenapa tidak boleh wisatawan non muslim mengakses tempat wisata tersebut atau jika boleh, apa yang menjadi batasan bagi non muslim untuk bisa menikmati wisata mereka secara nyaman dan aman.

Begitu pula halnya dengan wisatawan muslim, ketika mengunjungi tempat-tempat wisata atau menikmati satu-satu

kegiatan budaya maka harus tetap menjaga nilai-nilai kebaikan sesuai dengan tuntutan dan ajaran Islam. Jangan sampai kehadirannya di tempat wisata malah mendatangkan keburukan terhadap budaya dan masyarakat setempat. Inilah hakikat prinsip *khalifah* bahwa muslim baik sebagai pelaku wisata atau wisatawan sendiri selalunya memberikan kebaikan dan menciptakan kemaslahatan.

Oleh karena itu, maka sebagai pelaku wisata seorang muslim harus menghiasi dirinya dengan sifat-sifat berikut ini:

Pertama, Insaniyyah. Insaniyyah adalah sifat kemanusiaan dalam arti memanusiakan manusia. Dalam hubungan antara *khāliq* dan *makhlūq*, insan diposisikan sebagai *mukallaf* yang mempunyai kewajiban untuk menjalankan semua *taklif* yang dibebankan oleh Allah swt. Posisi ini menjadikan manusia sebagai salah satu makhluk Allah yang diistimewakan di antara makhluk-makhluk lain. Dalam surah al-Isra' ayat 70 Allah berfirman, "*Dan sesungguhnya telah Kami muliakan anak-anak Adam, Kami angkut mereka di daratan dan di lautan, Kami beri mereka rezeki dari yang baik-baik dan Kami lebihkan mereka dengan kelebihan yang sempurna atas kebanyakan makhluk yang telah Kami ciptakan*".

Ayat di atas secara langsung menjelaskan bahwa Allah telah memuliakan manusia dan memberikan keistimewaan yang tidak ada pada makhluk Allah lainnya. Ayat tersebut juga secara tidak langsung menjelaskan bahwa Allah juga telah menciptakan makhluk-makhluk yang lain sebagai anugrah bagi manusia. Darat, lautan, dan segala yang ada di keduanya ditundukkan untuk manusia.

Lebih jauh lagi, syariah Islam yang telah diturunkan melalui Rasulullah SAW juga ditujukan untuk membawa manusia kepada jalan keselamatan dan menjauhkan mereka dari jalur kebinasaan. Sehingga segala tindakan yang dapat membawa manusia atau dianggap mempunyai kemungkinan besar untuk membawa manusia

kepada kehancuran adalah tindakan yang bertentangan dengan tujuan syariah Islam.

Di sisi yang lain, Allah SWT telah menjadikan manusia sebagai makhluk yang bertanggung jawab atas keberlangsungan hidup yang seimbang di bumi ini. Allah memberikan gelar *khalifah* kepada manusia dalam dialogNya dengan para malaikat. Gelar ini menjadikan manusia sebagai agen yang bertugas untuk menjalankan syariat Allah swt di muka bumi demi kebaikan manusia dan alam itu sendiri.

Tugas ini tentu saja juga dibebankan sekaligus dengan keistimewaan yang hanya ada pada manusia. Hal itu berupa ketundukan seluruh makhluk lain kepada manusia. *Tidakkah kamu perhatikan sesungguhnya Allah telah menundukkan untuk (kepentingan)mu apa yang di langit dan apa yang di bumi dan menyempurnakan untukmu nikmat-Nya lahir dan batin. Dan di antara manusia ada yang membantah tentang (keesaan) Allah tanpa ilmu pengetahuan atau petunjuk dan tanpa Kitab yang memberi penerangan.*

Sifat insaniyyah dalam konteks pelaku wisata adalah menjadikan pelaku wisata memuliakan semua insan dengan tidak membedakan apapun baik suku, agama, ras dan budaya. Semua yang terlibat dalam wisata adalah manusia yang harus diperlakukan layaknya manusia. Menjaga keselamatan manusia, menjauhkan manusia dari sebab-sebab yang bisa membinasakan mereka ketika berwisata seperti keselamatan dalam wisata merupakan sebuah kewajiban. Sifat *insaniyyah* ini, adalah keistimewaan yang Allah telah titipkan kepada manusia untuk dipelihara dan dikembangkan guna menciptakan kehidupan manusia yang berkualitas dari waktu ke waktu. Memberikan pelayanan guna memenuhi kebutuhan manusia menjadi berkualitas merupakan bagian tak terpisahkan dari pelaksanaan konsep wisata halal. Al-Najjar mengatakan bahwa setiap perbuatan atau perbuatan yang mengarah kepada bentuk

memuliakan dan menghormati manusia, maka itu adalah bagian dari tuntunan syariat (Al Najar, 2006).

Wisata halal adalah kegiatan yang multidimensi, banyak menyentuh sisi-sisi kemanusiaan. Mulai dari sisi pelayanan yang mereka dapatkan dari *front liner*, perlindungan ketika berada di lokasi wisata, hingga sambutan dari warga lokal sebagai tamu yang selayaknya dihormati. Sifat insaniyyah pelaku wisata adalah suatu keniscayaan.

Kedua, Itqan. Kata *Itqān* secara bahasa berarti melakukan sesuatu secara sempurna dengan penuh ketelitian dan ketekunan. Dalam al-Quran kata *itqān* terdapat dalam surah al-Naml ayat 88, yang artinya: “Dan kamu lihat gunung-gunung itu, kamu sangka dia tetap di tempatnya, padahal ia berjalan sebagai jalannya awan. Begitulah perbuatan Allah yang membuat dengan kokoh tiap-tiap sesuatu; sesungguhnya Allah Maha Mengetahui apa yang kamu kerjakan”.

Kata *itqān* dalam ayat tersebut diartikan sebagai *ihsān* dan *ihkām*. Kedua kata tersebut berarti melakukan sesuatu dengan baik, teliti dan bersungguh-sungguh. Kedua kata tersebut juga memiliki makna yang menunjukkan kepada profesionalitas dan totalitas dalam melakukan sesuatu.

Profesionalitas sangat berkaitan dengan *maqasid tahsiniyah*. *Maqasid tahsiniyah* tidak lagi berada dalam tataran hal-hal yang mendasar. *Maqasid tahsiniyah* berhubungan erat dengan “bagaimana”, bukan berbicara tentang “apa”. Untuk itu, agar pelaksanaan implementasi nilai-nilai *maqasid* dapat dilakukan secara maksimal, prinsip *itqan* adalah sebuah keniscayaan. Prinsip Profesionalitas sangat ditekankan dalam Islam. Profesionalitas akan menjamin tercapainya tujuan (*maqasid*) syariah dalam bentuk yang maksimal. Sehingga konsep Islam sebagai agama *rahmatan lil ‘alamîn* dapat tercermin secara maksimal pula.

Islam memberikan perhatian khusus dalam hal profesionalitas baik dalam hal ibadah kepada Allah maupun dalam hal bermuamalah dengan sesama manusia. Rasulullah bersabda: *“Sesungguhnya Allah mewajibkan ihsān dalam segala hal. Apabila kalian membunuh, maka bunuhlah dengan cara yang baik. Apabila kalian menyembelih, maka sembelihlah dengan baik pula. Hendaknya kalian menajamkan pisau kalian dan memudahkan bagi hewan sembelihannya”*.

Hadis di atas menunjukkan bagaimana bentuk perhatian Islam terhadap profesionalitas dan integritas dalam segala hal. Bahkan dalam hadis tersebut disebutkan dua contoh yang mewakili pekerjaan paling serius yang menyangkut nyawa manusia, dan contoh ringan yang kita lakukan sehari-hari seperti menyembelih hewan untuk dimakan. Secara tersirat kedua contoh tersebut menunjukkan bahwanya sikap profesionalitas tidak hanya diperlukan dalam melakukan hal-hal yang dianggap penting dan serius, namun juga termasuk dalam melakukan hal-hal ringan yang sudah biasa kita lakukan.

Profesionalitas ini sangat perlu dipahami sebagai sebuah tuntutan dalam menjalankan kehidupan yang berdasarkan Islam. Wisata halal merupakan salah satu bentuknya. Setiap pihak yang terlibat dalam wisata halal harus memberikan pelayanan dan melaksanakan tugas secara profesional dan penuh integritas. Profesionalitas dalam bekerja sangat menentukan tingkat hasil yang akan dicapai. Dalam hubungannya dengan maqasid syariah, untuk mencapai tujuan dari syari’ah yang telah ditetapkan, maka setiap bentuk pengamalan dari syari’ah tersebut harus dilakukan dengan serius dan teliti. Bila tidak, maka tujuan yang diinginkan dari syari’ah tersebut tidak akan tercapai, atau setidaknya hasil yang dicapai tidak sempurna sebagaimana yang seharusnya.

Profesionalitas ini tentu saja tidak dapat diwujudkan dengan mudah. Oleh karena itu menjadi sangat penting bagi para pelaku

industri wisata halal untuk selalu meningkatkan kualitas pelayanan dengan memberikan pelatihan secara berkala, pengawasan terhadap kualitas pelayanan dan tentu saja evaluasi berkala terhadap pelayanan dan kualitas produk wisata yang telah berjalan. Prinsip profesionalitas tidak hanya ditujukan terhadap wisatawan. Para pekerja di sector wisata halal juga semestinya mendapatkan beban kerja dan upah yang sesuai. Tidak hanya itu, mereka juga harus diberikan pembekalan dan pelatihan secara berkala untuk meningkatkan kualitas kerja dan pelayanan.

Pentingnya peningkatan mutu pelayanan dan kualitas pekerjaan merupakan salah satu bentuk implementasi ajaran Islam yang mengajak untuk selalu menjadi lebih baik dari sebelumnya. Rasulullah SAW bersabda: *“Beruntunglah orang yang hari ini lebih baik dari hari kemarin”*. Adapun filosofi dari hadis ini adalah keharusan untuk terus melakukan pengawasan dan peningkatan kualitas pelayanan secara berkala. Bagi wisata halal, ini merupakan bentuk implementasi dari salah satu maqasid syariah, bukan semata-mata dilihat dari sudut pandang bisnis saja.

Ketiga, Kesetaraan/Kesamaan. Nilai-nilai keadilan dalam kehidupan telah dijelaskan oleh Allah SWT dalam al-Qur’an seperti dalam surah Ali 'Imran, 3: 103, surah al-Anfal: 62-63, surah al-Mukminun; 23:8 dan surah al-Hujurat; 49:13. Ayat-ayat tersebut menjelaskan bahwa manusia hidup dalam masyarakat sehingga memiliki kewajiban untuk saling menghormati dan menumbuhkan nilai-nilai persaudaraan sesama manusia dalam berbagai aktivitas.

Di antara dalil al-Sunnah yang menjelaskan tentang kriteria tersebut adalah yang maksudnya: *Diriwayatkan dari Abi Nadhrah, telah menceritakan kepadaku orang yang mendengar khutbah Rasulullah SAW di tengah hari-hari tasyriq (yaitu khutbah wada’), maka beliau bersabda: Wahai para manusia, ingatlah sesungguhnya Tuhan kalian itu satu dan bapak kalian itu satu. Ingatlah, tidak ada keutamaan bagi orang Arab atas orang*

ajam(asing) dan tidak bagi orang ajam atas orang Arab, tidak bagi orang kulit merah atas kulit hitam dan tidak bagi orang kulit hitam atas kulit merah kecuali dengan taqwa. Apakah sudah aku sampaikan? Mereka menjawab, Rasulullah SAW telah sampaikan (Riwayat Ahmad, hadis no. 22391). Dalam riwayat lain, Rasulullah bersabda: “Sesungguhnya orang mukmin bagi mukmin (lainnya) bagaikan bangunan yang satu sama lain saling menguatkan.” (Riwayat Bukhari, hadis no. 481 dan Riwayat Muslim, hadis no. 2585).

Dua hadis di atas menggambarkan bahwa setiap orang berada diposisi yang sama, seseorang berhak mendapatkan berbagai haknya sebagaimana orang lain mendapatkan haknya. Tidak ada perbedaan antara individu yang satu dengan individu lainnya kecuali takwanya. Dan kadar takwa ini hanya diketahui secara pasti oleh Allah. Sehingga setiap orang patut diperlakukan secara adil. Bahkan pada hadis kedua, Rasulullah SAW menegaskan bahwa seorang mukmin ibarat bangunan yang saling mendukung dan menguatkan mukmin lainnya.

Oleh karena itu, dalam operasional pariwisata halal mesti mengedepankan nilai-nilai keadilan dalam memberikan pelayanan kepada siapa saja. Nilai-nilai kesamaan ini merupakan bagian penting dari ajaran Islam yang telah ditegaskan oleh Rasulullah pada haji *wada'* (perpisahan). Nilai atau sifat kesamaan dalam wisata, berwujud wisata halal mengedepankan nilai-nilai persaudaraan³, baik persaudaraan keislaman (*ukhuwwah islamiyyah*) maupun persaudaran kenegaraan (*ukhuwwah wathaniyyah*) maupun persaudaran kemanusiaan (*ukhuwwah insaniyyah*). Memberi pelayanan

³Nilai-nilai persaudaran tumbuh dengan adanya rasa cinta terhadap sesama. Rasulullah SAW bersabda “*Perumpamaan orang-orang beriman di dalam cinta dan kasih sayang mereka adalah seperti tubuh. Jika salah satu anggotanya mengeluh sakit, maka anggota tubuh lainnya akan memberikan kesetiaan kepadanya dengan susah tidur dan demam.*” (Riwayat Bukhari, hadis no. 6011 dan Riwayat Muslim, hadis no. 2587).

yang berkualitas⁴ untuk siapa saja tanpa adanya diskriminasi⁵; mempunyai kesempatan yang sama untuk menikmati wisata.

Keempat, Uruf, 'Urf berasal dari bahasa Arab yang berasal dari kata dasar 'a-r-f yang bermakna "mengetahui", ia bermaksud sesuatu yang dikenal atau diketahui. Kalimat *al-'urf* dalam bahasa Arab memiliki makna yang banyak, ia dapat digolongkan dalam 2 makna yaitu makna yang bersifat hakiki dan makna yang bersifat majazi. Makna 'urf secara hakiki menggambarkan tentang kejelasan, ketinggian dan segala sesuatu yang menurut nurani manusia adalah kebaikan dan membawa ketenangan. 'Urf juga mempunyai makna sesuatu yang berkesinambungan berhubungan satu dengan lainnya

⁴Perkhidmatan yang berkualitas didasarkan pada hadis Rasulullah SAW yang bermaksud "*Sesungguhnya Allah SWT menyukai apabila kamu melakukan suatu pekerjaan supaya dikerjakan dengan baik dan sempurna*" (Riwayat Baihaqi). Pengertian dikerjakan dengan baik dan sempurna menurut perspektif Islam sebagaimana yang telah dikemukakan oleh Ahmad Azrin Bin Adnan (2010), pertama, ia tidak diukur sebanyak mana produktiviti dapat dihasilkan tanpa melibatkan soal pembinaan kepribadian, ia bermakna aspek ganjaran material (upah) dan juga rohani (pahala) harus digabung demi mencapai keridhaan Allah SWT (Nawi Ismail, 2007). Kedua, tidak diukur menurut pertimbangan neraca manusia atau 'utilitarian'. Lebih jauh dari itu, ia bergantung kepada syarat dan ukuran keridhaan Allah SWT (Asyraf Wadji Dusuki, 2007). Ketiga, ia dikaitkan dengan konsep *barakah* (Muhammad Syukri Salleh, 2003:75). Keempat, ia berkaitan dengan makna *itqan* (profesional) yang terdapat dalam dalil as-sunnah. Penjelasan makna *itqan* ini, berkaitan dengan kewajiban mengutamakan sesuatu yang tidak hanya berstatus halal tetapi juga berkualitas untuk dimanfaatkan dalam meraih hajat jasmani dan rohaninya. Kata baik di sini, merujuk kepada perkataan 'tayyiban' (baik) yang seringkali disebut secara bersama dengan perkataan halal dalam al-Quran seperti surah al-Baqarah:168 dan surah an-Nahl:114 (Nik Abdul Aziz Nik Mat & Mohd Fadli Ghani, 2008:71).

⁵Perbuatan diskriminasi adalah perbuatan yang muncul dari rasa dendam terhadap orang lain. Sehingga dalam hubungan sosial kemasyarakatan perbuatan diskriminasi ini akan melahirkan bibit-bibit permusuhan yang boleh merusak keharmonian kehidupan. Sehingga Rasulullah SAW mengingatkan umatnya untuk berhati-hati dengan perbuatan ini karena ia boleh merusak amal kebajikan lainnya yang telah dilakukan. Rasulullah SAW bersabda: "*Amal manusia ditunjukkan (kepada Allah) pada hari Senin dan Kamis. Lalu orang yang tidak menyekutukan Allah dengan sesuatu akan diampuni dosanya, kecuali orang yang memendam rasa permusuhan dengan saudaranya. Dia (Allah) berfirman, 'Tinggalkan kedua orang ini sampai mereka berdamai.'*" (Riwayat Muslim).

atau membawa ketenangan (Ma'luf, 2005: 498-500). Dalam penggunaannya kalimat *'urf* lebih mencerminkan kepada kedua makna tersebut yaitu bersifat berkesinambungan dan berhubungan antara satu dengan lainnya.

Sedangkan makna *al-'urf* secara terminologi dimaknai sebagai sesuatu yang menetap dalam jiwa dimana akal menerimanya dan sesuai dengan tabi'at yang masih bersih. Dalam definisi ini mengandung beberapa aspek; Pertama, bahwa *'urf* selalu sejalan dengan tabiat yang masih bersih sehingga jiwa merasa tenang. Kedua, dalam prosesnya *'urf* memerlukan waktu sehingga menjadi kebiasaan yang tetap dan jiwa menjadi terbiasa dengan sesuatu tersebut. Ketiga, *'urf* dibenarkan oleh akal dan tidak bertentangan dengan ukuran-ukuran kebenaran dalam sebuah komunitas.

Jadi menetap dan diterimanya sesuatu tersebut karena seringnya dilakukan dan dilaksanakan secara bersamaan dalam suatu komunitas. Ketika sesuatu yang menetap pada jiwa tersebut tidak memenuhi syarat-syarat di atas, misalnya terjadi hanya pada orang tertentu atau belum memberi pengaruh terhadap orang banyak dalam perilaku atau akal seperti tidak diperbolehkan untuk minum khamar atau perbuatan-perbuatan jahat yang merusak orang banyak maka yang demikian tidak termasuk *'urf*.

Dalam definisi lain ditambahkan syarat kesesuaiannya dengan syari'ah. *'Urf* adalah segala sesuatu yang biasa pada jiwa manusia dan tidak bertentangan dengan syari'ah. Syarat kesesuaian dengan syari'ah menjadi bagian yang penting dan tidak dapat dipisahkan (Khallaf, 1375 H; 89).

Dalam masyarakat, *'urf* disebut juga dengan adat, yaitu suatu keadaan, ucapan perbuatan dan ketentuan yang sudah dikenal oleh masyarakat dan telah menjadi tradisi dan hukum bagi masyarakat. Adat dan *'urf* adalah dua kata yang merupakan sinonim. Namun bila dikaji asal katanya, kedua-duanya berbeda. *'Adat* berasal dari

kata *'ada-ya'udu* artinya perulangan (berulang-ulang), sedangkan *'urf* berasal dari *'arafa - ya'rifu*, sering diartikan dengan “sesuatu yang dikenal” atau diakui orang banyak. Sehingga tidak ada perbedaan mendasar antara adat dan *'urf*, karena pengertian keduanya sama, yaitu perbuatan yang telah berulang-ulang dilakukan sehingga menjadi dikenal dan diakui orang banyak. Oleh karena kedua-dua kata itu sama, maka 5 kaedah utama dalam *qaidah fiqhiiyyah* menggunakan kata *'adat*, bukan *'urf*.

Namun ada yang membedakan makna keduanya. Adat memiliki cakupan makna yang lebih luas. Adat dilakukan secara berulang-ulang tanpa melihat apakah adat itu baik atau buruk. Adat mencakup kebiasaan masyarakat awam ataupun pribadi. Kebiasaan pribadi seperti kebiasaan seorang dalam tidur jam sekian, makan dan menggunakan jenis makanan tertentu. Adat juga muncul dari sebab alami, seperti cepatnya anak menjadi baligh di daerah tropis, cepatnya tanaman berbuah di daerah tropis. Adat juga dapat muncul dari hawa nafsu dan kerusakan akhlak, seperti korupsi. Sedangkan *'urf* tidak terjadi pada individu. *'Urf* merupakan kebiasaan orang banyak, kebiasaan mayoritas suatu kaum dalam perkataan atau perbuatan (Khayyath, t. th: 24).

Sehingga *'urf* merupakan bagian daripada adat, karena adat lebih umum dari *'urf*. Suatu *'urf* dapat terjadi pada kebanyakan orang di daerah tertentu bukan pada pribadi atau golongan. *'Urf* bukan kebiasaan alami, tetapi muncul dari praktik mayoritas umat yang telah turun temurun sehingga menjadi tradisi. Misalnya, harta bersama, harta jaminan dan lain sebagainya.

Perkataan *'urf* dan *ma'ruf* disebutkan beberapa kali dalam al-Qur'an⁶. Menurut al-Tabari (1328 H: 30) kata *'urf* atau *ma'ruf* yang terdapat dalam al-Qur'an, sebagaimana firman Allah SWT dalam surah Ali Imran, 3: 110: “*Kamu adalah umat terbaik untuk manusia, menyuruh yang ma'ruf dan mencegah yang mungkar*”. *Ma'ruf* disini

⁶Sebagai contoh: 2: 178, 180 dan 228, 3: 110, 7: 199, 60: 1, 65: 2 dan 6 dan masih banyak lagi ayat al-Qur'an yang menggunakan kata *'urf* dan *ma'ruf*.

mempunyai makna dengan apa yang kamu suruh orang-orang percaya kepada Allah SWT dan Rasul-Nya dan memaksa mereka mengikuti undang-undang syariah. Sedangkan mungkar bermakna kamu mencegah mereka melakukan apa yang dilarang oleh Allah SWT.

Sehingga pengertian *ma'ruf* menurut al-Tabari adalah sesuatu perkara yang telah diketahui perintahnya baik dan menyenangkan perasaan orang-orang yang percaya kepada Allah SWT. Ketakutan kepada Allah SWT juga dipanggil *ma'ruf* sebab ia merupakan suatu perbuatan yang tidak asing kepada orang-orang beriman dan mereka tidak menolak perintah itu. Secara sederhana dapat dikatakan '*urf*' atau *ma'ruf* dalam pemahaman al-Tabari adalah semua perintah yang datang dari Allah SWT yang harus dikerjakan oleh manusia guna menciptakan kenyamanan dan kesenangan dalam hidup. Begitu juga sebaliknya perkara-perkara yang diketahui tetapi bertentangan dengan perintah Allah SWT dapat dimasukkan dalam katagori '*urf*' yang dilarang (mungkar).

Oleh karena itu ulama ushul membagikan '*urf*' kedalam beberapa bentuk. Dari sisi diterima atau tidaknya, '*urf*' memiliki dua jenis. Pertama '*urf sahih*', yaitu '*urf*' yang benar dan tidak bertentangan dengan syara'. Kedua '*urf fasid*', yaitu '*urf*' yang tidak benar karena bertentangan dengan syara'. Dari segi ruang lingkup berlakunya, '*urf*' terbagi menjadi dua jenis, pertama '*urf 'am*', yaitu '*urf*' yang berlaku secara umum pada setiap daerah, masa dan keadaan. Kedua '*urf khash*', yaitu '*urf*' yang berlaku khas di suatu wilayah dalam waktu dan keadaan tertentu (Sawariy, 2005: 298-299).

Sedangkan '*urf*' dari segi sifatnya dibagi ke dalam dua bagian, pertama '*urf qaui*', yaitu '*urf*' yang berupa perkataan yang pada pengertiannya memiliki arti yang umum, namun kebiasaannya hanya diartikan khusus saja. Contohnya kata *walad* yang memiliki arti anak-anak (termasuk anak lelaki dan perempuan), namun pada

pelaksanaanya kata *walad* hanya diartikan sebagai anak lelaki saja. Kedua '*urf amali*, yaitu '*urf* yang berbentuk perbuatan. Contohnya dalam jual beli, pada dasarnya hukum suatu akad jual beli mestilah menyebutkan *shighat* (ijab dan qabul), namun pada prakteknya dalam masyarakat tidak menyebutkan *shighat* (ijab dan qabul). Hal ini dibolehkan oleh Syari'ah karena penjual dan pembeli sama-sama mengerti bahwasanya tiak akan terjadi kecurangan diantara mereka berdua.

Para ulama telah sepakat bahwa '*urf* yang dapat dijadikan dasar hujah adalah '*urf sahih* karena '*urf* tersebut tidak bertentangan dengan syara'. Adapun '*urf fasid* tidak mereka jadikan sebagai dasar hujjah. Jadi, selama kebiasaan tersebut tidak bertentangan dengan syara' dan membawa kemashlahatan bagi masyarakat tersebut, maka '*urf* tersebut dapat dijadikan hujjah dalam kehidupan.

Kehujjahan '*urf* dapat dilihat dengan tiga kriteria untuk dapat dipraktikkan: Pertama, '*urf* ditujukan untuk memelihara kemaslahatan; Kedua, '*urf* bukan merupakan dalil yang berdiri sendiri tetapi senantiasa terkait dengan dalil-dalil yang lain seperti *masalahah* dan *istihsan*; Dan ketiga, '*urf* yang menunjang pembentukan atau perumusan hukum Islam. Sehingga penggunaan '*urf* sebagai dalil hukum mengikut syarat-syarat, yaitu '*urf* tersebut tidak bertentangan dengan nas, '*urf* itu mengandung maslahat bagi umat, '*urf* berlaku pada orang banyak, '*urf* itu telah berkembang pada masa lalu, bukan '*urf* yang muncul kemudian dan '*urf* tersebut tidak bertentangan dengan syarat yang dibuat dalam bisnis (Khallaf, 1375 H; 90-91).

Ada beberapa kaedah-kaedah *fiqhiyah* yang berhubungan dengan '*urf* (al Suyuti, 2007: 193-198), yaitu: "*Adat kebiasaan itu dapat ditetapkan sebagai hukum*". Dan "*Perbuatan manusia yang biasa dikerjakan wajib beramal dengannya*".

Dari kaedah-kaedah *fiqhiyah* tersebut dapat ditarik kesimpulan bahwa kebiasaan suatu masyarakat dalam kehidupannya dapat menjadi sebuah hukum yang tidak tertulis, yang berlaku dalam kehidupan masyarakat dan sentiasa dipatuhi hanya untuk golongan masyarakat itu sendiri, selama kebiasaan tersebut tidak bertentangan dengan ketentuan Islam. Dalam masyarakat moden '*urf*' boleh disamakan dengan modal sosial (*social capital*) yang wujud dalam masyarakat.s

Dalam wisata halal, memperhatikan kebiasaan suatu masyarakat merupakan keharusan yang tidak boleh dilanggar. Setiap kegiatan budaya atau menggunakan fasilitas wisata di tempat wisata harus memperhatikan adat dan istiadat budaya yang berlaku di tempat tersebut. Budaya dan adat istiadat Aceh dijiwai secara utuh oleh nilai-nilai Islam.

iv. Masalah

Tujuan pensyari'atan adalah untuk menegakkan dan memelihara kemaslahatan serta menolak *mafsadah* (keburukan) (Syatibi, t.th). Hal ini sesuai dengan tujuan pengutusan Rasul ke atas dunia ini, yaitu membawa rahmat keseluruh alam. Allah SWT berfirman surah al-Anbiya, 21: 107 yang bermaksud: "*Dan tidaklah kami mengutusmu melainkan rahmat bagi sekalian alam*".

Sesungguhnya kehadiran Rasulullah SAW adalah rahmat bagi manusia karena Syari'at yang dibawa adalah sempurna bagi menjaga kemaslahatan manusia. Apabila kemaslahatan manusia tidak ada dengan Syari'ah maka pengutusan rasul itu tidak menjadi rahmat tetapi merupakan malapetaka kepada manusia (Yasir, 2017). Seolah-olah Allah SWT mengatakan kepada nabi-Nya, "*Sesungguhnya aku mengutusmu karena untuk memberikan kesenangan di dunia dan menyusun peraturan-peraturan untuk kemaslahatan manusia, siapa saja yang menerimanya maka ia akan mendapat rahmat dan nikmat, sehingga*

mencapai ketenangan di dunia dan akhirat dan barangsiapa ingkar terhadapnya maka ia akan menyesal di dunia dan akhirat” . Rasulullah SAW juga bersabda: “Tidak boleh berbuat kerusakan pada diri sendiri serta berbuat kerusakan pada orang lain” (Al-Suyuthi, t.th: 15).

Apabila pembebanan hukum kepada manusia tidak membawa kemaslahatan baginya maka penyariatannya itu menimbulkan kemudharatan dan ini bertentangan dengan konsep kemaslahatan yang bertujuan melenyapkan kemudharatan (Yasir, 2017). Oleh sebab itu Syatibi berpendapat bahwa manusia hendaklah menyesuaikan tujuan perbuatannya dengan tujuan yang dimaksudkan oleh Allah SWT. Artinya perbuatan manusia haruslah sesuai dengan apa yang telah disyari’atkan karena ini akan menimbulkan kemaslahatan. Inilah yang dimaksudkan dengan ibadah (Syatibi, t.th: 243).

Maslahah jamaknya *mashalih* yang mempunyai maksud kebaikan, ia merupakan lawan dari kata *mafsadat* yang bermakna kerusakan dan kebinasaan. *Salih* lawannya *fasid* yang berarti orang yang merusak atau membinasakan. Sedangkan *istislah* mempunyai arti mencari maslahat, lawannya *istifsad* yaitu mencari kerusakan atau kebinasaan. *Maslahah* berarti sesuatu yang membangkitkan kebaikan dan keuntungan (Ma’luf, 1976: 432). Secara istilah, *maslahah* yang di maksud dalam pemahaman Syari’ah ialah pemeliharaan terhadap kehendak Syari’ah dan menolak kerusakan.

Menurut al-Ghazali (1322: 286) pemeliharaan terhadap kehendak Syari’ah meliputi lima dimensi, yaitu: memelihara agama (*al-din*); memelihara jiwa (*al-nafs*); memelihara akal (*al-`aql*); memelihara keturunan (*al-nasl*); dan memelihara kekayaan (*al-mal*). Semua tindakan dan pengembangan untuk menciptakan kesejahteraan suatu masyarakat haruslah memberikan kepastian perlindungan terhadap lima dimensi yang menjadi tujuan dari pada syari’ah Islam.

Al-Syatibi menetapkan pula bahwa pemeliharaan kemaslahatan yang menjadi tujuan Syari'ah tidak semuanya berada pada satu tahapan. Al-Syatibi dan al-Ghazali membagi kemaslahatan yang hendak dicapai syari'ah ke dalam tiga tahapan (al-Syatibi, t.th: 4, al-Ghazali, 1322: 1: 286). Pertama *al-daruriyyah* (*essential*), *al-hajiyah* (*necessary*) dan *al-tahsiniyyah* (*luxury*).

Al-Daruriyyah adalah perkara-perkara mutlak yang diperlukan untuk membina kehidupan manusia. *Al-Hajiyah* adalah perkara-perkara yang apabila ianya tidak ada maka kehidupan manusia akan menjadi susah, sedangkan *al-tahsiniyyah* merupakan pelengkap yang menjadi hiasan tambahan dalam kehidupan dan dengan keberadaan masalah *al-tahsiniyyah* kehidupan manusia akan menjadi lebih sempurna (al-Syatibi, t.th: 4, al-Ghazali, 1322: 1: 286).

Dalam hal keutamaan (*aulawiyah*) antara ketiga hal di atas, para ulama telah sepakat bahwa kemaslahatan yang bersifat *al-tahsiniyyah* tingkatannya berbeda dengan *al-hajiyah* begitu juga dengan *al-daruriyyah*. Kemaslahatan yang bersifat *al-daruriyyah* mestilah diutamakan pemeliharaannya. Oleh karena itu, jika terjadi pertentangan antara kemaslahatan *al-tahsiniyyah* dengan *al-hajiyah*, maka Syari'ah mendahulukan kemaslahatan *al-hajiyah*. Jika salah satu *al-hajiyah* atau *al-tahsiniyyah* bertentangan dengan kemaslahatan *al-daruriyyah*, maka masalah *daruriyyah* lebih diutamakan.

Ada beberapa kaedah yang berhubung dengan hal ini: "Apabila ada dua kerusakan maka dibolehkan melakukan kerusakan yang lebih kecil kesannya dan lebih sedikit keburukannya" (Al-Sayuthi, t.th: 117). Selanjutnya "Untuk menghalangi kemudharatan yang lebih besar maka dibolehkan melakukan kemudharatan yang lebih kecil" (Zarqa, 1989: 199).

Jika kemudharatan individu bertentangan dengan kemudharatan masyarakat, maka menghilangkan kemudharatan masyarakat lebih diutamakan. Hal ini disebabkan melindungi

masyarakat juga termasuk melindungi individu. Sebaliknya, jika hanya melindungi individu belum tentu melindungi kemaslahatan masyarakat. Ini bersandarkan kepada kaedah: “ Untuk menghalangi kemudharatan yang akan menimpa orang banyak, maka dibolehkan melakukan kemudharatan yang akan menimpa seseorang” (Zarqa: 1989: 197).

Sehingga Imam al-Qarrafi berkata: “Segala perintah Syari’ah bergantung kepada kemaslahatan sebagaimana larangan bergantung kepada mafsadah. Maka jika kemaslahatan itu di tingkat paling rendah, di situ ada hukum yang dipanggil sunat dan jika di tingkat paling tinggi, maka martabatnya adalah wajib. Kemudian kemaslahatan tersebut meningkat bersama sunat ke tingkat yang lebih tinggi dari sunat tapi berada di bawah tingkatan wajib. Begitu pula tingkatan mafsadah, jika pada peringkat paling rendah, maka di situ adanya hukum makruh. Hukum makruh ini meningkat dengan meningkatnya mafsadah sehingga ia sampai ke tingkat makruh paling tinggi di bawah tingkatan haram, sedangkan jika ia di tingkat paling tinggi, maka dikenali dengan haram” (Al-Qarrafi, 1925, 3: 94).

Berdasarkan hal tersebut diatas, maka menolak *mafsadat* adalah wajib demi tegaknya kemaslahatan. Prinsip ini menunjukkan bagaimana Islam sangat memperhatikan kepentingan umum daripada kepentingan pribadi. Hal ini memberikan petunjuk penting dalam pembuatan kebijakan dan keputusan dalam hal menghadapi perubahan-perubahan penting yang terjadi dalam kehidupan sosial kemasyarakatan. Terutama pada keadaan yaitu al-Qur’an dan al-Sunnah tidak secara jelas menjelaskan secara rinci semua perkara. Kerangka inilah yang bisa dijadikan sebagai landasan acuan prinsip-prinsip dasar dalam melaksanakan pariwisata halal. Penyelenggaraan wisata halal seharusnya menimbulkan kemaslahatan umum baik bagi masyarakat, sektor ekonomi tumbuh dan juga memberikan kebahagiaan jiwa bagi wisatawan dan pelaku wisata. Jangan sampai penyelenggaraan pariwisata menimbulkan efek negatif baik sisi

budaya yang pudar dan rusak, perilaku wisatawan yang melanggar prinsip-prinsip Islam dan kemanusiaan, bukan memperbaiki ekonomi tapi malah merusak ekonomi karena objek wisata tidak terjaga dan terawat dan lain-lain.

Konsep pengembangan penyelenggaraan wisata halal, dilaksanakan dalam 3 (tiga) kategori atau peringkat jika dilihat dari prinsip masalah, yaitu:

1. Al Dharuriyyah (*essential*)
2. Al Hajiyyah (*necessary*)
3. Tahsiniyyah (*luxury*)

Al Dharuriyyah adalah hal-hal yang mutlak diperlukan untuk menjalani kehidupan manusia. *Al Hajiyyah* adalah sesuatu yang apabila tidak ada, maka kehidupan manusia akan menjadi susah, sedangkan *al Tahsiniyyah* merupakan pelengkap yang menjadi hiasan tambahan dalam kehidupan dan dengan kewujudannya, kehidupan manusia akan menjadi lebih sempurna (Shatibi, t.th: 4 dan Al-Ghazali, 1322 H : 286). Dalam penyelenggaraan wisata tiga prinsip ini harus dikelola dan diperhatikan dengan seksama.

Dalam hal keutamaan (*aulawiyah*) penyelenggaraan pariwisata, para ulama telah sepakat bahwa dalam aplikasi nilai kemaslahatan yang bersifat *tahsiniyyah* tingkatannya berbeda dengan *hajiyyah*, begitu juga dengan *dharuriyyah*. Kemaslahatan yang bersifat *dharuriyyah* mestilah didahulukan dan diutamakan pemeliharannya. Oleh itu, jikalau berlaku pertentangan antara kemaslahatan *tahsiniyyah* dengan *hajiyyah*, maka syari'ah Islam bersikap mendahulukan kemaslahatan *hajiyyah*. Jika salah satunya bertentangan dengan kemaslahatan *dharuriyyah*, maka masalah *dharuriyyah* perlu diutamakan.

Ada beberapa kaedah yang berhubungan dengan hal ini:

إذا تعارض مفسدتان رعي أعضهما ضررا بارتكاب أخفها

Maksudnya: *“Apabila ada dua kemafsadaan, maka dibolehkan melakukan kemudaratan yang lebih kecil dan lebih kurang akibatnya”*.

الضرر الأشد يزال بالضرر الأخف

Maksudnya: *“Untuk menghalangi kemudaratan yang lebih besar maka dibolehkan melakukan kemudaratan yang lebih kecil”*.

Jika kemudaratan individu bertentangan dengan kemudaratan masyarakat, maka pencegahan yang didahulukan adalah kemudaratan masyarakat. Melindungi masyarakat juga termasuk melindungi individu. Sebaliknya, jika hanya melindungi kemudaratan seseorang dengan meninggalkan kepentingan masyarakat, maka secara langsung orang tersebut akan terkena dampak dari kemudaratan masyarakat. Hal ini berdasarkan kepada kaedah:

يحتمل الضرر الخاص لدفع الضرر العام

Maksudnya: *“Untuk menghalangi kemudaratan yang akan menimpa orang ramai, maka dibolehkan melakukan kemudaratan yang akan menimpa seseorang”*.

Imam Qarafi berkata: *“Segala perintah syari’at bergantung kepada kemaslahatan sebagaimana larangan bergantung kepada mafsadah. Maka jika kemaslahatan itu di tingkat paling rendah, di situ ada hukum yang dikenal sunat dan jika di tingkat paling tinggi, maka martabatnya adalah wajib. Kemudian kemaslahatan tersebut meningkat bersama sunat ke tingkat yang lebih tinggi dari sunat tapi berada di bawah tingkatan wajib. Begitu pula tingkatan mafsadah, jika pada peringkat paling rendah, maka di situ adanya hukum makruh. Hukum makruh ini meningkat dengan meningkatnya mafsadah sehingga ia sampai ke tingkat makruh paling tinggi di bawah tingkatan haram, sedangkan jika ia di tingkat paling tinggi, maka dikenali dengan haram”* (Qurafi, 1925 : 94).

Berdasarkan hal tersebut diatas, maka menolak mafsadat adalah wajib demi tegaknya kemaslahatan. Ada dua sudut pemeliharaan kemaslahatan atau *maqasid al-shari'ah*. Sudut *pertama*, positif iaitu dengan melakukan perbuatan untuk memelihara hal-hal yang meneguhkannya dan menegakkan tiang-tiangnya. Sudut *kedua* pula, ialah negatif yang mana menolak dan menyingkirkan mafsadah yang terjadi atau bakal terjadi.

Diatas dasar inilah segala perintah dan larangan ditegakkan. Setiap maslahat, manfaat dan mafsadat yang boleh diketahui secara lansung melalui nash (al-Qur'an dan al-Sunnah) maka terbentuk hukum bedasarkan al-Qur'an, al-Sunnah, al-Ijma' dan al-Qiyas. Manakala maslahat yang tidak dijelaskan secara langsung oleh nash melainkan dipahami secara umum maka penetapan hukum ke atasnya didasari oleh pemahaman para mujtahid baik melalui jalan *istihsan* atau *mashalih mursalah*.

Untuk itu Al Buthy (1982: 119) dalam bukunya "*Dhawabit al-maslahah fi al-shari'ah al-Islamiyyah*" telah menentukan lima *dhawabit* yang diuraikan secara panjang lebar, lebih dari 200 (dua ratus) halaman. Secara ringkas ke lima *dhawabit* itu sebagai berikut:

1. Maslahat itu harus termasuk kedalam *maqasid al-shari'ah*. Seperti untuk pemeliharaan agama, jiwa, akal, keturunan dan harta.
2. Maslahat itu tidak bertentangan dengan apa yang sudah ditegaskan dalam al-Qur'an.
3. Maslahat itu tidak bertentangan dengan apa yang sudah ditegaskan dalam Sunnah.
4. Maslahat itu tidak berlawanan dengan *qiyas* (analogi) yang syarat-syaratnya sudah disepakati oleh jumhur ulama yang berpegang pada *qiyas* sebagai dalil syarak.
5. Maslahat itu tidak menghilangkan maslahat lain yang lebih penting atau lebih besar.

B) Industri Pariwisata Halal di Aceh dan Pertumbuhan Sektor Ekonomi Masyarakat Aceh

Industri pariwisata halal adalah sebuah konsep wisata yang mengalami proses pengintegrasian terhadap nilai keislaman yang diadopsi ke seluruh sendi kegiatan wisata (Widagdyo, 2015). Perkembangan ini tentunya memberikan dampak positif terhadap pertumbuhan ekonomi. Menurut Cohen 1984, dampak pariwisata terhadap kondisi sosial ekonomi masyarakat lokal ada 8 (delapan) kelompok besar yaitu:

1. Penerimaan devisa
2. Pendapatan masyarakat
3. Kesempatan kerja
4. Harga
5. Distribusi manfaat
6. Kepemilikan dan kontrol
7. Pembangunan umum
8. Pendapatan pemerintah

Untuk itu, membangun industri pariwisata halal menjadi sangat penting sebagai salah satu upaya untuk mendorong pertumbuhan ekonomi. Menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan mendefinisikan bahwa yang dimaksud dengan Industri Pariwisata adalah kumpulan usaha pariwisata yang saling terkait dalam rangka menghasilkan barang dan/atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dalam penyelenggaraan pariwisata. Sedangkan kata Wisata halal dapat dipahami sebagai kegiatan yang didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah yang memenuhi ketentuan syariah (Kemenpar, 2015). Dengan demikian sangat erat kaitannya antara industri yang menyediakan

produk atau pelayanan halal dengan kehadiran wisata halal guna memenuhi keinginan liburan yang bernuansa islam dengan berbagai fasilitas yang mendukung untuk menjalankan aktivitas ibadah disela-sela kegiatan liburanya.

Dalam pengembangan industri pariwisata halal, ada beberapa poin penting yang harus diperhatikan guna menciptakan industri pariwisata mampu membangkitkan ekonomi masyarakat. Yaitu:

1. Keberadaan *Hospitality*

Secara sederhana, *hospitality* dapat dipahami sebagai segala hal yang berkaitan dengan segala macam bentuk usaha yang berhubungan dengan penyediaan akomodasi, transportasi, penginapan. Dalam kamus oxford, *hospitality* berarti *friendly and generous behaviour towards guests, food, drink or service that are provided by an organization for guests, customers, etc.* Menurut Mill (1990) "*the hospitality of an area is the general feeling of welcome that tourist receive while visiting the area. People do not want to go where they do not feel welcome.* Secara umum *hospitality* adalah keramah-tamahan dalam pelayanan wisatawan dimana wisatawan dapat merasa diterima ketika mengunjungi tempat yang dikunjungi. Sedangkan *hospitality* industri adalah industri yang menjadi sarana pelayanan untuk tamu berupa transportasi, akomodasi, penginapan dan lain-lain.

Usaha menuju wisata halal di Aceh tentunya perlu didukung oleh *hospitality* industri yang mencerminkan nilai-nilai syari'ah. Segala yang berkaitan dengan *hospitality* industri harus di kemas menjadi *islamic hospitality industry*. Dalam arti sederhana, *islamic hospitality* adalah keramah tamahan secara islami dan ini merupakan hal baru yang harus di dalami oleh pelaku yang bergerak dalam industri pariwisata halal. Pelaku wisata halal haruslah mengerti cara melayani wisatawan muslim dan wisatawan non muslim misalnya, dan cara sikap keramah tamahan ini menjadi salah satu sarana mendakwahkan nilai-nilai akhlak Islam kepada wisatawan non

muslim dan juga menciptakan rasa kenyamanan bagi wisatawan muslim dan non muslim.

Dalam objek penginapan sejenis hotel dan lainnya, harus memiliki sertifikasi halal. Sertifikat halal tersebut dapat digunakan sebagai bagian dari promosi hotel. Dengan mengatasnamakan hotel syariah, berarti segala pelayanan didalamnya harus bernuansa syariah. Para tamu hotel harus dilayani dengan ramah sesuai dengan prinsip-prinsip ajaran Islam. Berikut beberapa prinsip syariah yang perlu dijalankan dalam pelayanan hotel syariah:

1. Makanan Halal.
2. Tidak ada minuman keras (mengandung alkohol).
3. Tidak menyajikan produk dari babi.
4. Tidak ada diskotik.
5. Karyawan pria untuk tamu pria dan Karyawan wanita untuk tamu wanita.
6. Hiburan yang sesuai dengan syariah.
7. Seragam semua petugas hotel harus sesuai dengan syariah.
8. Tersedia fasilitas yang memudahkan untuk beribadah, seperti masjid, mushala dan fasilitas bersuci.
9. Tersedia pelayanan saat bulan Ramadhan untuk memenuhi sahur dan berbuka puasa.
10. Tersedianya Al-Qur'an, perlengkapan ibadah (shalat), *qiblat direction* di kamar.
11. Toilet diposisikan tidak menghadap kiblat dan semua peralatan kamar mandi (seperti shampo, sabun) harus bersertifikat halal.
12. Transaksi keuangannya melalui perbankan syariah (pembayaran hotel dll).
13. Tersedia fasilitas rekreasi kolam renang dan fasilitas kebugara (*gym*) yang terpisah antara pria dan wanita.

14. Bila hotel menyediakan fasilitas spa, maka terapis pria untuk pelanggan pria dan terapis wanita untuk pelanggan wanita. Dan terapinya tidak menggunakan bahan yang mengandung babi, alkohol maupun produk turunannya.

Beberapa hotel di luar negeri seperti Hotel Aerostar di Moscom yang merupakan salah satu model hotel bersertifikat halal dengan pelayanan yang bernuansa syariah. Seperti penyediaan Al-Qur'an disetiap kamar, sajadah, *qiblat direction*, peralatan mandi yang bersertifikat halal (sabun, sampo dll), ruang shalat yang terpisah antara lelaki dan perempuan. Juga hotel Raffles Makati di Filipin yang menyediakan Al-Qur'an disetiap kamar, ruang shalat dan TV yang berbahasa Arab (Battor dan Ismail, 2015). Hal ini tentu menjadi contoh konkrit untuk memicu semangat mensyariahkan seluruh hotel di Aceh. Apalah lagi sebagai daerah yang bergelar "serambi mekah", hal ini sangat tidak mustahil untuk diwujudkan.

Dalam objek akomodasi, pelayanan yang diberikan hendaknya dapat memudahkan wisatawan dalam beribadah di perjalanan, harga yang terjangkau dan lain sebagainya. Adapun maksud akomodasi dalam hal ini sama seperti yang telah disebutkan sebelumnya yang merujuk pada SK Menteri Pariwisata No. 37/PW.304/MPT/86 yaitu suatu tempat penginapan (hotel, bungalow, losmen dll) yang dilengkapi pelayanan lainnya seperti layanan makan dan minum. Secara umum, akomodasi wisata di Aceh sudah memadai. Akan tetapi, pelayanan akomodasi yang mudah belum menyentuh seluruh wisata halal di Aceh. Menjadi tanggung jawab pemerintah untuk menerapkan wisata halal di Aceh dengan mewajibkan seluruh bentuk akomodasi wisata di Aceh harus bersertifikat halal.

Selain akomodasi, peran transportasi juga sangat penting dalam industri pariwisata halal di Aceh. Penyedia jasa transportasi harus memberikan kemudahan bagi wisatawan muslim dalam

pelaksanaan ibadah selama dalam perjalanan. Karena dalam Islam, perjalanan wisata dianggap sebagai ibadah dan salah satu sarana untuk belajar ilmu pengetahuan dan berpikir tentang kekuasaan Allah. Hal ini dengan tegas Allah sebutkan dalam Al-Qur'an surat Al-An'am ayat 11-12 dan An-Naml ayat 69-70. Adapun tujuan terbesar dari perjalanan wisata alam adalah untuk mengajak orang lain kepada Allah dan menyampaikan ajaran Rasulullah Saw. Sebagaimana yang dicontohkan para sahabat Nabi yang melakukan perjalanan untuk mengajarkan kebaikan dan mengajak mereka untuk menjalankan kebenaran. Oleh karena itu, transportasi sebagai sarana penting dalam wisata halal harus dikemas menjadi *islamic transportation* yang menyediakan berbagai fasilitas untuk menunjang tercapainya tujuan wisata halal tersebut, seperti sebagai agen perjalanan atau *travel operator* harus menyediakan jadwal beribadah di sela-sela kunjungan wisata, penyediaan tempat shalat, pemberitahuan berupa pengumuman maupun adzan jika telah memasuki waktu shalat dan adanya hiburan islami selama perjalanan.

Indikator biro perjalanan wisata halal di antaranya adalah menyediakan paket wisata yang sesuai dengan kriteria umum pariwisata, tidak menawarkan aktivitas non-halal, memiliki daftar usaha penyedia makanan dan minuman halal, pemandu wisata memahami dan mampu melaksanakan nilai-nilai syariah dalam menjalankan tugas (Tim Percepatan Pembangunan Pariwisata Halal, 2017).

2. Halal Food (Makanan Halal)

Kebutuhan terhadap makanan menjadi paling krusial dalam industri wisata halal untuk diperhatikan dan ini merupakan salah satu atribut penting yang menarik wisatawan muslim dan mendorong mereka untuk mengunjungi destinasi wisata.

Kekhawatiran terhadap makanan yang dikonsumsi ini dikarenakan sebagai seorang muslim dianjurkan untuk memperhatikan setiap makanan yang dikonsumsi. Seorang muslim diwajibkan mengkonsumsi makanan yang halal dan thayiban. Sebagaimana yang telah Allah tegaskan dalam Al-Qura'an surat Al-Baqarah: 168. Di ayat yang lain, Allah menegaskan kepada muslim untuk tidak mengkonsumsi daging babi atau berbagai produk yang mengandung zat babi, bangkai, hewan yang disembelih dengan tidak menyebut nama Allah, sebagaimana firman Allah dalam surat Al-Maidah: 3. Selain itu, Islam juga mengatur kebutuhan manusia baik yang bersifat *dharurriyat* (primer), *hajjiyat* (sekunder), dan *tahsiniyat* (tersier). Oleh karena itu, ketersediaan makanan dan minuman halal sangat penting untuk diperhatikan dalam meningkatkan kemajuan destinasi wisata halal di Aceh.

Guidelines for Consumer Protection of 1985 yang dikeluarkan oleh Persatuan Bangsa-Bangsa (PBB) menyatakan bahwa konsumen dimanapun mereka berada, di segala bangsa, mempunyai hak-hak dasar sosialnya. Yang dimaksud dengan hak-hak dasar tersebut adalah hak untuk mendapatkan informasi yang jelas, benar, dan jujur, dan hak untuk mendapatkan ganti rugi dan hak untuk mendapatkan kebutuhan dasar manusia (Ali; 2016). Akan tetapi, fakta dilapangan membuktikan bahwa banyak produsen yang belum menunaikan kebutuhan dan hak konsumen tersebut. Tidak jarang masih ditemukan makanan yang berlogo halal akan tetapi sebenarnya mengandung zat yang tidak halal. Hal ini tentunya harus diantisipasi dengan meningkatkan pengawasan dari pemerintah dan memberikan edukasi kepada para pedagang untuk menunaikan hak konsumen dengan baik.

Salah satu bentuk upaya menunaikan kebutuhan dan hak konsumen adalah dengan mewajibkan sertifikasi halal pada setiap produk makanan. Wisatawan muslim cenderung memilih dan

memperdayai produk dan pelayan yang berlogo halal. Hasil Survey Muslim *Travel Shopping Index* (MTSI) 2015 menunjukkan bahwa lebih dari 80% responden memilih destinasi wisata yang menyediakan makanan yang halal. Dengan demikian, sertifikasi halal sangat dibutuhkan dan penting untuk menjamin dan meyakinkan wisatawan bahwa yang dipilihnya adalah makanan halal.

Kata halal secara harfiah dapat diartikan sebagai segala sesuatu yang diperbolehkan dalam syariat Islam. Dan sebaliknya, segala sesuatu yang tidak dibenarkan dalam Islam disebut dengan istilah haram. Dengan demikian, *halal food* berarti segala jenis makanan dan minuman yang diperbolehkan dalam Islam untuk dikonsumsi. Ada 3 kriteria penting untuk menyimpulkan makanan yang dikonsumsi tersebut adalah makanan yang halal. Pertama, halal secara zatya. Kedua, halal cara prosesnya. Ketiga, halal cara memperolehnya. Adapun produk halal menurut Majelis Ualam Indonesia (MUI) adalah produk yang memenuhi beberapa kriteria sebagai berikut:

1. Tidak mengandung babi dan bahan yang berasal dari babi.
2. Tidak mengandung bahan-bahan yang diharamkan, antara lain bahan yang diambil dari organ manusia, kotoran dan darah.
3. Semua hewan halal yang disembelih sesuai dengan tuntutan syariat Islam
4. Seluruh penyimpanan, penjualan, pengolahan, pengelolaan dan transportasi bahan tersebut bukan bekas dipakai untuk babi, kecuali setelah dibersihkan dengan tata cara syariat Islam.
5. Semua makanan dan minuman yang tidak mengandung *khamr*.

Jika dilihat dari segi regulasi, terkait *halal food* telah di atur dalam Undang-Undang. Berdasarkan Undang-Undang Republik

Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 tentang produk jaminan halal menjelaskan bahwa yang dimaksud dengan produk halal adalah produk yang telah dinyatakan halal sesuai dengan syariat Islam. Proses Produk Halal yang selanjutnya disingkat PPH adalah rangkaian kegiatan untuk menjamin kehalalan Produk mencakup penyediaan bahan, pengolahan, penyimpanan, pengemasan, pendistribusian, penjualan, dan penyajian produk.

Aceh sebagai daerah yang memiliki otoritas khusus telah melahirkan Qanun Aceh Nomor 8 Tahun 2016 Tentang Sistem Jaminan Produk Halal. Berdasarkan Pasal 23 Qanun Aceh Nomor 8 Tahun 2014 tentang Pokok-pokok Syari'at Islam, Pemerintah Aceh berkewajiban melaksanakan sistem jaminan halal terhadap barang dan jasa yang diproduksi dan beredar di Aceh yang pelaksanaannya diatur dengan Qanun Aceh.

Adapun maksud sertifikasi Halal adalah suatu proses untuk memperoleh sertifikat halal melalui beberapa tahap untuk membuktikan bahwa penerapan SJPH (sertifikasi jaminan produk halal) di perusahaan memenuhi persyaratan LPPOM MPU Aceh. Sertifikat Halal adalah fatwa tertulis yang dikeluarkan oleh MPU Aceh melalui keputusan sidang Komisi Fatwa yang menyatakan kehalalan suatu produk berdasarkan hasil audit yang dilakukan oleh LPPOM MPU Aceh. Dengan melihat regulasi yang telah diatur oleh pemerintah Aceh, maka hal ini menunjukkan bahwa para produsen berkewajiban untuk mengurus sertifikasi halal dan memberikan label halal pada produk yang dijual.

3. Infrastruktur Wisata

Pengembangan wisata halal tidak akan pernah lepas dari infrastruktur yang merupakan kebutuhan penting untuk mendukung keberlangsungan wisata. Tanpa dukungan infrastuktur yang memadai, niscaya akan sulit sekali berkembang desitinasi wisata

dengan maksimal. Para pengunjung tentunya akan meningkat daya tariknya jika infrastruktur yang tersedia lengkap dan nyaman.

Kata infrastruktur dapat didefinisikan sebagai fasilitas atau struktur dasar, peralatan, instalasi yang dibangun dan dibutuhkan untuk berfungsinya sistem sosial dan sistem ekonomi masyarakat (Grigg, 2000). Dalam dunia pariwisata, menurut Suwanto (2004), infrastruktur dapat didefinisikan sebagai situasi yang mendukung fungsi sarana dan prasarana wisata, baik yang berupa sistem pengaturan maupun bangunan fisik di atas permukaan tanah dan dibawahnya seperti:

1. Sistem pengairan, distribusi air bersih, sistem pembangunan air limbah yang membantu sarana dan perhotelan/restoran
2. Sumber listrik dan energi serta jaringan distribusinya yang merupakan bagian vital bagi terselenggaranya penyediaan sarana wisata yang memadai.
3. Sumber jalur angkutan dan terminal yang memadai dan lancar akan memudahkan wisatawan untuk mengunjungi objek-objek wisata
4. Sistem komunikasi yang memudahkan para wisatawan untuk mendapatkan informasi mampu mengirimkan informasi secara cepat dan tepat
5. Sistem keamanan atau pengawasan yang memberikan kemudahan di berbagai sektor bagi para wisatawan. Keamanan diterminal, diperjalanan, diobjek-objek wisata, di pusat-pusat perbelanjaan, akan meningkatkan daya tarik suatu objek wisata maupun daerah tujuan. Di sini perlu adanya kerjasama yang baik antara petugas keamanan, baik swasta maupun pemerintah, karena dengan banyaknya orang di daerah tujuan wisata dan mobilitas manusia yang begitu cepat membutuhkan sistem keamanan yang ketat dengan para petugas yang selalu siap setiap saat.

Dalam pengembangan destinasi wisata halal di Aceh, infrastruktur yang dibangun baik berupa wisata Alam dan Wisata Buatan haruslah didesain sesuai dengan indikator destinasi wisata halal. Indikator infrastruktur syariah di antaranya adalah memiliki ruang shalat, kamar mandi terpisah terpisah antara laki-laki dan perempuan, tempat wudhuk yang nyaman terutama tempat wudhuk untuk perempuan harus privasi sehingga tidak terlihat auratnya saat berwudhuk, perlengkapan ibadah yang lengkap dan bersih, tempat parkir yang aman, tempat penitipan barang yang aman dan lain sebagainya.

Selain itu, pemerintah Aceh juga harus mempersiapkan fasilitas umum yang baik dan berstandar internasional. Dukungan infrastruktur standar internasional sangat penting dalam menunjang destinasi dengan membangun sarana dan prasana yang memadai. Pembangunan infrastruktur pariwisata ini dapat dilakukan secara mandiri ataupun mengundang pihak swasta 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 aktivitas bisnisnya. Dalam konteks ini masyarakat akan mendapatkan pengaruh positif dari pembangunan pariwisata di wilayahnya.

4. Amenitas

Aspek lain yang terpenting dalam industri wisata halal adalah amenities. Aspek ini selain berkaitan dengan masalah fasilitas yang memberi atmosfer kenyamanan, juga berkaitan dengan pelayanan yang memadai. Kiranya aspek amenities ini juga merupakan ruh kekuatan daya tarik sebuah destinasi wisata yang sejatinya tetap harus mendapat perhatian para pengelola secara berkesinambungan. Karena bagaimanapun pesona objek tidak akan mempunyai nilai

yang berarti tanpa diimbangi dengan ketercukupan fasilitas yang dibutuhkan yang disertai pula dengan pelayanan yang prima.

Amenity atau amenitas adalah segala fasilitas pendukung yang bisa memenuhi kebutuhan dan keinginan wisatawan selama berada di destinasi. Amenitas berkaitan dengan ketersediaan sarana akomodasi untuk menginap serta restoran atau warung untuk makan dan minum. Kebutuhan lain yang mungkin juga diinginkan dan diperlukan oleh wisatawan seperti toilet umum, rest area, tempat parkir, klinik kesehatan dan sarana ibadah sebaiknya juga tersedia di sebuah destinasi. Tentu fasilitas-fasilitas tersebut juga perlu melihat dan mengkaji situasi dan kondisi dari destinasi sendiri dan kebutuhan wisatawan. Tidak semua amenitas harus berdekatan dan berada di daerah utama destinasi.

Dalam industri pariwisata, kualitas pelayanan merupakan indikator utama yang menunjukkan tingkat profesionalnya. Pengembangan pengetahuan tenaga kerja pariwisata juga ditekankan pada tiga hal pokok (Warsitaningsih, 2002). Pertama, pengembangan pengetahuan tentang tata cara pelayanan yang berkaitan dengan bervariasinya kegiatan pariwisata, misalnya pelayanan di hotel berbeda dengan pelayanan di tempat rekreasi atau dalam perjalanan wisata. Kedua, pengembangan pengetahuan tentang peralatan dan perlengkapan yang diperlukan dalam bidang pelayanan. Ketiga, pengembangan SDM yang berkaitan dengan pengembangan sikap, perilaku, sopan santun, dan sebagainya. Ketiga hal ini perlu untuk terus menerus ditingkatkan dan diperbaharui sesuai dengan perkembangan karena ketiga hal ini sangat mempengaruhi daya serap industri pariwisata.

Ketik berbicara industri wisata, kita semestinya melihat juga bagaimana pelayanan yang diberikan usaha lain seperti pelayanan hotel (penginapan), pelayanan yang diberikan oleh penghasil produk (souvenir), pelayanan yang diberikan biro perjalanan dan agen

perjalanan, pelayanan yang diberikan pemandu wisata, pelayanan yang diberikan toko-toko penjual kebutuhan lainnya atau pemberian pelayanan dari masyarakat umum.

Kemudian, sebagai suatu fenomena yang melibatkan pendatang atau tamu (guest) dan tuan rumah (host) pariwisata tidak bisa lepas dari dinamika hubungan antar manusia. Di dalam pariwisata, hubungan yang terjadi antara wisatawan dan warga sekitar lokasi daya tarik wisata memiliki sifat-sifat dan kekhasan tersendiri, yakni bersifat sementara (*transitory*), tidak berulang (*non-repetitive*) dan asimetris (*asymmetrical*) (Cohen:1984, Pitana&Hayatri: 2005). Namun demikian, meski hanya sementara dan tak berulang, interaksi ini mengakibatkan dampak yang signifikan pada warga sekitar daya tarik wisata.

Fakta dilapangan menunjukkan bahwa interaksi antara wisata dengan warga sekitar sering tidak harmonis. Warga disekitar komplek wisata, terutama yang tidak memiliki usaha jasa wisata, tidak ramah bahkan menaruh curiga pada wisatawan yang memasuki kawasan kampung atau kompleks perumahan mereka yang letaknya tidak jauh dari komplek wisata. Oleh karena itu, diperlukan edukasi, pendampingan dan pemberdayaan masyarakat terhadap warga disekitar destinasi dalam hal sikap melayani wisatawan yang datang.

5. Sumber Daya Manusia

Dalam suatu organisasi, hal yang paling penting diperhatikan adalah sumber daya manusia yang menjadi pendukung utama tercapainya tujuan organisasi. Sumber daya manusia menempati posisi strategis dalam suatu organisasi, maka dari itu sumber daya manusia harus digerakkan secara efektif dan efisien sehingga mempunyai tingkat hasil daya guna yang tinggi. Manajemen SDM adalah rangkaian strategis, proses dan aktivitas yang di desain

untuk menunjang tujuan perusahaan dengan cara mengintegrasikan kebutuhan perusahaan dan individunya (Rivaia, 2009).

Menurut Muhammad Abdul Manan (1990) paling tidak ada empat faktor produksi dalam upaya pengembangan industri yang harus terpenuhi ketersediaannya, yakni tanah, tenaga kerja, modal dan organisasi. Keempat komponen industri ini harus terus dikembangkan dan saling melengkapi. Namun demikian, dari keempat komponen tersebut, yang paling strategis adalah tenaga kerja (*human resource*) dalam menjalankan perannya masing-masing.

Dalam bidang pariwisata, keberadaan SDM berperan penting dalam pengembangan pariwisata. Hal ini mencakup wisatawan atau pekerja. Peran SDM sebagai pekerja dapat berupa SDM di lembaga pemerintah, SDM yang bertindak sebagai pengusaha (wirausaha) yang berperan dalam menentukan kepuasan dan kualitas pekerja, para pakar dan profesional yang turut berperan dalam mengamati, mengendalikan dan meningkatkan kualitas wisata serta masyarakat disekitar yang ikut menentukan kenyamanan, kepuasan para wisata yang berkunjung ke kawasan tersebut.

Merujuk pada Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, pengertian SDM terkait dengan Pariwisata adalah “berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah”. Sedangkan yang dimaksud dengan kepariwisataan adalah seluruh kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antar wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, pemerintah dan pemerintah daerah (Setiawan: 2016).

SDM Wisata halal belum cukup jika hanya menguasai ilmu keparawisataan alam semata, akan tetapi perlu dibekali dengan ilmu

prinsip-prinsip syari'ah. SDM wisata halal harus memahami prinsip-prinsip wisata halal, memiliki sifat insaniyah, paham melayani tamu muslim maupun non-muslim dengan baik sesuai dengan syariah dan urf suatu tempat dan perlu upaya peningkatan SDM wisata yang harus terus menerus dilakukan. Peningkatan SDM wisata dapat dilakukan dengan berbagai macam cara. Di antaranya adalah mengadakan pelatihan-pelatihan seperti magang di institusi tertentu, *short course, in house training*, diskusi kelompok dan lain sebagainya.

Pariwisata halal merupakan sebuah industri yang harus dikelola secara profesional. Pengelolaan sebuah industri secara profesional tentunya membutuhkan pengelola (sumber daya manusia) yang mumpuni. Dari bagian-bagian yang telah penulis paparkan pada bagian sebelumnya, penulis menilai adanya 'pagar operasional' dimana wisata halal selain dituntut untuk berkonsep "*all sharia services*" yakni dalam mulai dari proses awal promosi, hotel, restaurant, akomodasi, infrastruktur, sistem keuangan juga harus memiliki SDM yang mengerti dan memiliki kapabilitas serta komitmen sebagai pelaku bisnis terhadap hal-hal yang berkaitan dengan manajemen pariwisata yang mengacu kepada norma-norma keislaman.

SDM yang meliputi pemerintah, pengusaha, pramuwisata, akademisi, ulama, dan masyarakat merupakan daya dukung yang krusial dalam perkembangan industri pariwisata halal. Apabila SDM berkontribusi secara beriringan dan saling berintegrasi dengan perannya masing-masing maka wisata halal akan mengalami perkembangan yang pesat. Pengusaha dapat berperan sebagai penyedia produk dan layanan jasa yang sesuai syariat Islam dan norma-norma masyarakat di kawasan destinasi wisata halal. Pramuwisata memiliki peran tak kalah penting dalam industri wisata halal, selain memandu wisatawan ke objek-objek wisata halal, pramuwisata menjadi corong dalam menyebarkan nilai-nilai islam

kepada wisatawan. Tentunya *syi'ar* tersebut harus didukung dengan keluasan wawasan pramuwisata dan pembekalan yang diharapkan terstruktur, sesuai dengan visi dan misi wisata halal. Berbeda dengan hotel, restoran dan travel yang memiliki standard, SDM dalam wisata halal belum memiliki standar (Muhyiddin, 2017).

Pemerintah dalam hal ini Kementrian Pariwisata dirasa perlu untuk meningkatkan sertifikasi kompetensi dan sertifikasi usaha wisata halal. Maka Lembaga Sertifikasi Profesi (LSP) Pariwisata Syariah diharapkan jadi pendukung SDM dalam industri pariwisata halal (Pratiwi, 2016). Pembangunan SDM wisata halal ini diharapkan dapat menjadi modal bagi pramuwisata sebagai pihak yang berhubungan langsung dengan wisatawan. Sehingga menjadi suatu keharusan bagi pramuwisata dan juga seluruh pihak dalam industri wisata halal untuk memahami dan menjalankan nilai-nilai syariat Islam dalam operasionalnya seperti faham fikih wisata halal, berakhlak mulia, menjunjung tinggi profesionalitas, ramah, jujur dan bertanggung jawab.

Selain komitmen dari pemerintah dalam mendukung pengembangan kualitas SDM tentu peran cendekiawan dan para ulama juga memiliki daya dorong yang tinggi. Karena kompetensi dari mereka yang merupakan bagian dari sumber daya sangat dibutuhkan terlebih dalam bidang hukum positif dan juga hukum syariat. Legalisasi fatwa dapat menjadi pedoman dan memudahkan para pelaku bisnis wisata halal dalam mengimplementasikan nilai-nilai Islam dalam usahanya. Tentu kerjasama seluruh pihak dibutuhkan guna terciptanya standar bagi SDM wisata halal.

SDM halal juga memiliki peran sebagai pengawal teraplikasikannya nilai-nilai Islam dalam industri wisata. Karena nilai Islam tersebutlah yang menjadi kunci pembeda antara wisata halal dan wisata konvensional. Bagaimanapun selain pramuwisata, wisata halal membutuhkan pengawalan dari setiap pihak terhadap

praktik hukum-hukum syariat agar terhindar dari perkara-perkara yang bertentangan dengan nilai Islam. Dalam pengelolaannya SDM harus menjamin perlindungan terhadap agama, jiwa, akal, keluarga dan harta wisatawan (Djakfar, 2017).

Salah satu masalah besar dalam mengembangkan pariwisata adalah tidak tersedianya fasilitas yang cukup untuk menunjang pendidikan pariwisata. Padahal, salah satu elemen yang sangat berperan penting dalam meningkatkan SDM wisata adalah lembaga pendidikan. Pendidikan kepariwisataan merupakan salah satu kunci dalam mengembangkan potensi kepariwisataan, karena bidang ini memerlukan tenaga kerja terampil yang secara terus menerus harus dikembangkan. Tenaga kerja yang diperlukan harus yang cakap, terampil, memiliki *skill* tinggi dan profesional. Hal ini merupakan kebutuhan mutlak untuk dapat bersaing secara global.

Sebagaimana yang telah dijelaskan di atas bahwa Sumber Daya Manusia merupakan komponen terpenting dalam menunjang peningkatan destinasi wisata halal di Aceh. Pengelolaan wisata tidak dapat dilakukan oleh salah satu pihak saja. Harus ada konektivitas yang kuat antara pemasok bisnis, pemerintah, masyarakat setempat, perguruan tinggi, komunitas, organisasi dsb. Meningkatkan kualitas dan kuantitas sumber daya sebagai pelaku kebijakan dalam bidang kepariwisataan melalui jenjang pendidikan yang bersifat formal maupun non-formal. Sehubungan dengan hal tersebut, maka sistem dan mekanisme pendidikan dan pelatihan perlu didesain secara baik, sehingga dapat menjawab tantangan kebutuhan di masa yang akan datang.

Dalam kaitan dengan hal ini, menurut (Tjokrowinoto dkk, 2001) mengatakan bahwa figur atau sosok sumber daya manusia pada abad 21 adalah manusia-manusia yang memiliki kualifikasi sebagai berikut:

1. Memiliki wawasan pengetahuan (*knowledge*), keterampilan (*skill*), dan sikap atau perilaku (*attitude*) yang relevan dan mampu menunjang pencapaian sasaran dan bidang tugas dalam suatu organisasi.
2. Memiliki disiplin kerja, dedikasi dan loyalitas yang tinggi terhadap pekerjaan dan terhadap organisasi.
3. Memiliki rasa tanggungjawab dan pengertian atau pemahaman yang mendalam terhadap tugas dan kewajibannya sebagai karyawan atau unsur manajemen organisasi.
4. Memiliki jiwa kemauan yang kuat untuk beprestasi produktif dan bersikap profesional.
5. Memiliki kemauan dan kemampuan untuk selalu mengembangkan potensi dan kemampuan diri pribadi demi kelancaran pelaksanaan tugas organisasi.
6. Memiliki kemampuan yang tinggi dalam bidang teknik maupun manajemen dan kepemimpinan.
7. Memiliki keahlian dan keterampilan yang tinggi dalam bidang tugas dan ahli teknologi.
8. Memiliki jiwa kewirausahaan yang tinggi dan konsisten.
9. Memiliki pola pikir dan pola tindak yang sesuai dengan visi, misi dan budaya organisasi.

6. Event Wisata

Pelaksanaan berbagai macam event untuk mempromosikan berbagai kekayaan wisata dan budaya merupakan salah satu langkah strategis dalam meningkatkan minat wisatawan untuk berkunjung. Aceh sebagai salah satu daerah destinasi wisata halal telah gencar melakukan berbagai macam event untuk mempromosikan wisata halal. Aceh telah meluncurkan *Calendar Of Event (COE) 2019* yang melampirkan sebanyak 100 (seratus) event wisata digelar di Aceh

tahun 2019. Kepala Dinas Kebudayaan dan Parawisata Aceh, Jamaluddin, mengatakan lewat 100 event tersebut menunjukkan bahwa Aceh semakin terbuka bagi seluruh kalangan wisatawan, baik lokal maupun mancanegara. Dari 100 event tersebut, tuga diantaranya masuk ke dalam kalender 100 (seratus) event wonderful Indonesia 2019 di Kementerian Parawisata.

Membuat event baik berskala nasional dan internasional terkait wisata halal merupakan salah satu sarana pemasaran yang baik dalam dunia wisata halal. Hal ini memberikan daya tarik tersendiri bagi wisatawan muslim dalam mengenal destinasi wisata. Melalui berbagai event diharapkan rasa ketertarikan dan saling terjadi saling memahami antara wisatawan, masyarakat tentang tempat wisata itu sendiri.

Dalam membuat sebuah event wisata, peran EO (*Event Organizer*) sangatlah penting untuk menyukseskan sebuah event agar berjalan dengan baik, rapi dan tertib. *Event organizer* (EO) dapat didefinisikan sebagai jasa penyelenggaraan kegiatan yang bertujuan mempermudah penyelenggaraan sebuah kegiatan atau event, khususnya untuk kegiatan MICE (*meeting, incentive, conference, exhibition*) (Tathagati, 2015). Di sini sangatlah penting bagi EO (*Event Organizer*) untuk mengimplementasikan nilai-nilai Islam dalam setiap event yang diselenggarakan. Sehingga event tersebut dapat merefleksikan nilai-nilai yang terintergrasi dalam destinasi wisata halal. Bentuk implementasi nilai-nilai Islam dalam event wisata di antaranya seperti pemisahan tempat antara laki-laki dan perempuan, sesuai dengan syariah, sesuai dengan adat dan budaya, mendapatkan persetujuan dari pemerintah, pemuka adat dan agama, menghentikan segala aktivitas di jam shalat dan mengumumkan kepada semua pengunjung untuk shalat, menghindari hiburan-hiburan yang bertentangan dengan nilai Islam dan lain sebagainya.

C) Manajemen Wisata Halal (Halal Tourism Management) Guna Mendorong Pertumbuhan Ekonomi

Untuk memaksimalkan peran industri wisata halal guna mendorong pertumbuhan ekonomi maka diperlukan manajemen yang tepat dan baik agar pembangunan industri wisata halal dapat berjalan dengan baik dan memberikan dampak positif bagi perekonomian. Manajemen ini diperlukan juga karena untuk mengembangkan wisata halal harus melibatkan banyak pihak dan membutuhkan strategi tertentu dalam perencanaan sehingga dapat berlangsung dengan baik. Apabila pengembangan wisata tidak dimenej dengan baik, maka akan menimbulkan masalah-masalah sosial dan budaya, terutama di daerah atau tempat yang terdapat perbedaan tingkat sosial antara pendatang dan penduduk setempat, juga dapat mengakibatkan degradasi atau penurunan daya tarik suatu atraksi wisata, bahkan dapat menjurus kepada kerusakan lingkungan. Maka perlu adanya *halal tourism management* agar perkembangan wisata halal di Aceh mampu mendorong perekonomian Aceh ke arah yang lebih baik.

Definisi manajemen menurut Daft dalam Setiawan (2016) adalah "*Attainment of organizational goals in an effective and effecient manner through planning, organizing, leading, ang controlling organizational resources.*". Pendapat tersebut memiliki arti bahwa manajemen merupakan pencapaian tujuan organisasi dengan cara yang efektif dan efesien lewat perencanaan, pengorganisasian, pengarahan, dan pengawasan sumber daya organisasi.

Pembangunan pariwisata yang terpadu dapat terwujud dengan beberapa prinsip yakni: *pertama*, partisipasi masyarakat setempat dengan ikut terlibat dalam menentukan visi pariwisata, mengidentifikasi sumber-sumber daya yang ada dan ditingkatkan, serta mengembangkan tujuan-tujuan dan strategi-strategi untuk pengembangan dan pengelolaan daya tarik wisata. *Kedua*, partisipasi

pelaku wisata seperti lembaga swadaya masyarakat (LSM), kelompok sukarelawan, pemerintah daerah asosiasi wisata dan asosiasi bisnis. *Ketiga*, pemanfaatan sumber daya alam yang ada yaitu pembangunan pariwisata harus dapat mengoptimalkan pemanfaatan sumber daya alam yang ada untuk mendorong pembangunan ekonomi secara optimal. *Keempat*, adanya daya dukung, pembangunan dan pengembangan disesuaikan dengan batas-batas kemampuan lokal dan lingkungan, sehingga dapat ditentukan penyesuaian skala dan tipe fasilitas wisata yang mencerminkan kearifan lokal. *Kelima*, produk hukum karena pembanguana pariwisata selalu berdasarkan pada peraturan perundang-undangan di tingkat daerah, nasional, dan internasional serta kepatutatan yang hidup dan berkembang di masyarakat. *Keenam*, Monitoring dan evaluasi secara periodik dilakukan untuk tetap terpeliharanya kualitas wilayah, kualitas pelayanan, kualitas manajemen, kualitas ekonomi, kualitas sosial, kualitas objek wisata dan sumber dayah manusia (SDM) pelaku wisata (Zebua, 2016).

Adapun dalam manajemen destinasi wisata, ada 3 aspek yang harus diperhatikan dalam penawaran parawisata. Aspek-aspek tersebut adalah:

1. *Attraction (Daya Tarik)*

Atraksi wisata adalah peristiwa/kejadian/keadaan yang berlangsung secara periodek, baik yang bersifat tradisional maupun dilembagakan dalam kehidupan masyarakat modern, yang mempunyai daya tarik tertentu sehingga merangsang wisatawan untuk menyaksikan atau menghadirinya (Khodyat dan Ramaini, 1992).

Dalam hal ini, destinasi wisata hendaknya memiliki daya Tarik, baik daya tarik berupa alam maupun masyarakat dan budayanya. Agar suatu objek wisata dapat dijadikan sebagai salah satu objek wisata yang menarik, maka faktor yang sangat menunjang

adalah kelengkapan dari sarana dan prasana objek wisata tersebut. Karena sarana dan prasarana juga sangat diperlukan untuk mendukung dari pengembangan objek wisata. Maka, menyediakan fasilitas yang lengkap yang menunjang kenyamanan wisata muslim dalam berwisata adalah syarat penting untuk mengembangkan daya tarik wisata muslim.

Selain itu, untuk melakukan beberapa pengembangan pariwisata, ada tiga kriteria yang perlu diperhatikan untuk meningkatkan minat pengunjung destinasi wisata halal di Aceh:

1. *Something to see* adalah objek wisata tersebut harus mempunyai sesuatu yang bisa dilihat atau dijadikan tontonan oleh pengunjung wisata. Tentunya, objek yang dilihat dan ditontonkan ini haruslah bernilai Islam. Misalnya ada nilai-nilai sejarah yang diceritakan pada setiap kunjungan di masjid. Maka, harus ada daya tarik khusus untuk menyedot minat wisatawan.

2. *Something to do* adalah agar wisatawan yang melakukan pariwisata bisa melakukan sesuatu yang berguna untuk memberikan perasaan senang, bahagia, relax dengan fasilitas rekreasi yang baik, terdapat makanan khas yang mampu membuat wisatawan lebih betah.

3. *Something to buy* adalah tersedianya fasilitas untuk wisatawan berbelanja yang pada umumnya adalah ciri khas atau icon dari daerah tersebut, sehingga bisa dijadikan sebagai oleh-oleh.

Dengan terpenuhinya semua keinginan para wisatawan pada suatu destinasi, maka *tour image* yang dibawa pulang akan menyengkan. *Tour image* itu akan diceritakan kepada teman-teman dan sanak keluarganya ditempat asal. Sehingga sangat memungkinkan untuk mendorong orang yang mendengarkan cerita tersebut untuk berkunjung di waktu yang lain. Dengan demikian, minat para pengunjung juga akan semakin bertambah.

2. *Accessibility* (Aksesibilitas)

Aksesibilitas (keteraksesan, ketercapaian) adalah derajat kemudahan dicapai oleh orang, terhadap suatu objek, pelayanan ataupun lingkungan. Secara umum, aksesibilitas wisata halal di Aceh masih mengalami kendala sehingga perlu optimalisasi pembangunan dan pengembangan aksesibilitas di kawasan objek wisata di setiap kabupaten/kota baik aksesibilitas darat laut, udara dan peningkatan aksesibilitas dengan membuka dan menambah beberapa rute penerbangan, pelayaran dan membenahi jalur darat seperti prasarana transportasi jalan untuk lintas barat, tengah dan timur Aceh.

Dalam pengembangan ide dan inovasi terbaru, teknologi memainkan peran penting dalam pariwisata halal. Dalam hal pembangunan aksesibilitas, aplikasi *smartphone* sangatlah penting untuk membuat liburan menyenangkan dan nyaman, sebuah aplikasi yang ramah terhadap wisatawan muslim. Dewasa ini industri wisata halal mau tidak mau harus turut terjun ke dunia digital demi menjaga eksistensi dan meningkatkan pembangunannya dalam dunia industri. Kebutuhan terhadap ketersediaan akses digital yang meningkat menuntut wisata halal harus menciptakan produk digital. Aplikasi digital akan membantu wisatawan Muslim secara praktis dari *smartphone* mereka untuk menemukan berbagai pilihan layanan dan produk, hotel syariah, panduan liburan, paket liburan, panduan bandara, panduan transportasi, serta restoran-restoran halal. Dan ini adalah salah satu praktik terbaru yang sangat membantu kemajuan destinasi wisata halal. Diharapkan Aceh sebagai daerah yang mewujudkan destinasi wisata halal akan mengembangkan aplikasi sendiri untuk meningkatkan aksesibilitas berbagai objek destinasi wisata halal.

Kemudian pemerintah juga perlu usaha untuk terus menggalakkan pembangunan jaringan konektivitas di berbagai destinasi wisata. Jaringan ini wajib dibangun karena sudah menjadi

kebutuhan untuk mendorong arus wisatawan muslim dalam era digital. Salah satu bentuk dorongan yang bisa dilakukan adalah dengan menggelar bimbingan teknis di berbagai daerah agar mampu secara tepat memanfaatkan potensi pariwisata yang ada.

3. Fasilitas (Amenitas)

Dalam pembangunan destinasi wisata halal, mengembangkan fasilitas dan layanan pariwisata yang ramah muslim serta mendorong tercipta iklim investasi pariwisata halal sangatlah penting. Oleh karena itu fasilitas yang tersedia di objek destinasi haruslah lengkap dan nyaman. Kebutuhan yang diinginkan wisatawan pada umumnya harus tersedia seperti toilet yang bersih, rest area, tempat parkir, dan sarana ibadah lainnya. Masjid yang dibangun juga hendaknya memenuhi standar wisata halal, misalnya bersih, tersedia tempat parkir, ruang bermain anak-anak sehingga orang tua tetap aman dalam menjalankan ibadah dalam masjid. Apalagi jika masjidnya memiliki sejarah, maka hendaknya ada papan informasi yang menyediakan tulisan sejarah masjid tersebut sehingga memberi kesan lebih bagi wisatawan yang berkunjung. Sehingga merawat masjid, halaman masjid, kebersihannya hendaknya menjadi perhatian penting dalam destinasi wisata halal.

Manajemen pengembangan destinasi wisata halal ditempuh dengan memperhatikan 3 hal, yaitu: objek development (pengembangan objek), pengembangan pemasaran (*marketing development*) kepariwisataan dan pengembangan industri dan institusi (*Industrial and Institutional Development*) wisata.

1. Pengembangan Objek (Objek Development) Wisata Halal

Dalam *Tourism Review* dinyatakan bahwa yang menjadi acuan dasar dalam pembangunan *halal tourism* adalah suatu kepercayaan dan keyakinan yang dianut oleh umat Muslim yang diinterpretasikan sebagai nilai syariat Islam (Review, 2013). Syariat

Islam mengatur seluruh aktivitas kehidupan sehari-hari umatnya, mulai dari perintah seperti ibadah dan hal-hal kehidupan lain yang bersifat larangan seperti dilarang makan dan minum yang haram. Tapi yang harus dipahami bahwa islam bersifat *konprehensif* dan *universal* yang juga memiliki keterikatan terhadap hal *mu'amalah* seperti proses bisnis dalam industri (Ismaeel & Blaim, 2012).

Dengan demikian, yang menjadikan pertimbangan dari *object development* dalam wisata halal adalah nilai-nilai dasar umat Muslim. Halal sendiri adalah sebuah hal yang bersifat fundamental dari wisata halal itu sendiri. Pemahaman makna halal ini mencakup kedalam segala aspek kegiatan mulai dari sarana transportasi, promosi, hotel, makanan dan minuman, fasilitas dari agensi wisata, serta sistem keuangan itu sendiri.

Adapun objek material ilmu pariwisata mengacu pada kesepakatan (UNWTO, 2005) berdasarkan industri pariwisata yang telah berkembang di dunia maka objek material dari ilmu pariwisata dapat dikelompokkan menjadi tujuh, yakni:

1. Jasa Akomodasi (*acomodation services*)
2. Jasa penyediaan makanan dan minuman (*Passenger transport services*)
3. Jasa Transportasi Wisata (*Passenger Transport Services*)
4. Jasa Pemanduan dan Biro Perjalanan Wisata (*Travel Agency, tour operator and tourist guide services*)
5. Jasa Pagelaran Budaya (*Cultural Services*)
6. Jasa rekreasi dan hiburan (*recreation and other entertainment services*)
7. Jasa keuangan pariwisata (*Miscellaneous tourism services*)

Dalam mengembangkan objek pariwisata yang telah disebutkan di atas, ada aspek yang harus dipahami lebih dalam dari sudut pandang *object development* yang menjadi pertimbangan di dalam pengaplikasian konsep wisata halal itu nantinya. Aspek

tersebut berupa nilai-nilai Islam yang harus terintegrasikan dalam setiap objek pembangunan wisata. Contohnya di dalam dunia perhotelan, hotel akan melakukan *control* secara syariah diantaranya tidak akan memberikan penginapan bagi tamu yang bukan mahram, tidak akan menyediakan makanan dan minuman yang non-halal, meningkatkan kenyamanan fasilitas ibadah dan fasilitas pendukung lainnya. Dari aspek *object development* hotel tersebut dalam mencapai target bisnisnya serta dalam menjalankan aktivitasnya harus didasari dengan sistem keuangan yang halal pula. Sistem keuangan yang dimaksud bermakna komprehensif dimana hal tersebut mulai dari modal pembangunan hotel serta sistem pembayaran yang berintegrasi dengan Lembaga Keuangan Syariah (LKS).

Pembangunan objek wisata tentunya tidak pernah lepas dari sektor keuangan. Karena untuk mengembangkan setiap elemen dalam pengembangan wisata halal membutuhkan dana yang mampu menompang usaha tersebut. Kebutuhan dana pada dunia wisata ini sangatlah tinggi, terlebih wisata halal yang menjadi primadona baru menuntut bank syariah sebagai suatu rangkaian keterkaitan bisnis dalam prinsip-prinsip syariah, perlu untuk membuat suatu produk-produk yang ramah bagi wisatawan ataupun bagi pelaku industri wisata. Hal ini penting dilakukan agar bisnis dan aktivitas ekonomi yang dilakukan masyarakat benar-benar halal atau dengan kata lain diperbolehkan dalam hukum Islam. Bank Syariah setidaknya dapat mengutamakan atau minimal dapat mempermudah proses pengajuan pembiayaan untuk pengembangan objek destinasi wisata halal. Maka dalam hal ini, peran lembaga keuangan syariah (LKS) sangatlah penting.

Pengoptimalan integrasi wisata halal dengan LKS akan membangun ekosistem yang bersifat mutualisme. Wisata halal merupakan suatu keterkaitan erat antara suatu industri dengan industri lainnya, memiliki perpaduan dari berbagai sektor industri

yang salah satunya sektor keuangan syariah. Secara potensi optimalisasi perbankan syariah akan mendukung pembangunan wisata halal serta sebaliknya wisata halal yang terintegrasi dengan baik akan mendorong perkembangan dan eksistensi perbankan syariah. (Sidharta, 2017) menyebutkan bahwa potensi yang dimaksud diantaranya adalah dapat melakukan inovasi produk dengan memberikan produk pembiayaan khusus bagi pelaku industri wisata halal serta melakukan *event* untuk mendukung wisata halal agar dapat melahirkan *good experience* bagi wisatawan. *Good experience* bagi wisatawan contohnya akses menuju kantor bank syariah yang terjangkau dan layanan ATM yang mudah ditemui akan mendorong wisatawan dan pelaku industri wisata halal untuk menggunakan layanan bank syariah.

Secara kontribusi terhadap wisata halal, perbankan syariah dinilai sebagai pilihan wajib dibandingkan bank konvensional, dikarenakan karakteristik yang berbeda diantara keduanya. Dilihat dari segmentasi pasar, bank syariah memiliki tempat bagi pelaku bisnis wisata halal yang ingin berbisnis secara *kaffah* yakni benar-benar mengikuti hukum syariat Islam. (Alsheran, 2010) menambahkan bahwa Islam mengatur segala aspek kehidupan termasuk dalam berbisnis, dalam konteks ini industri bisnis wisata halal. Dalam pandangan penulis, merupakan sebuah aib dalam proses pembangunan objek industri wisata halal menggunakan pembiayaan non-halal dari perbankan konvensional.

2. Pengembangan Pemasaran (*Marketing Development*) Kepariwisataan

Tantangan dalam mengembangkan wisata halal salah satunya terkait dengan pemasaran (*marketing*), karena pemasaran wisata halal bukan sesuatu yang mudah. Hal ini dikarenakan perbedaan antara tuntutan wisatawan muslim dan wisatawan non-muslim. Wisatawan non muslim dapat memutuskan untuk tidak melakukan perjalanan

ke objek wisata tanpa adanya atribut tertentu. Sehingga salah satu tantangan wisata halal adalah bagaimana melayani wisawatan non muslim dan memenuhi kebutuhan mereka tanpa berbenturan dengan konsep wisata halal. Misalnya beberapa hotel menyatakan bahwa mereka adalah hotel syariah di dalam promosinya dan ini mungkin tidak menarik bagi wisatawan non-muslim. Oleh karena itu, wisata halal dapat menjadi peluang bisnis untuk menggunakan kreativitas dan fleksibilitas dalam melayani berbagai kebutuhan wisatawan muslim dan non muslim (Satriana dan Faridah, 2018).

Kata *marketing* (pemasaran) secara sederhana dapat diartikan suatu rangkaian kegiatan untuk memenuhi kebutuhan dan kepuasan konsumen. Dalam arti yang lain marketing atau pemasaran adalah perpaduan berbagai aktivitas yang saling terkait dimana tujuannya adalah untuk mengetahui kebutuhan konsumen atau pasar. Dengan adanya informasi tersebut maka dapat diciptakan dan dikembangkan suatu produk, harga, pelayanan, dan promosi agar kebutuhan pasar tersebut terpenuhi dan mendapatkan keuntungan.

Terkait wisata halal di Aceh, berbagai event telah diadakan untuk mempromosikan destinasi wisata halal. Akan tetapi, pemasaran wisata halal nampaknya belum maksimal seperti yang diharapkan. Hal ini dapat dilihat dari sulitnya mengakses informasi untuk wisata-wisata yang dipulau terpencil. Permasalahan ini setidaknya melahirkan beberapa kesimpulan. Pertama, perlu dibina strategi khusus dalam pemasaran destinasi wisata halal di Aceh, terutama destina-destina yang jauh. Kedua, perlu adanya tindakan sinergitas antar daerah di Aceh untuk meningkat pemasaran destinasi. Ketiga, Membangun brand destinasi.

Kelemahan pemasaran wisata di Aceh adalah tidak ada SKPP (Strategi Komunikasi Pemasaran Parawisata) yang mendesain strategi pemasaran efektif dan belum memiliki brand destinasi wisata untuk mengkampanyekan wisata halal Aceh kepada masyarakat

domestik maupun internasional. Dalam bidang ekonomi perdagangan, brand sudah sangat dikenali sebagai bagian penting pemasaran dan periklanan ataupun komunikasi pemasaran terpadu. Dalam bidang ekonomi perdagangan, brand merupakan aset yang meningkatkan nilai bagi pelanggan (Kotler, 2006). Dalam bidang pemasaran, Kotler dan Pfoertsch berkata: "*Brand adalah konsep yang tidak terukur, seringkali dipahami atau sering kali dianggap meningkatkan citra sosial sehingga produk pelayanan atau nilai terkesan lebih baik dari yang sebenarnya.*" Oleh sebab, *branding* dapat meningkatkan daya tarik wisatawan dengan melahirkan perasaan lebih berkesan, lebih berharga dan lebih bernilai.

Perbedaan jumlah kunjungan di sebuah wilayah dipengaruhi oleh branding yang diciptakan. Brand destinasi yang dirancang hendaknya memiliki unsur-unsur penting di antaranya adalah memiliki unsur karya kreatif yang dibuat sebagai perwakilan destinasi wisata, sarat dengan muatan falsafah, nilai budaya, kekayaan bangsa dan keutamaan destinasi, brand destinasi bukanlah logo, tapi perwakilan dari destinasi dan pihak berkepentingan yang menghasilkan destinasi tersebut.

Selain itu, para pelaku bisnis dalam industri wisata halal juga harus melakukan pemasarannya melalui *digital marketing* (Nugraha, 2018). Model strategi marketing berbasis digital saat ini dinilai cukup relevan dan efektif untuk dapat diaplikasikan dalam mempromosikan destinasi wisata dan juga meningkatkan kemudahan akses dalam pengelolaan akomodasi pariwisata halal. Hal tersebut dikarenakan gaya hidup masyarakat yang sudah mengalami pergeseran bahkan perubahan yang lahir atas tuntutan untuk dapat bergerak cepat dan hampir keseluruhan aktivitasnya tidak terlepas dengan internet. Dan hal ini secara keseluruhan digital marketing terintegrasi dengan pengembangan produk industri wisata halal berbasis aplikasi yang telah penulis paparkan di atas.

Mengikuti perkembangan dalam dunia teknologi informasi, *digital marketing* dapat dikatakan merupakan cara termudah dalam rencana promosi sebagai prospek bagi wisatawan potensial dimasa depan. Keberhasilan komunikasi pasar sangat ditentukan keberhasilannya dari perilaku dan karakteristik pasar, dimana saat ini dan kedepan perilaku dan karakteristik pasar yang terbentuk akan sangat erat dengan dunia digital. Nugraha (2018) menyatakan bahwa *digital marketing* bisa dilakukan melalui sarana website, social media, *online advertising*, *email direct marketing*, *forum discussion*, *mobile applications*. Berdasarkan hal tersebut, penulis menilai Aceh sudah harus memasarkan seluruh bagian dari pariwisata halal yang dimilikinya dengan menggunakan digital marketing.

Salah satu cara *marketing* lainnya yang sangat membantu untuk meningkatkan akses informasi destinasi wisata halal adalah dengan menggalakkan budaya menulis pengalaman kunjungan di media sosial. Menulis ulasan tulisan bergenre *travel writing* memberikan kontribusi yang cukup besar dalam memperkenalkan potensi pariwisata suatu wilayah. Artikel-artikel *travel writing* atau *travel guide* yang dimuat di media cetak dan sosial menjadi informasi awal bagi calon wisatawan. Profesi *travel writer* ini terbagi menjadi dua, sebagai reporter atau sebagai para *travel writer* yang sifatnya *freelance*.

3. Pengembangan Industri Dan Institusi (*Industrial And Institutional Development*) Wisata.

Pengembangan industri pariwisata halal yang berkelanjutan akan dapat meningkatkan kontribusi ekonomi yang cukup signifikan bagi seluruh pihak yang terlibat. Berdasarkan siaran pers Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, industri pariwisata adalah salahsatu sektor unggulan yang memberikan kontribusi yang cukup signifikan bagi pendapatan nasional. Sektor pariwisata mengalami peningkatan

kontribusinya sebesar 7% dari 10% ke 17% dari total ekspor barang dan jasa. Sektor industri pariwisata juga melakukan penyerapan tenaga kerja terbesar keempat mencapai 10,18 juta orang atau 8,9% dari total jumlah pekerja. Jika memperhitungkan efek penggandanya maka kontribusi industri pariwisata pada PDB mencapai sekitar 9% (KEMENPAR, 2014).

Untuk meningkatkan kontribusi industri pariwisata, berdasarkan Undang-undang Nomor 10 tahun 2009 tentang Kepariwisata Indonesia maka produk pariwisata dikelompokkan menjadi 3 produk, yaitu:

1. Budaya, meliputi segala produk wisata yang berkenaan dengan sejarah, kebudayaan, wisata desa, kuliner khas dan wisata kota.
2. Alam, meliputi segala produk wisata yang berkenaan dengan penjelajahan, ekowisata, taman, hutan lindung dan bahari.
3. Produk buatan, seperti wisata olahraga dan wisata terintegrasi. Selain itu juga ada MICE (*Meeting, Incentive, Convention, and Exhibition*) yakni pengembangan dalam industri pariwisata yang bergerak didalam event-event akbar. Produk industri tersebut juga harus ditunjang dengan pengoptimalan produk-produk industri yang masuk kedalam *basic needs* wisatawan. Didalam konteks wisata halal, berdasarkan pemaparan (Battour & Ismail, 2015) penulis mengklaterisasikan produk-produk yang perlu dioptimalkan guna menunjang kenyamanan wisatawan Muslim, yaitu ibadah, makanan, penginapan, transportasi dan aplikasi digital.

Berbagai hal yang dapat memenuhi kebutuhan manusia disebut dengan produk. Menurut Kloter, produk adalah segala sesuatu yang dapat ditawarkan di pasar, untuk memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen. Dari pemahaman ini dapat

dijelaskan bahwa ada tiga hal yang dianggap penting yang berkaitan dengan penyediaan produk yaitu : 1. Produk adalah sesuatu yang dapat ditawarkan untuk memuaskan kebutuhan (*need*) dan keinginan (*want*) konsumen. 2. Produk terdiri atas barang, jasa, pengalaman, peristiwa, orang, tempat, kepemilikan, organisasi, informasi, dan ide. 3. Produk mampu memberikan nilai dan manfaat bagi konsumen (Zebua, 2016).

Pengertian yang hampir sama dikemukakan oleh Supriyanto da Ernaway bahwa produk adalah sesuatu yang ditawarkan kepada orang lain (pasar) untuk memenuhi kebutuhannya. Sebagai sesuatu yang ditawarkan berarti produk itu harus termasuk dalam kategori baik dan berkualitas. Produk yang dihasilkan atau diproduksi tersebut harus diupayakan dapat memenuhi kebutuhan dan keinginan manusia pengguna ataupun organisasi.

Adapun untuk mencapai penjualan yang berhasil, di dalam pemasaran dikenal konsep 4 P (*product, price, place, and promotion*). Terkait produk, hal ini mencakup produk barang, jasa dan nilai. Produk barang yang dipasarkan hendaknya memiliki karakter dan kelebihan sebagai karakter spesifik yang membedakan produk Aceh dengan produk lainnya. Adapun produk jasa seperti pelayanan adalah sesuatu yang tidak dapat dilihat tapi dapat dirasakan. Sebuah kualitas produk yang bagus tanpa dibarengi dengan pelayanan penjual yang ramah dan sopan juga akan mempengaruhi minat daya beli wisatawan terhadap produk yang dipasarkan. Sedangkan produk nilai dapat berupa kenyamanan, kemudahan dan lain sebagainya. Kemudahan akses terhadap produk yang diminati konsumen juga akan mempengaruhi daya beli.

Kemudian, harga produk yang dijual juga perlu diperhatikan. Harga adalah identitas kuantitas, kualitas dan nilai yang diberikan kepada suatu produk, sehingga dengan harga kita dapat mengukur kuantitas, kualitas dan nilai produk tersebut dengan uang. Dalam

penentuan harga, keadilan harga (*fair price*) yang dibayarkan harus diutamakan, dimana harga ini harus adil baik untuk wisatawan lokal, nasional maupun internasional. Kemudian antara satu penjual dengan penjual yang lain juga ada kesepakatan harga produk yang dijual, sehingga sekalipun terdapat selisih harga antara satu penjual dengan penjual lainnya, hal tersebut masih dalam batas normal.

Pengembangan objek, pola pemasaran dan industri atau institusi pariwisata halal merupakan satu kesatuan yang mampu saling mendorong antara satu dengan lainnya serta memiliki dampak yang *multiplier effect*. *Multiplier effect* dalam industri pariwisata mengandung arti bahwa secara ekonomi, akan ada pelaku wisata yang mendapatkan pendapatan langsung (*direct earning*) dan pendapatan tidak langsung (*indirect earning*). Oleh karena itu, suatu wilayah yang kegiatan kepariwisataannya maju, maka kegiatan ekonominya akan meningkat dan sekaligus akan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Pembanguna sektor wisata halal juga turut andil dalam penciptaan lapangan kerja, terutama bagi warga sekitar. Sektor pariwisata secara teoritis dikatakan sebagai pendorong pembangunan dalam hal penyediaan lapangan kerja, naik langsung maupun tidak langsung. Miil dan Marrison menyebut pariwisata bersifat "*labor intensive than any other industries*". Ini berarti semakin banyak kemungkinan terciptanya lapangan kerja, semakin besar peluang warga untuk meningkatkan pendapatannya, dan semakin besar pula kesempatan untuk hidup lebih sejahtera. Hal ini senada dengan tujuan pariwisata nasional itu sendiri yaitu meningkatkan pertumbuhan ekonomi, meningkatkan kesejahteraan rakyat, menghapus kemiskinan, dan mengatasi pengangguran.

Dengan demikian, dampak positif dari perkembangan wisata dalam perspektif ekonomi diantaranya yaitu mendatangkan devisa bagi negara melalui penujaran mata uang asing di daerah tujuan

wisata, meningkatnya pasar potensial produk barang dan jasa masyarakat setempat, meningkatnya pendapat masyarakat yang kegiatannya terkait langsung atau tidak langsung dengan jasa pariwisata, memperluas penciptaan lapangan 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 lainnya, meningkatkan sumber pendapatan asli daerah (PAD), merangsang kreativitas seniman (Antara, 2011).

Hipotesis menarik juga dikemukakan oleh Muhammad Afdi Nizar (Subarkah, 2018) tentang hubungan antara pariwisata dan ekonomi yang kausalitas yakni:

1. Pertumbuhan ekonomi ditopang oleh pariwisata, maka dari itu pertumbuhan ekonomi dipengaruhi oleh perkembangan pariwisata (*tourism-led economic growth hypothesis*).
2. Pariwisata ditopang oleh ekonomi sehingga perkembangan wisata dipengaruhi oleh pertumbuhan ekonomi (*economic-driven tourism hypothesis*).
3. Keduanya (ekonomi dan pariwisata) memiliki manfaat satu sama lain dan bersifat dua arah (*reciprocal causal hypothesis*).

Sedangkan Dian Dinta Herlambang (2016) berpendapat setidaknya ada empat hal yang dapat dipengaruhi oleh pariwisata terhadap kondisi ekonomi di tempat wisata, yakni:

1. Jenis pekerjaan, masyarakat menjadi memiliki pekerjaan seperti pedagang asongan, lalu menjadi pegawai di tempat wisata (penjual tiket masuk, pengawasa keamanan, pengelola sampah, dan lain-ain).
2. Pendapatan masyarakat juga tentunya akan merasakan dampak dari pembangunan pariwisata.

3. Tumbuhnya sektor lain di sekitar tempat wisata seperti berdirinya warung-warung, ada penginapan yang dimiliki dan dikelola oleh masyarakat sekitar.
4. Ditempat wisata juga makanan dan minuman akan mengalami perubahan harga yang dapat menjadi keuntungan bagi pedagang.

Oleh sebab itu, pariwisata dan ekonomi memiliki keterkaitan yang kuat, seiring berkembangnya pariwisata di suatu daerah sangat memungkinkan untuk berkembangnya perekonomian di daerah tersebut. Hubungan keduanya sangat melengkapi. Ekonomi akan tumbuh jika ditopang oleh perkembangan wisata baik pelaku usaha kecil, menengah maupun yang besar.

Pertumbuhan ekonomi masyarakat dari sektor wisata halal akan semakin kuat dan maju ketika didukung sepenuhnya oleh pemerintah dan sektor perbankan untuk membiayai pembangunan infrastruktur, perodalan dan sumber daya manusia handal dalam wisata halal. Apalagi dengan kehadiran qanun Aceh, No. 11 Tahun 2018 tentang Lembaga Keuangan Syariah, menjadikan semua lembaga keuangan dan pembiayaan keuangan untuk sektor swasta sudah dilandaskan pada aturan-aturan syariah termasuk dalam industri pariwisata halal.

Disisi lain, disamping Aceh memiliki potensi yang sangat besar dalam hal kekayaan budaya Islam. Banyak situs bersejarah dan ikon Islam di Aceh dengan status milik ummat seperti masjid, tanah-tanah wakaf di dalam area destinasi wisata halal. Penulis merasa bahwa sektor wakaf produktif juga perlu dilirik dalam pengembangan wisata halal. Pengintegrasian ini dinilai dapat menciptakan *mutliplier effect* bagi sektor sosial dan bisnis.

Wakaf sosial bersifat *cost center* dimana membutuhkan dana eksternal untuk membiayai operasional fasilitas wakaf. Dan pembangunan objek wakaf juga membutuhkan aset dan lahan yang

juga membutuhkan biaya dalam pembangunannya. Integrasi antara keduanya dapat berjalan secara produktif dimana hasil dari keuntungan bisnis wisata halal digunakan kembali kedalam wakaf produktif yang memiliki manfaat sosial lebih besar bagi umat Islam. Contoh implementasinya dapat kita lihat dari wakaf Habib Bugak Al Asyi dua abad yang lalu yang mewakafkan tanah di samping Masjidil Haram. Tanah tersebut kemudian dibangun penginapan dan pengelolaannya masih berjalan sampai sekarang sebagai hotel. Hasil wakaf Habib Bugak manfaatnya masih dirasakan oleh jemaah haji asal Aceh sampai sekarang (Prastiwi, 2018). Maka dengan demikian dapat disimpulkan bahwa potensi wisata hala di Aceh sangatlah besar untuk menunjang pertumbuhan ekonomi di Aceh.

BAB V

PENUTUP

Bab penutup memuat dua hal yaitu kesimpulan dan saran dari hasil penelitian ini. Kesimpulan menjawab rumusan masalah dari penelitian ini, sedangkan saran memberikan rekomendasi keberbagai pihak terkait hasil kajian ini dan kemungkinan penelitian ke depan yang bisa dilakukan.

A. Kesimpulan

1. Warisan budaya di Aceh merupakan potensi wisata halal yang cukup tinggi, meliputi peninggalan masa pra sejarah, klasik, Islam, kolonial, serta peninggalan bencana gempa dan tsunami (*smong*). Semua warisan peninggalan masa lalu tersebut terdiri dari budaya benda (*tangible*) seperti *situs Mendale, Bukit Kerang, naskah/benda kuno, makam kuno, Masjid Raya, Baiturrahman, Kerkhof Peutjoet, kapal apung dan cagar budaya lainnya*. Aceh juga memiliki kekayaan budaya yang menarik lainnya, seperti *tarian, adat istiadat dan kegiatan spiritual*. Keunikan lainnya adalah keberagaman suku/etnis yang terdiri dari 8 (delapan) etnis/suku yaitu Aceh, Alas, Aneuk Jame, Gayo, Kluet, Tamiang, Singkil, Simelue dan 13 (tiga belas) jenis bahasa daerah yaitu Aceh, Alas, Aneuk Jamee, Gayo, Kluet, Tamiang, Julu, Haloban, Pakpak, Nias, Lekon, Sigulai, Devayan. Keberagaman suku/etnis tersebut melahirkan seni yang beragam juga sehingga muncul seni tari dari masing-masing suku/etnis yang memiliki kekhasan masing-masing. Tarian yang ada di Aceh misalnya rapai, rapai debus, rapai geleng, likok pulo, meuseukat, seureune kalee, seudati, saman, ranup lampuan, pemulia jamee, marhaban, didong, rebana dan qasidah gambus, sastra, pantun, syair, hikayat, seumapa, seni lukis (kaligrafi), dalail khairat, meurukon, dan lain-lain. Potensi wisata halal di Aceh sudah menunjukkan perkembangan yang bagus baik di kancah nasional maupun

internasional. Hal ini dibuktikan dengan beberapa penghargaan yang diraih Aceh dalam beberapa ajang pariwisata bergengsi yang diselenggarakan di dalam maupun di luar negeri. Potensi wisata di Aceh tidak hanya di dukung oleh keberagaman objek wisata, suku/etnis, bahasa, jumlah situs cagar budaya, jumlah seniman dan jumlah sanggar. Akan tetapi juga di dukung oleh jumlah pelaku pariwisata seperti jumlah pemandu wisata dan jumlah kelompok sadar wisata Aceh mempunyai ragam potensi wisata halal yang tersebar di beberapa daerah dan secara keseluruhan memiliki nilai tambah serta nilai jual secara ekonomi. Di tambah lagi dengan keunikan dan daya tarik tersendiri bagi wisatawan nusantara dan mancanegara, sehingga menjadi potensi pengembangan pariwisata Aceh masa depan serta peluang investasi bagi investor dalam melakukan kerjasama investasi di sektor industri pariwisata halal. Ditinjau dari pertumbuhan ekonomi berdasarkan data BPS Aceh tahun 2015, sektor pariwisata telah memberikan kontribusi sebesar 4,33 persen kepada PDRB Aceh atau sebesar Rp5,6 triliun. Nilai ini terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Sektor pariwisata berada pada urutan ke 8 sebagai pemberi kontribusi bagi PDRB Aceh. Jika hal ini dikelola dengan baik, maka diyakini berdasarkan data yang ada, potensi wisata halal di Aceh akan menjadi tiang penyangga utama pertumbuhan ekonomi Aceh.

2. Peluang dan tantangan berkembangnya wisata halal di Aceh dengan potensi yang sangat baik dapat disimpulkan dalam rumusan berikut ini:

- i. Strategi SO

Strategi yang bisa dilakukan dengan kekuatan yang ada lalu berupaya memanfaatkan peluang sebesar-besarnya dalam rangka mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat sebagai berikut:

- a) Dari segi regulasi baik lokal maupun nasional, Aceh memiliki potensi yang cukup besar dalam pengembangan wisata halal.
- b) Dengan adanya regulasi sistem jaminan halal, maka akan mempercepat pengembangan wisata halal.
- c) Adanya pengclusteran dari keberagaman obyek wisata yang tersebar di seluruh kabupaten/kota di Aceh merupakan strategi yang tepat dalam pengembangan wisata halal.
- d) Keramahtamahan masyarakat Aceh yang diimbangi oleh nilai-nilai keislaman akan menjadi potensi besar dalam pengembangan wisata halal.
- e) Sejarah kejayaan Aceh, konflik dan tsunami menjadikan Aceh sebagai *center of education* bagi wisatawan nusantara dan mancanegara.
- f) Berbagai event yang dimenangkan baik skala nasional maupun internasional, maka akan memudahkan Aceh dalam mempromosikan wisata halal.
- g) Dengan lahirnya berbagai qanun Syariah di Aceh, akan membentuk eco-halal secara system, sehingga akan mempercepat sektor pariwisata halal di Aceh.

ii. Strategi ST

Strategi dalam menggunakan kekuatan yang dimiliki dengan cara mengatasi berbagai ancaman yang datang baik dari dalam maupun luar bagi pengembangan ekonomi masyarakat, maka ada beberapa upaya yang bisa dilakukan sebagai berikut:

- a) Meningkatkan pemahaman kepala daerah di tingkat kabupaten/kota tentang potensi wisata halal di Aceh.

- b) Memperkuat kembali nilai-nilai budaya keislaman pada masyarakat khususnya generasi muda.
- c) Meningkatkan kualitas pengelolaan dan pelayanan yang terkait kepariwisataan.
- d) Menyediakan infrastruktur yang memadai.
- e) Menambah jalur penerbangan internasional, karena selama ini hanya melalui Malaysia.

iii. Strategi WO

Strategi ini diterapkan dengan memanfaatkan peluang yang ada dengan cara meminimalkan kelemahan yang ada dalam pengembangan wisata halal di Aceh. Ada beberapa upaya yang bisa dilakukan sebagai berikut:

- a) Perlunya edukasi dan sosialisasi kepada masyarakat mengenai pentingnya sector pariwisata yang berdampak pada pertumbuhan ekonomi masyarakat.
- b) Perlu adanya pelestarian nilai-nilai budaya/kearifan lokal tanpa mengesampingkan perubahan modernisasi.
- c) Potensi wisata yang cukup besar harus diimbangi oleh ketersediaan sarana dan prasarana.
- d) Memberikan pendampingan terhadap pelaku usaha dalam pengurusan sertifikasi halal.
- e) Untuk mewujudkan sinergisitas, maka perlu adanya koordinasi dengan dinas-dinas terkait.

iv. Strategi WT

Strategi ini didasarkan pada kegiatan yang bersifat *defensive* dan berusaha meminimalkan kelemahan yang ada serta menghindari ancaman bagi pengembangan wisata halal di

Aceh. Dengan demikian ada beberapa upaya yang bisa dilakukan sebagai berikut:

- a) Memberdayakan ulama/tokoh-tokoh agama dan masyarakat dalam sektor pariwisata halal.
- b) Menciptakan iklim yang kondusif, sehingga wisatawan nyaman berkunjung ke Aceh.
- c) Mempercepat proses pengurusan sertifikasi halal, sehingga layanan halal dijanjikan pada pariwisata halal benar-benar tersedia.
- d) Melakukan standarisasi pada kualitas sarana dan prasarana.
- e) Melakukan recruitment volunteers dan pendampingan khusus yang berkelanjutan untuk meningkatkan kualitas SDM kepariwisataan.
- f) Melibatkan peran serta masyarakat dalam mempromosikan wisata halal.

3. Aceh mempunyai keragaman jenis wisata yang merupakan potensi bagi pengembangan pariwisata halal disatu sisi, disisi lain Aceh juga terkenal dengan daerah yang menerapkan syariat Islam dengan berbagai aturan qanun (peraturan daerah) syariat dalam implementasi nilai-nilai syariah dalam kehidupan harian masyarakat Aceh. Jika melihat dari definisi pariwisata halal, Aceh merupakan daerah yang bukan hanya menyediakan kemudahan bagi wisatawan dalam memenuhi kewajiban agama Islam saat berwisata, akan tetapi lebih jauh dari itu semua bentuk wisata baik wisata alam, wisata bahari dan budaya, wisata pertualangan, agrowisata, wisata bahari dan ekologi maupun wisata kuliner dan heritage dan setiap atraksi wisata dipastikan dilakukan sesuai dengan nilai-nilai syariah. Oleh karena itu, wisata di Aceh lebih tepat jika disebut dengan wisata

syariah dibandingkan dengan wisata halal. Adapun model wisata syariah yang bisa dikembangkan di Aceh adalah:

- a. Aceh sebagai salah satu provinsi di Indonesia dalam operasionalisasi kegiatan wisata berpedoman kepada undang-undang yang telah ditetapkan secara nasional yang menjadi landasan utama kegiatan sektor wisata, disamping itu, Pemerintah Aceh juga menerbitkan peraturan pemerintah yaitu qanun Aceh terkait kehidupan masyarakat Aceh yang langsung atau tidak langsung berhubungan dengan kegiatan kepariwisataan. Karena Aceh adalah daerah khusus yang menerapkan syariat Islam, sehingga banyak aturan yang dikeluarkan berhubungan dengan wisata secara tidak langsung dan menjadi pedoman dalam kegiatan kepariwisataan. Keberadaan tata hukum nasional dan daerah diatas menjadikan Aceh berbeda dengan daerah lainnya di Indonesia dalam kegiatan kepariwisataan. Aceh, mau tidak mau harus menyusun pola wisata yang berbeda dan unik dibandingkan dengan wisata halal di tempat yang lain.
- b. Bagi mendorong jalannya wisata halal di Aceh maka model wisata halal di Aceh dijalankan dengan memperhatikan faktor-faktor berikut:
 - I. Prinsip- Prinsip Wisata Halal meliputi prinsip tauhid, adil, khalifah dan menciptakan masalah.
 - II. Industri Wisata Halal meliputi hospitality, makanan halal, sumber daya alam, amenitas, sumber daya manusia pengelola wisata dan kegiatan atau even wisata.

Aceh maka Pemerintah Aceh harus menjadi penggerak dan pendorong utama kegiatan wisata halal dengan mengumpulkan semua kekuatan. Koordinasi, kerjasama dan melibatkan semua masyarakat menjadi kunci utama kesuksesan wisata halal.

2. Kehadiran Qanun no 11, tahun 2018 tentang Lembaga Keuangan Syariah, menjadikan semua lembaga keuangan di Aceh dalam tahun 2022 menjadi lembaga keuangan syariah. Sehingga bisa dipastikan industri pariwisata di Aceh yang membutuhkan modal akan mendapat pembiayaan dari lembaga keuangan syariah. Hal ini semakin menegaskan bahwa wisata halal di Aceh benar-benar syariah karena diberikan modal dari lembaga keuangan syariah. Hal ini pula hendaknya harus dipahami oleh lembaga keuangan syariah di Aceh untuk menjadi tulang punggung pemodal bagi industri wisata sehingga kegiatan wisata di Aceh semakin bergeliat.

DAFTAR PUSTAKA

Artikel/Journal

- Aan Jaelani. (2017). *Industri Wisata Halal di Indonesia: Potensi dan Prospek (Halal Tourism Industry in Indonesia: Potential and Prospects)* dalam MPRA pasar Fakultas Syariah dan Ekonomi Islam, IAIN Syekh Nurjati Cirebon, 2017.
- Abd al-Majid al-Najjar, *Maqāsid al-Shari'ah bi 'ab'ād jadidah*, Beirut: Dār al-Gharb al-Islāmy. 2006.
- Abdul Mannan, Muhammad, *Islamic Economics, Theori and Practice*, India: Idarah Adabiyah, 1980
- Ahmad ibn Muhammad Zarqa (1989). *Sarh al-Qawa'id al-Fiqhiyyah*. Damaskus. Dar Qalam.
- Al-Ghazali (1322 H). *Al-Mustasyfa*. Beirut. Dar al-Kutub al-Ilmiyyah.
- Al-Hamarneh, A. (2011). Islamic tourism: A long term strategy of tourisindustries in the Arab world after 9/11. Centre for Research on the Arab World. Retrieved from <http://www.staff.unim>
- Al-Suyuti (t.th). *al-Asybah Wa al-Nazair*. Kairo. Muassasah al-Kutub al-Thagafiyyah.
- Al-Tabari (2001). *Jami'ul Bayan 'an Takwili al-Qur'an*. Kairo. Markaz al-Buhuts Wa al-Dirasah al-'Arabiyah Wa al-Islamiyah. Juz. 16. 2001.
- Al-Tirmizi (1993). *Sunan al-Tirmizi*. (edisi terjemahan oleh Mohd. Zuhri et al., Kuala Lumpur. Victory Agency.
- Alsheran, B. A. (2010). Islamic Branding: A Conceptualization of Related Terms. *Journal of Brand Management*, 34-49.
- Battour, M., & Ismail, M. N. (2015). Halal Tourism: Concepts, Practises, Challenges and Future. *Tourism Management Perspectives*.
- Battour, M., & Ismail, M. N. (2016). Halal tourism: Concepts, practises, challenges and future. *Tourism management perspectives*, 19, 150-154.

- Battour, M., Ismail, M. N., Battor, M., & Awais, M. (2014). Islamic Tourism: An Empirical Examination of Travel Motivation and Satisfaction in Malaysia. *Current Issues in Tourism*, 50-67.
- Chadwick, R. A. (1994). Concepts, definitions, and measures used in travel and tourism research. In *Travel, tourism, and hospitality research: A handbook for managers and researchers*, J. R. B. Ritchie and C. R. Goeldner, eds., 66. New York: John Wiley.
- Diyanet Isleri Baskanligi (2011). Helal (The Halal). Retrieved from <http://www.diyanet.gov.tr/turkish/dy/DiniBilgilerDetay.aspx?ID=1884>
- Fahadil Amin Al Hasan, *Penyelenggaraan Parawisata Halal di Indonesia (Analisis Fatwa DSN-MUI tentang Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata Berdasarkan Prinsip Syariah)*. Al-ahkam jurnal Ilmu Syariah dan Hukum Vol.2, Nomor 1, Januari-Juni 2017. Fakultas Syariah IAIN Surakarta.
- Gregor Polancik. (2009). *Empirical Research Method Poster*. Jakarta.
- Gulen, F. (2011). Helal lokma ve iffetli nesiller (Halal bite and virtuous generations). Retrieved from: http://www.herkul.org/kiriktesti/index.php?view=article&article_id=45.
- Hamira Zamani Farahani dan Joan C. Henderson (2010) dalam penelitiannya yang berjudul: *Islamic Tourism and Managing Tourism Development in Islamic Societies: The Cases of Iran and Saudi Arabia* dalam *Journal* homepage: www.elsevier.com/locate/tmp.
- Hendri Hermawan Adi Nugraha, Mila Sartika dan Ana Kadarningsih. (2018). *Desa Wisata Halal: Konsep dan Implementasinya di Indonesia*. Dalam *Jurnal Human Falah*, Vol. 5. No.1 Januari-Juni 2018
- Henny Ferniza, 2017. Antara Potensi dan Kendala dalam Pengembangan Pariwisata di Sumatera Barat. *Jurnal Pembangunan Wilayah dan Kota*, Biro Penerbit Planologi UNDIP Vol. 13 (1).

- <https://travel.detik.com/travel-news/d-3966877/tahun-2020-turismuslim-di-asean-18-juta-di-dunia-156-juta-orang>
- <https://www.merdeka.com/uang/survei-pertumbuhan-wisatawan-muslim-milenial-akan-mencapai-usd-100-miliar-di-2025.html>.
- Ibn Kathir (1999). *Tafsir Ibn Kathir*. Dar al-Thaiyibah Li Nasyri Wa al-Tauzi'.
- Ijaj, A. (2011). Halal concept & brands. Retrieved from <http://halalbrands.blogspot.fi/>. Irawan, Koko. (2010). *Potensi Objek Wisata Air Terjun Serdang Sebagai Daya Tarik Wisata Di Kabupaten Labuhan Batu Utara*. Kertas Karya. Program Pendidikan Non Gelar Pariwisata. Universitas Sumatera Utara.
- Jafar Jafari dan Noel Scott .(2014) dalam penelitiannya yang berjudul: *Muslim World and Its Tourisms* dalam Journal homepage: www.elsevier.com/locate/tmp.
- Kurniawan. (2015). *Analisis Pasar Pariwisata Halal Indonesia*, dalam *The Journal of Tauhidinomics* Vo. 1, 2015.
- Kusumaningrum, Dian. (2009). *Persepsi Wisatawan Nusantara Terhadap Daya Tarik Wisata Di Kota Palembang*. Tesis PS. Magister Kajian Pariwisata. Universitas Gadjah Mada.
- Laurensius Arliman S.(2018). Peran Investasi dalam Kebijakan Pembangunan Ekonomi Bidang Pariwisata Di Provinsi Sumatera Barat. *Kanun jurnal Ilmu Hukum*, Vo. 20, No.2.
- M. Dawam Raharjo (1996). *Ensiklopedi al-Qur'an: Tafsir Sosial Berdasarkan Konsep-Konsep Kunci*. Jakarta. Paramadina. 391-410.
- M. L. Jinghan, *Ekonomi Pembangunan dan Perencanaan*, edsisi 3, Rajawali Press, Jakarta.
- Medic dan Middleton. (1973). Product formulation in tourism. *Tourism and Marketing*, 13:173-20
- Michele Carboni, Carlo Perelli dan Giovanni Sistu. (2014) . *Is Islamic Tourism a Viable Option for Tunisian Tourism? Insight from*

Djerba dalam Journal homepage:
www.elsevier.com/locate/tmp.

- Mohamed Battour dan Mohd Nazaril Ismail. (2015). Halal tourism: Concepts, Practises, Challenges and Future dalam Journal homepage: www.elsevier.com/locate/tmp.
- Mohd Radzi Othman dan Ghafarullahuddin Din (2005). *Ekonomi Dalam Perspektif Al-Qur'an dan Al-Sunnah*. Penang. Malaysia. Universiti Sains Malaysia.
- Mawardi (2007). *Konsep al 'Adalah dalam Perspektif Ekonomi Islam*. Jurnal Hukum Islam. Vol VII. No. 5. 2007.
- Muhammad Sayyid Yusuf (2008). *Tafsir Ekonomi Islam. Konsep Ekonomi Al Qur'an*. Johor Bahru. Malaysia. Perniagaan Jaharbesa.
- Sabitha Marichan (2006). *Kaedah Penyelidikan Sains Sosial*. Malaysia. Pearson Prentice Hall.
- Muhammad Syukri Salleh (2002). *Pembangunan Berteraskan Islam*. Kuala Lumpur. Utusan Publication & Distributors Sdn. Bhd
- Nik Abdul Aziz Nik Mat (2008). *Akhlak Bermua'malat*. Kuala Lumpur. Anbakri Publika. Sdn. Bhd.
- Rangkuti, Freddy. (2004). Analisis SWOT Teknik Membedah Kasus Bisnis. Gramedia Pustaka Utama, Jakarta.
- ROZALINDA, R., NURHASNAH, N., & RAMADHAN, S. (2019). INDUSTRI WISATA HALAL DI SUMATERA BARAT: POTENSI, PELUANG DAN TANTANGAN. *Maqdis: Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, 4(1), 45-56.
- Sekaran, U (2003). *Research Methods for Business: A. Skill Buiding Approace* (4th ed.) New York. John Wiley & Sons Inc.
- Setiawan , R.I , (2016), Pengembangan Sumber Daya Manusia di Bidang Pariwisata: Perspektif Potensi Wisata Daerah Berkembang, *Jurnal Penelitian Manajemen Terapan (PENATARAN)*, Vol.1. No.1
- Shatibi (t.th). *al-Muwafaqat*. Kairo. Maktabah Wa Matba'ah Muhammad 'Ali Sabi Wa Auladihi.

- Sidharta, R. B. (2017). Optimalisasi Peran Perbankan Syariah dalam Mendukung Wisata Halal. *Jurnal Ilmu Manajemen dan Bisnis*, 1-14.
- Soraya Ratna Pratiwi, Susanne Dida, Nuriyah Asri Siafirah. (2018). Strategi Komunikasi dalam Membangun Awareness Wisata Halal di Kota Bandung. *Jurnal Kajian Komunikasi* Vo. 6 No. 1 Juni 2018.
- Sri Wahyulina, Sri Darwini, Weni Retnowati, Sri Oktariyani. (2018). Persepsi Wisatawan Muslim terhadap Sarana Penunjang Wisata Halal di kawasan desa Sembalut Lawang Lombok Timur. *Jurnal Magister Manajemen Universitas Mataram* Maret 2018.
- Subarkah, A.R, (2018), Potensi dan Prospek Wisata Halal dalam Meningkatkan Ekonomi Daerah (Studi Kasus: Nusa Tenggara Barat), *Jurnal Sospol*, Vol4, No.2
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Widagdyo, K. G. (2015). Analisis Pasar Pariwisata Halal Indonesia. *The Journal of Tauhidinomics*, 73-80.
- Zebua, M. (2016), *Inspirasi Pengembangan Pariwisata Daerah*, Yogyakarta: Deepublish.

Berita/Artikel Online

- Priherdityo, Endro. (2016). Aceh Destinasi Budaya Wisata Muslim Terbaik. Retrieved from CNN Indonesia: <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20161010161935-269-164484/aceh-destinasi-budaya-wisata-muslim-terbaik>
- Ariansyah, Zulfa. (2018). Realita Susahnya Mendapat Air Bersih di Pulau Weh Sabang. Retrieved from detik.com: https://travel.detik.com/dtravelers_stories/u-3139966/realita-susahnya-mendapat-air-bersih-di-pulau-weh-sabang

- Ardee. (2017). Monumen PLTD Apung Saksi Bisu Kedahsyatan Tsunami Aceh. Retrieved from [indonesiakaya.com: https://www.indonesiakaya.com/jelajah-indonesia/detail/monumen-pltd-apung-saksi-bisu-kedahsyatan-tsunami-aceh](https://www.indonesiakaya.com/jelajah-indonesia/detail/monumen-pltd-apung-saksi-bisu-kedahsyatan-tsunami-aceh)
- Aji. (2018). Banda Aceh Raih API 2018. Retrieved from [tribunnews.com: https://aceh.tribunnews.com/2018/11/24/banda-aceh-raih-api-2018](https://aceh.tribunnews.com/2018/11/24/banda-aceh-raih-api-2018)
- Aulia, Bustanul. (2017). Potensi Pariwisata Syariah dengan Pengembangan Industri Kreatif di Pulau Sabang. Retrieved from [Kompasiana.com: https://www.kompasiana.com/jipie/5884126bbd22bd541832d8d4/potensi-pariwisata-syariah-dengan-pengembangan-industri-kreatif-di-pulau-sabang?page=all](https://www.kompasiana.com/jipie/5884126bbd22bd541832d8d4/potensi-pariwisata-syariah-dengan-pengembangan-industri-kreatif-di-pulau-sabang?page=all)
- Aulia, Fitri. (2015). Ini Dia Masjid Baiturrahim Ulee Lheue. Retrieved from [Kompasiana.com: https://www.kompasiana.com/hack87/550dc281813311c925b1e44e/ini-dia-masjid-baiturrahim-ulee-lheue](https://www.kompasiana.com/hack87/550dc281813311c925b1e44e/ini-dia-masjid-baiturrahim-ulee-lheue)
- Meutia. (2015). Mengenal Lebih Dekat Rumoh Aceh. Retrieved from [kompasiana.com: https://www.kompasiana.com/hack87/5500c43fa33311981450ffc5/mengenal-lebih-dekat-rumoh-aceh?page=all](https://www.kompasiana.com/hack87/5500c43fa33311981450ffc5/mengenal-lebih-dekat-rumoh-aceh?page=all)
- Muhadi, Kurnia. (2018). Paralayang antara Olahraga dan Wisata Aceh Tengah. Retrieved from [antaranews.com: https://aceh.antaranews.com/berita/43896/paralayang-antara-olahraga-dan-wisata-aceh-tengah](https://aceh.antaranews.com/berita/43896/paralayang-antara-olahraga-dan-wisata-aceh-tengah)
- _____. Pemkab Aceh Tengah Sediakan Air Siap Minum. Retrieved from [antaranews.com: https://aceh.antaranews.com/berita/43923/pemkab-aceh-tengah-sediakan-air-siap-minum](https://aceh.antaranews.com/berita/43923/pemkab-aceh-tengah-sediakan-air-siap-minum)
- KSM. (2018). Tempat Wisata Kuliner Aceh Paling Enak. Retrieved from [ksmtour.com: https://ksmtour.com/wisata-](https://ksmtour.com/wisata-)

- kuliner/kuliner-aceh/tempat-wisata-kuliner-aceh-yang-paling-enak.html
- Nasution, Chalid. (2018). Monumen Pasee, Pusat Wisata Budaya Aceh. Retrieved from pesona travel: <https://pesona.travel/keajaiban/1105/monumen-pasee-pusat-wisata-budaya-aceh>
- Hayati, Nurul. (2015). Mengenal Sejarah Aceh di Rumah Cut Nyak Dhien. Retrieved from tribunnews.com: <https://www.tribunnews.com/travel/2015/11/13/mengenal-sejarah-aceh-di-rumah-cut-nyak-dhien>
- Liputan6. (2017). Eksotis di Gua Sarang. Retrieved from liputan6.com: <https://www.liputan6.com/regional/read/2889063/saat-ke-sabang-aceh-coba-nikmati-pagi-eksotis-di-gua-sarang>
- Setyadi, Agus. (2019). Akhir Pekan Di Sabang, Yuk ke Festival Khanduri Laot. Retrieved from detik.com: <https://travel.detik.com/travel-news/d-4485767/akhir-pekan-di-sabang-yuk-ke-festival-khanduri-laot>
- Putra, Edi. (2017). Pulau Banyak Aceh Singkil Krisis Air Bersih. Retrieved from ajnn.net: <http://www.ajnn.net/news/pulau-banyak-aceh-singkil-krisis-air-bersih/index.html>
- KBBI. (2019). Akomodasi. Retrieved from kbbi.web.id: <https://kbbi.web.id/akomodasi>
- Sofuroh, Faidah Umu. (2019, Juni 29). Kata Pakar Pariwisata Soal Wisata Halal Tak Ada Kaitannya dengan Sara. Diakses dari <https://travel.detik.com/travel-news/d-4605421/kata-pakar-pariwisata-soal-wisata-halal-tak-ada-kaitan-dengan-sara>
- DISBUDPAR. (2019, Maret 1). *Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Aceh*. Retrieved from disbudpar.acehprov.go.id: <http://disbudpar.acehprov.go.id/bps-aceh-aceh-mulai-dilirik-wisatawan-mancanegara/>.
- Djakfar, M. (2017). *Pariwisata Halal Perspektif Multidimensi*. Malang: UIN Maliki Press.

- Euromonitor International. (2015). *Euromonitor International*. Retrieved from [go.euromonitor.com: https://go.euromonitor.com/white-paper-business-halal-market-products-trends-growth-opportunities.html](https://go.euromonitor.com/white-paper-business-halal-market-products-trends-growth-opportunities.html).
- Ismaeel, M., & Blaim, K. (2012). Toward Applied Islamic Business Ethics: Responsible Halal Business. *Journal of Management Development*, 1090-1100.
- KEMENPAR. (2014, Maret 18). *Kementrian Pariwisata, Republik Indonesia*. Retrieved from [kemepar.go.id: http://www.kemepar.go.id/post/siaran-pers-menteri-pariwisata-dan-ekonomi-kreatif-masyarakat-ekonomi-asean-berpotensi-dorong-pertu](http://www.kemepar.go.id/post/siaran-pers-menteri-pariwisata-dan-ekonomi-kreatif-masyarakat-ekonomi-asean-berpotensi-dorong-pertu).
- Marsono, dkk, (2016), Dampak Pariwisata Religi Kawasan Masjid Sunan Kudus Terhadap Ekonomi, Lingkungan, dan Sosial Budaya, Yogyakarta:Gadjah Maada University Press
- Muhyiddin. (2017, May 21). *Republika*. Retrieved from [Republika.co.id: https://www.republika.co.id/berita/gaya-hidup/wisata-halal/17/05/21/oqa9aa384-kemepar-sdm-wisata-halal-belum-memiliki-standar](https://www.republika.co.id/berita/gaya-hidup/wisata-halal/17/05/21/oqa9aa384-kemepar-sdm-wisata-halal-belum-memiliki-standar).
- Nugraha, Y. M. (2018). Analisis Potensi Promosi Pariwisata Halal Melalui E-Marketing di Kepulauan Riau. *Jurnal Penelitian dan Karya Ilmiah Lembaga Penelitian Universitas Trisakti*, 63-68.
- Prastiwi, D. (2018, Augustus 08). *Liputan 6*. Retrieved from [Liputan6.com: https://www.liputan6.com/haji/read/3613119/awal-kisah-wakaf-habib-bugak-yang-manfaatnya-dirasakan-jemaah-haji-asal-aceh](https://www.liputan6.com/haji/read/3613119/awal-kisah-wakaf-habib-bugak-yang-manfaatnya-dirasakan-jemaah-haji-asal-aceh).
- Pratiwi, F. (2016, Augustus 26). *Republika*. Retrieved from [Republika.co.id: https://www.republika.co.id/berita/koran/syariah-koran/16/08/26/ocih471-lsp-pariwisata-halal-disiapkan](https://www.republika.co.id/berita/koran/syariah-koran/16/08/26/ocih471-lsp-pariwisata-halal-disiapkan)
- Alsheran, B. A. (2010). Islamic Branding: A Conceptualization of Related Terms. *Journal of Brand Management*, 34-49.

- Battour, M., & Ismail, M. N. (2015). Halal Tourism: Concepts, Practises, Challenges and Future. *Tourism Management Perspectives*.
- Battour, M., Ismail, M. N., Battor, M., & Awais, M. (2014). Islamic Tourism: An Empirical Examination of Travel Motivation and Satisfaction in Malaysia. *Current Issues in Tourism*, 50-67.
- DISBUDPAR. (2019, Maret 1). *Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Aceh*. Retrieved from disbudpar.acehprov.go.id: <http://disbudpar.acehprov.go.id/bps-aceh-aceh-mulai-dilirik-wisatawan-mancanegara/>.
- Djakfar, M. (2017). *Pariwisata Halal Perspektif Multidimensi*. Malang: UIN Maliki Press.
- Euromonitor International. (2015). *Euromonitor International*. Retrieved from [go.euromonitor.com](https://go.euromonitor.com/white-paper-business-halal-market-products-trends-growth-opportunities.html): <https://go.euromonitor.com/white-paper-business-halal-market-products-trends-growth-opportunities.html>.
- Ismaeel, M., & Blaim, K. (2012). Toward Applied Islamic Business Ethics: Responsible Halal Business. *Journal of Management Development*, 1090-1100.
- KEMENPAR. (2014, Maret 18). *Kementrian Pariwisata, Republik Indonesia*. Retrieved from [kemenpar.go.id](http://www.kemenpar.go.id/post/siaran-pers-menteri-pariwisata-dan-ekonomi-kreatif-masyarakat-ekonomi-asean-berpotensi-dorong-pertu): <http://www.kemenpar.go.id/post/siaran-pers-menteri-pariwisata-dan-ekonomi-kreatif-masyarakat-ekonomi-asean-berpotensi-dorong-pertu>
- Marsono, dkk, (2016), *Dampak Pariwisata Religi Kawasan Masjid Sunan Kudus Terhadap Ekonomi, Lingkungan, dan Sosial Budaya*, Yogyakarta:Gadjah Maada University Press.
- Muhyiddin. (2017, May 21). *Republika*. Retrieved from [Republika.co.id](https://www.republika.co.id/berita/gaya-hidup/wisata-halal/17/05/21/oqa9aa384-kemenpar-sdm-wisata-halal-belum-memiliki-standar): <https://www.republika.co.id/berita/gaya-hidup/wisata-halal/17/05/21/oqa9aa384-kemenpar-sdm-wisata-halal-belum-memiliki-standar>.

- Nugraha, Y. M. (2018). Analisis Potensi Promosi Pariwisata Halal Melalui E-Marketing di Kepulauan Riau. *Jurnal Penelitian dan Karya Ilmiah Lembaga Penelitian Universitas Trisakti*, 63-68.
- Pratiwi, D. (2018, Agustus 08). *Liputan 6*. Retrieved from Liputan6.com:
<https://www.liputan6.com/haji/read/3613119/awal-kisah-wakaf-habib-bugak-yang-manfaatnya-dirasakan-jemaah-haji-asal-aceh>.
- Pratiwi, F. (2016, Agustus 26). *Republika*. Retrieved from Republika.co.id:
<https://www.republika.co.id/berita/koran/syariah-koran/16/08/26/ocih471-lsp-pariwisata-halal-disiapkan>.
- Pratiwi, S.R, dkk (2018), Strategi Komunikasi dalam Membangun Awareness Wisata Halal do Kota Bandung, *Jurnal Kajian Komunikasi*, Vol.6, No 1
- Review, T. (2013, April 1). *Tourism Review*. Retrieved from Tourism Review: <http://www.tourism-review.com/indonesia-launches-sharia-tourism-projects-news3638>.
- Satriana, E.D, (2018), Wisata Halal : Perkemabangan, Peluang, dan Tantangan (Halal Tourism Development, Chance dan Challenge), *Journal Of Halal Product and Research (JHPR)*, Vol.1,No. 02.
- Sboros, M. (2014, October 27). *BIZ NEWS*. Retrieved from biznews.com:
<https://www.biznews.com/travel/2014/10/27/moscow-hotel-goes-halal-bid-attract-muslim-visitors-around-world>

Laporan

- Dinas Budaya dan Pariwisata Provinsi Aceh. (2015). Rencana Strategi Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Aceh: DISBUDPAR Aceh.
- _____. (2015). Potensi Wisata Halal di Aceh. Aceh: DISBUDPAR Aceh.
- _____. (2019). Kawasan Pengembangan Wisata di Aceh. Aceh: DISBUDPAR Aceh.

-(2017-2018). Kontribusi Sektor Pariwisata terhadap Ekonomi. Aceh: DISBUDPAR Aceh.
-(2018). Kunjungan Wisatawan Mancanegara dan Nusantara ke Sabang: DISBUDPAR Aceh.
- Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten/Kota. (2019). Rekapitulasi Pergerakan Jumlah Wisatawan. Banda Aceh: DISBUDPAR Aceh.
- Badan Pusat Statistik Aceh. (2016). Kontribusi Sektor Pariwisata terhadap Ekonomi: BPS Aceh.
- Kantor Imigrasi Banda Aceh. (2018). Rekapitulasi Wisatawan Mancanegara Melalui Bandara Sulthan Iskandar Muda Tahun 2016-2018.
- Kementerian Pariwisata. (2019). Kontribusi Sektor Pariwisata terhadap Pertumbuhan Ekonomi.
- Katalog BPS (2017). Tingkat Penghunian Kamar Hotel Bintang dan Akomodasi Lainnya Provinsi Aceh: Badan Pusat Syatistik Aceh.

Prosiding Seminar

- Nasutioan, Pangeran & Hasi, Andry. (2016). Sketsa Pariwisata di Aceh: Dari Regulasi Berbasis Syar'i Hingga Resistensi Masyarakat dalam Apologi Rekreasi (Studi Kasus di Kota Lhokseumawe). Conference Paper on Nasional Politik dan Kebudayaan. Bandung. Diakses dari https://www.researchgate.net/publication/317388843_Sketsa_Pariwisata_di_Aceh_Dari_Regulasi_Berbasis_Syar'i_Hingga_Resistensi_Masyarakat_dalam_Apologi_Rekreasi_Studi_Kasus_di_Kota_Lhokseumawe

DAFTAR LAMPIRAN

1. Uji Validitas Indikator Akses

Hasil Uji Validitas Indikator Akses								
		A1	A2	A3	A4.	A5	A6.	akses
A1	Pearson Correlation	1	.673**	.574**	.349**	.505**	.572**	.782**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	300	300	300	300	300	300	300
A2	Pearson Correlation	.673**	1	.710**	.426**	.514**	.600**	.833**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	300	300	300	300	300	300	300
A3	Pearson Correlation	.574**	.710**	1	.411**	.460**	.471**	.766**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000
	N	300	300	300	300	300	300	300
A4	Pearson Correlation	.349**	.426**	.411**	1	.632**	.455**	.708**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	300	300	300	300	300	300	300
A5	Pearson	.505**	.514**	.460**	.632**	1	.662**	.807**

	Correlation							
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	300	300	300	300	300	300	300
A6	Pearson Correlation	.572**	.600**	.471**	.455**	.662**	1	.796**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	300	300	300	300	300	300	300
Akses	Pearson Correlation	.782**	.833**	.766**	.708**	.807**	.796**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	300	300	300	300	300	300	300

2. Hasil Uji Validitas Indikator Komunikasi

		A7	A8	A9	A10	A11	komunikasi
A7	Pearson Correlation	1	.653**	.595**	.574**	.538**	.760**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000
	N	300	300	300	300	300	300
A8	Pearson Correlation	.653**	1	.856**	.813**	.773**	.921**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000
	N	300	300	300	300	300	300
A9	Pearson Correlation	.595**	.856**	1	.893**	.838**	.938**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000
	N	300	300	300	300	300	300

A10	Pearson Correlation	.574**	.813**	.893**	1	.876**	.932**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000
	N	300	300	300	300	300	300
A11	Pearson Correlation	.538**	.773**	.838**	.876**	1	.901**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000
	N	300	300	300	300	300	300
komunikasi	Pearson Correlation	.760**	.921**	.938**	.932**	.901**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	300	300	300	300	300	300

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

3. Hasil Uji Validitas Indikator Lingkungan

		A12	A13	A14	A15	A16	A17	Lingkungan
A12	Pearson Correlation	1	.771**	.681**	.384**	.768**	.730**	.855**
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000	.000	.000
	N	300	300	300	300	300	300	300
A13	Pearson Correlation	.771**	1	.737**	.544**	.746**	.748**	.898**
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000	.000	.000
	N	300	300	300	300	300	300	300
A14	Pearson Correlation	.681**	.737**	1	.603**	.695**	.662**	.870**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000	.000	.000

	N	300	300	300	300	300	300	300
A15	Pearson Correlation	.384**	.544**	.603**	1	.574**	.468**	.708**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000	.000	.000
	N	300	300	300	300	300	300	300
A16	Pearson Correlation	.768**	.746**	.695**	.574**	1	.748**	.890**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000		.000	.000
	N	300	300	300	300	300	300	300
A17	Pearson Correlation	.730**	.748**	.662**	.468**	.748**	1	.850**
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000		.000
	N	300	300	300	300	300	300	300
Lingkungan	Pearson Correlation	.855**	.898**	.870**	.708**	.890**	.850**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	.000	.000	
	N	300	300	300	300	300	300	300
**. Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).								

4. Hasil Uji Validitas Indikator Pelayana

ANGKET PENELITIAN (WISATAWAN)
KAJIAN WISATA HALAL DI ACEH: POTENSI, PELUANG DAN
TANTANGAN TERHADAP PERTUMBUHAN EKONOMI MASYARAKAT

Kepada Yth.

Bapak/ Ibu/ Saudara.....

Pengunjung Wisatawan Ke Aceh

Di Tempat

Assalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dengan Hormat,

Saya Muhammad Yasir Yusuf, Dosen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh, saat ini sedang mengadakan penelitian dengan judul “**Wisata Halal Di Aceh: Potensi, Peluang Dan Tantangan Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Masyarakat**”. Dengan ini saya memohon bantuan kepada Bapak/Ibu/Saudara pengunjung obyek wisata di Aceh untuk mengisi angket yang disediakan dalam rangka mendukung penelitian ini. Tujuan dari angket ini adalah untuk mengetahui persepsi wisatawan terhadap wisata halal di Aceh dan menilai minat wisatawan untuk mempromosikan wisata halal di Aceh. Harapan dari penelitian ini adalah melahirkan konsep wisata halal Aceh dalam bingkai implementasi syariah Islam yang mampu memberikan dampak positif bagi pertumbuhan ekonomi masyarakat..

Jawaban yang obyektif akan sangat membantu penelitian ini. Segala bentuk jawaban Bapak/Ibu/Saudara akan dijaga kerahasiaannya. Atas perhatian dan bantuannya saya sampaikan terima kasih.

Wassalamu 'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Hormat Saya,

Dr. Muhammad Yasir Yusuf, MA

Bagian1. Demografi Wisatawan

Silahkan beri tanda silang (v) atau *checklist* jawaban yang sesuai dengan Anda.

1. Jenis kelamin Anda:
 Laki-laki Perempuan
2. Usia Anda:
 Antara 17 –23 tahun Antara 38 – 44tahun
 Antara 24 –30 tahun Antara 45 – 51tahun
 Antara 31 –37 tahun Di atas 51 tahun
3. Daerah Asal Anda:
 Aceh Luar Negeri (.....)
 Dalam Negeri (.....)

Bagian 2. Sosio-ekonomi Wisatawan

4. Tingkat Pendidikan Anda:
 Tidak Sekolah Diploma
 SD/MIN OS- I
 SLTP/MTsN OS-2
 SLTA/MAN OS-3
5. Pekerjaan Anda:
 TNI/Polisi Pensiunan
 PNS Pelajar/Mahasiswa
 Karyawan Swasta Pengusaha
 Pedagang Lain-lain.....
 Petani
6. Penghasilan Anda dalam sebulan:
 kurang dari Rp 1.000.000 Rp 7.000.000 s.d Rp 9.000.000
 Rp 1.000.000 s.d Rp 3.000.000 lebih dari Rp 9.000.000
 Rp 4.000.000 s.d Rp 6.000.000

Bagian 3. Profil Sosio Psikografis Wisatawan

7. Dari mana Anda mendapatkan informasi terkait obyek wisata yang dikunjungi?
 Rekomendasi teman/saudara
 Media elektronik (internet, tv, dsb)
 Media Sosial (Facebook, Instalgram, WhatsApp, dll)
 Brosur paket perjalanan wisata
 Lain-lain (sebutkan).....
8. Sudah berapa kali Anda mengunjungi objek wisata di Aceh?
 Satu Kali
 Dua Kali
 Lebih dari dua kali
9. Berapa lama Anda habiskan waktu dalam berkunjung ke objek wisata di Aceh?.....(menit, jam, hari)

10. Jika Anda menginap, dimanakah tempat menginapnya?
- Homestay/penginapan penduduk
 - Penginapan luar objekwisata
 - Losmen/Wisma
 - Hotel
 - Lainnya.....
11. Untuk mencapai objek wisata, alat transportasi apa yang Anda gunakan?
- Kendaraan Pribadi
 - Angkutan Umum
 - Bus Wisata
 - Truk
 - Sepeda Motor
 - Lainnya.....
12. Dengan siapa Anda berkunjung ke objek wisata di Aceh?
- Sendirian
 - Teman
 - Keluarga
 - Berkelompok atau rombongan
13. Jenis kegiatan apa saja yang Anda lakukan di objek wisata di Aceh?
- Berjalan-jalan
 - Memandang Panorama
 - Berwisata religi
 - Penelitian
 - Lainnya.....
14. Berapa biaya yang Anda keluarkan untuk melakukan kunjungan wisata ke Aceh?
- Rp. 1.000.000,- Rp. 5.000.000,-
 - Rp. 5.000.000,- Rp. 10.000.000,-
 - Rp. 10.000.000,- Rp. 15.000.000,-
 - Rp. 15.000.000,- Rp. 20.000.000,-
 - Lebih dari Rp.20.000.000,-
15. Siapa yang menjadi pemandu Anda selama di Aceh?
- Diri Sendiri
 - Teman
 - Keluarga
 - Biro Perjalanan Swasta/Agen Travel
 - Lainnya.....

Bagian 4. Respon Wisatawan Terhadap Wisata Halal

Pilihlah salah satu jawaban dari beberapa alternatif yang disediakan:

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

AS : Agak setuju

KS : kurang setuju

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

No.	Pernyataan	SS	S	AS	KS	TS	STS
16	Informasi tentang obyek wisata mudah untuk diakses						
17	Jalan menuju lokasi obyek wisata tersedia dan mudah ditempuh						
18	Kualitas jalan menuju lokasi obyek wisata dalam kondisi baik						
19	Transportasi umum sepanjang obyek wisata tersedia						
20	Masyarakat di sekitar obyek wisata ramah						
21	Komunikasi dengan masyarakat di sekitar mudah						
22	Komunikasi melalui digital mudah untuk diakses						
23	Biaya perjalanan selama wisata terjangkau						
24	Pemandangan alam pada obyek wisata yang saya kunjungi indah dan menarik						
25	Kondisi di sekitar obyek wisata aman						
26	Nuansa religi terasa dan mengetarkan jiwa						
27	Lingkungan di sekitar obyek wisata bersih						
28	Wisatawan lain juga banyak mengunjungi obyek wisata tersebut						
29	Cuaca di sekitar obyek wisata kondusif						
30	Souvenir/ <i>merchandise</i> yang berhubungan dengan obyek wisata banyak tersedia						
31	Terdapat festival atau kegiatan budaya yang menarik						
32	Tersedianya Masjid/mushalla						
33	Tersedianya toilet dan air bersih untuk bersuci						
34	Tersedianya perlengkapan untuk beribadah						
35	Kualitas hotel/penginapan baik						
36	Pelayanan hotel/penginapan baik						
37	Tersedianya makanan/minuman halal						
38	Pelayanan restoran/rumah makan baik						
39	Pelayanan selama di bandara baik						
40	Terhindarnya obyek wisata dari aktifitas maksiat						
41	Terhindarnya obyek wisata dari aktifitas syirik						
42	Terhindar dari pertunjukan seni dan budaya serta atraksi yang bertentangan dengan syariat						

	Islam seperti mubazir, bercampur laki dan perempuan serta melupakan waktu shalat.						
43	Terhindar dari pornografi, dan porno aksi						
44	Makanan dan minuman halal yang bersertifikat halal MUI						
45	Restoran dan penjual makanan mempunyai sertifikasi halal MUI						
46	Adanya hotel syariah yang tersertifikasi halal oleh MUI.						

Bagian 5. Minat Wisatawan Terhadap Wisata Halal

Pilihlah salah satu jawaban dari beberapa alternatif yang disediakan:

SS : Sangat Setuju

S : Setuju

AS : Agak setuju

KS : kurang setuju

TS : Tidak Setuju

STS : Sangat Tidak Setuju

No	Pernyataan	SS	S	AS	KS	TS	STS
47	Menceritakan pengalaman positif selama di obyek wisata ini kepada orang lain						
48	Saya akan merekomendasikan obyek wisata ini kepada orang lain						
49	Saya akan mengunjungi kembali obyek wisata ini satu hari nanti						



**LEMBAR WAWANCARA SEMI TERSTRUKTUR
KAJIAN WISATA HALAL DI ACEH: POTENSI, PELUANG DAN
TANTANGAN TERHADAP PERTUMBUHAN EKONOMI MASYARAKAT
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) AR-RANIRY
DARUSSALAM, BANDA ACEH**

Kepada Yth: Narasumber

Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Dengan Hormat,

Saya Muhammad Yasir Yusuf, Dosen pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh, saat ini sedang mengadakan penelitian dengan judul **“Wisata Halal Di Aceh: Potensi, Peluang Dan Tantangan Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Masyarakat”**. Dengan ini saya memohon bantuan kepada Bapak/Ibu/Saudara Narasumber untuk bersedia diwawancarai dalam rangka mendukung penelitian ini. Tujuan dari wawancara ini adalah untuk mengetahui permasalahan yang terjadi dalam rangka implementasi wisata halal di Aceh, peluang, tantangan dan harapan serta bagaimana kehadiran wisata halal mampu mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat. Wawancara ini juga ingin memotret secara lebih dekat bagaimana sepatutnya wisata halal di Aceh dijalankan

dalam bingkai implementasi nilai-nilai syariah dalam kehidupan masyarakat Aceh.

Harapan dari penelitian ini adalah mampu memotret permasalahan, peluang, tantangan, serta konsep yang tepat terhadap wisata halal Aceh dalam bingkai implementasi syariah Islam yang mampu memberikan dampak positif bagi pertumbuhan ekonomi masyarakat.

Jawaban yang obyektif akan sangat membantu penelitian ini. Segala bentuk jawaban Bapak/Ibu/Saudara akan dijaga kerahasiaannya. Atas perhatian dan bantuannya saya sampaikan terima kasih.

Wassalamu'alaikumWarahmatullahiWabarakatuh

Hormat Saya,
Peneliti,
ttd
Dr. Muhammad Yasir Yusuf, MA
Ketua

A. Wisata Halal (Konsep dan Implementasi)

1. Apakah yang bapak/Ibu pahami tentang wisata Halal?

.....
.....
.....
.....
.....
.....

2. Konsep Wisata Halal di Indonesia yang dijadikan panduan adalah Fatwa DSN 108/2006: Pedoman Wisata Syariah yang mengatur:

- a. Destinasi (Tempat Kujungan) dan Kegiatan (event Wisata) →Setuju/Tidak Setuju

Mohon berikan alasan!

.....
.....

Bagaimana bentuk destinasi serta kegiatan yang dianggap halal?

.....
.....

- b. Wisatawan; →Setuju/Tidak Setuju

Mohon berikan alasan!

.....
.....

Bagaimana dengan wisatawan muslim baik dari sisi pakaian, perilaku dan

kebiasaan mereka yang terkadang bertentangan dengan norma-norma Islam?

.....
.....

- c. Biro Perjalanan Wisata Syariah (BPWS);
→Setuju/Tidak Setuju

Mohon berikan alasan!

.....
.....

Apakah BPWS perlu mendapatkan sertifikat sebagai travel atau agent wisata halal dari MPU atau DSN?

.....
.....

- d. Pengusaha Pariwisata (Toko Souvenir, Pedagang, penyedia fasilitas permainan (event) ; →Setuju/Tidak Setuju

Mohon berikan alasan!

.....

.....
Apakah pengusaha pariwisata perlu menerapkan nilai-nilai syariah dalam usaha mereka (dagangannya, akhlak pedagang, aktifitas kegiatan permainan di tempat wisata?
.....
.....

- e. Hotel Syariah dan Makan Halal dan Restoran Halal bersertifikat; →Setuju/Tidak Setuju

Mohon berikan alasan!
.....
.....

Apakah pengusaha pariwisata perlu kepada Hotel dan Restoran halal bersertifikat, bukankah aceh sudah dikenal dengan masyarakat Islam?
.....
.....

- f. Pemandu Wisata; →Setuju/Tidak Setuju

Mohon berikan alasan!
.....
.....

Bagaimana mendidik pemandu wisata bisa menjalankan nilai-nilai syariah saat mereka sedang jadi pemandu wisata, dilihat dari bisnis dan komitmen halal ? Sebagai contoh shalat pada waktunya, tidak lewat waktu?
.....
.....

- g. Terapis (SPA, Sauna dan Message) →Setuju/Tidak Setuju

Mohon berikan alasan!
.....
.....

- h. Adakah instrumen lain yang perlu diatur dalam wisata

halal (harga dan biaya transportasi, barang, dll..?)

.....
.....

3. Apakah menurut bapak prinsip/prinsip penting yang harus wujud dalam pengembangan wisata halal?

1. Prinsip mengatur yang diperlukan
→Setuju/Tidak Setuju

2. Prinsip memudahkan
→Setuju/Tidak Setuju

3. Prinsip sesuai dengan kemampuan
→Setuju/Tidak Setuju

4. Prinsip bertahap
→Setuju/Tidak Setuju

5. Prinsip skala prioritas
→Setuju/Tidak Setuju

6. Prinsip inklusif
→Setuju/Tidak Setuju

7. Ada tambahan prinsip-prinsip lainnya, sila dinyatakan (contoh; *masalah*)

.....
.....

4. Bagaimana pandangan Bapak/Ibu terkait implementasi wisata halal di Aceh? Apakah sudah sesuai atau belum, mohon diberikan alasan dari jawaban bapak dan ibu?

.....
.....

B. Tantangan, Hambatan Dan Peluang Pengembangan Wisata Halal Di Aceh

1. Bagaimana tantangan, hambatan dan peluang pengembangan wisata halal di Aceh?

a. Tantangan.....

i. ...

ii.

Model Penerapan Wisata Halal di Aceh Untuk Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Masyarakat

Muhammad Yasir Yusuf¹, Inayatillah¹, Isnaliana¹, Siti Sarah¹

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry, Darussalam 23111, Banda Aceh.

E-mail: muhammadyasir@ar-raniry.ac.id, inayatillahdjakfar@gmail.com
isna_liana90@yahoo.com, sitisarah@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk merumuskan model penerapan wisata halal dalam bingkai penegakan syariah Islam di Aceh yang mampu mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat. Aceh mempunyai kekhasan dibandingkan provinsi lain di Indoensia yaitu Aceh dikenal sebagai daerah yang menerapkan syariat Islam. Mewujudkan wisata halal dalam bingkai syariat Islam dan mampu mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat menjadi tantangan tersendiri di Aceh. Penelitian ini menggunakan pendekatan sistem pakar melalui pengumpulan data dan informasi sebagai rujukan dalam perumusan desain konsep meliputi wawancara, kuisisioner, pengamatan langsung, analisis SWOT dan sintesa data di lapangan. Tahapan penelitian ini menggunakan sistem pengembangan model konseptual yang diterjemahkan dalam proses penelitian meliputi perencanaan, analisis, desain, verifikasi dan validasi, serta membangun model penerapan wisata halal dalam bingkai penegakan syariah Islam di Aceh. Penelitian ini telah berhasil merumuskan model wisata halal di Aceh memperhatikan beberapa faktor, yaitu: *Pertama*, Prinsip- Prinsip Wisata Halal meliputi prinsip tauhid, adil, khalifah dan menciptakan masalah. *Kedua*, Industri Wisata Halal meliputi hospitality, makanan halal, sumber daya alam, amenitas, sumber daya manusia pengelola wisata dan kegiatan atau even wisata. Dan ketiga, manajemen (tata kelola) Wisata Halal guna mendorong pertumbuhan ekonomi meliputi pengembangan objek wisata, pengembangan pemasaran wsiata dan pengembangan industri dan institusi pendukung wisata.. Tiga faktor-faktor tersebut akan berjalan dengan baik jika di dukung penuh oleh kebijakan pemerintah yang serius untuk mengembangkan industri wisata halal dan didukung oleh Lembaga Keuangan Syariah. Pariwisata dan ekonomi memiliki keterkaitan yang kuat, seiring berkembangnya pariwisata di suatu daerah sangat memungkinkan untuk berkembangnya perekonomian di daerah tersebut. Hubungan keduanya sangat melengkapi. Ekonomi akan tumbuh jika ditopang oleh pelaku wisata baik pelaku usaha kecil, menengah maupun yang besar

Kata Kunci: Wisata halal, pertumbuhan ekonomi dan syariat Islam

Pendahuluan

Pariwisata adalah salah satu faktor yang mempunyai peran penting dalam pertumbuhan perkonomian bangsa-bangsa di dunia. Hal ini disebabkan dengan semakin tingginya kemajuan dan kesejahteraan masyarakat mendorong tumbuhnya kegiatan pariwisata sebagai bagian tak terpisahkan dari kebutuhan atau gaya hidup manusia modern

untuk mengenal alam dan budaya di kawasan lainnya. Secara tidak langsung kebutuhan atau gaya hidup dalam sektor pariwisata ini berpengaruh terhadap mata rantai ekonomi yang saling berkesinambungan sehingga menjadi industri jasa yang memberikan kontribusi besar bagi pertumbuhan ekonomi dunia, seperti peningkatan kesejahteraan ekonomi masyarakat lokal dengan kehadiran wisatawan melalui jasa transportasi, akomodasi maupun konsumsi.

Dalam perkembangannya, dunia pariwisata terus mengalami peningkatan volume kegiatan dan memunculkan hal-hal kreatif baru yang membuat keinginan dan kebutuhan manusia terpenuhi, termasuk kebutuhan bagi muslim dalam berwisata. Kebutuhan muslim dalam berwisata memunculkan istilah baru dalam dunia kepariwisataan dengan istilah wisata halal. Wisata halal belakangan ini telah menjadi tren di beberapa negara dan mulai mendunia, bukan hanya di negara muslim, tetapi juga mulai merambah ke beberapa negara yang mayoritas penduduknya adalah non muslim, seperti Cina, Korea, Jepang dan Thailand.

Wisata halal belakangan ini menjadi trend di beberapa negara dan mulai mendunia. Wisata halal juga telah mendapat tempat ditengah-tengah masyarakat Aceh dan Indonesia. *"The world Halal Travel Summit & Exhibition 2015"* menetapkan Indonesia sebagai daerah kunjungan *World Halal Travel Family Friendly Hotel, World Best Halal Honeymoon Destination dan World best Halal Tourism Destination"*. Pada tahun 2016 pula, Aceh memenangkan tiga kategori dalam Anugerah Pariwisata Halal Terbaik tingkat nasional, yaitu Kategori Bandara Ramah Wisatawan Muslim Terbaik, Destinasi Budaya Ramah Wisatawan Muslim Terbaik, dan Daya Tarik Wisata Terbaik. Dan pada *"World Halal Tourism Award 2016"* di Dubai, Aceh memenangkan dua kategori yaitu *World's Best Airport for Halal Travelers* dan *World's Best Halal Cultural Destination*. Pada tahun 2018, sebanyak tujuh destinasi di Aceh telah menjadi nominasi dalam Anugerah Pesona Indonesia tahun 2018 (<http://www.pkaceh.com/5011/08>).

Pencapaian anugerah wisata halal di atas menjadi peluang besar bagi Indonesia umumnya dan Aceh khususnya untuk terus mengembangkan wisata halal dan industri jasa wisata halal sehingga sampai pada tahapan bahwa wisata halal identik dengan Indonesia dan khususnya Aceh. Apalagi diperkuat dengan data bahwa wisatawan muslim manca negara tumbuh dengan sangat baik ditingkat global. Mastercard-Halal Trip Muslim Millennial Travel Report 2017 (MMTR2017) mencatat bahwa pertumbuhan pasar wisatawan Muslim di usia muda akan mencapai nilai sebesar USD 100 miliar. Hal ini dikarenakan meningkatnya pengaruh teknologi serta keinginan wisatawan untuk berwisata keliling dunia. Mastercard-Halal Trip Muslim Millennial Travel Report 2017 (MMTR2017) memperkirakan total pengeluaran dari wisatawan muslim milenial akan mencapai lebih dari USD 100 miliar pada tahun 2025, sementara secara keseluruhan segmen perjalanan muslim diperkirakan akan mencapai USD 300 miliar di tahun 2026. Untuk wilayah ASEAN, tahun 2020 akan kedatangan wisatawan muslim lebih dari 18 juta, ini mewakili hampir 15 persen dari total wisatawan yang datang ke ASEAN (<https://www.merdeka.com/uang/survei>).

Gambaran pertumbuhan dan perkembangan wisatawan muslim di atas menunjukkan bahwa sektor pariwisata merupakan salah satu pasar baru yang mesti digarap baik oleh pemerintah pusat maupun daerah guna mendorong pertumbuhan ekonomi baik lokal dan nasional dengan konsep wisata halal (*halal tourism*). Dan Aceh memiliki potensi besar untuk dikelola menjadi destinasi wisata halal dikarenakan Aceh mempunyai potensi wisata yang sangat baik dan disisi lain Aceh adalah daerah yang sedang giat-giatnya menerapkan syari'at

Islam. Tentunya dengan penyelenggaraan pariwisata halal yang baik dan profesional di Aceh akan mendorong pertumbuhan ekonomi di Aceh seiring dengan tumbuhnya kunjungan wisatawan lokal dan mancanegara.

Aceh mempunyai warisan budaya yang banyak untuk dijadikan objek wisata halal. Warisan budaya berupa situs di Aceh merupakan peninggalan masa pra sejarah, klasik, Islam, kolonial, serta peninggalan bencana gempa dan tsunami (*smong*). Semua warisan peninggalan masa lalu tersebut terdiri dari budaya benda (*tangible*) seperti *situs Mendale, Bukit Kerang, naskah/benda kuno, makam kuno, Masjid Raya, Baiturrahman, Kerkhof Peutjoet, kapal apung dan cagar budaya lainnya* yang keseluruhannya berjumlah 774 cagar budaya yang tersebar di seluruh Aceh.

Aceh juga memiliki kekayaan budaya yang berbentuk bukan benda atau situs yang menarik lainnya, seperti *tarian, adat istiadat dan kegiatan spiritual*. Aceh memiliki 44 (empat puluh empat) kekayaan budaya yang bersifat tradisi atau adat istiadat yang berbeda penampilannya antara satu daerah dengan daerah lainnya di Aceh, seperti *kenduri tolak bala, kenduri laot, kenduri blang, kenduri glee, adat perkawinan, turun tanah bayi, sunatan, kenduri Maulid, rabu habeh, seumeuleng dan peumeunap pada makam Raja Meureuhom Daya di Lamno dan lain-lain*. Semua budaya tersebut dapat dijadikan daya tarik wisata halal.

Keunikan lainnya adalah keberagaman suku/etnis yang terdiri dari 8 (delapan) etnis/suku yaitu Aceh, Alas, Aneuk Jamee, Gayo, Kluet, Tamiang, Singkil, Simeluedan 13 (tiga belas) jenis bahasa daerah yaitu Aceh, Alas, Aneuk Jamee, Gayo, Kluet, Tamiang, Julu, Haloban, Pakpak, Nias, Lekon, Sigulai, Devayan. Keberagaman suku/etnis tersebut melahirkan seni yang beragam juga sehingga muncul seni tari dari masing-masing suku/etnis yang memiliki kekhasan masing-masing.

Disisi lainnya, ada 221 bentuk tarian di Aceh (Kemenpar, 2015). Tarian-tarian yang terkenal di Aceh seperti *rapai, rapai debus, rapai geleng, likok pulo, meuseukat, seureune kalee, seudati, saman, ranup lampuan, pemulia jamee, marhaban, didong, rebana dan qasidah gambus, sastra, pantun, syair, hikayat, seumapa, dalail khairat, meurukon, dan lain-lain*.

Jenis tari-tarian tersebut juga terus dilakukan pelestarian, pengembangan dan promosi oleh pemerintah dengan melibatkan tokoh-tokoh masyarakat atau budayawan/seniman melalui pembentukan sanggar-sanggar kesenian yang ada di daerah yang jumlahnya telah mencapai hampir 1.133 sanggar kesenian dan seniman/budayawan berjumlah 8.214 orang. Sanggar-sanggar kesenian tersebut selalu mendapat pembinaan dan dukungan dari Pemerintah Daerah melalui alokasi bantuan dana hibah atau bantuan sosial lainnya (Kemenpar, 2015).

Kunjungan wisatawan nusantara dan mancanegara ke Aceh dari tahun ke tahun mengalami peningkatan. Data tiga tahun terakhir di atas (2015-2017), angka kunjungan wisatawan nusantara dan mancanegara ke Aceh terus menunjukkan trend yang positif dan adanya kenaikan. Untuk wisatawan mancanegara rata-rata peningkatan jumlah yang berkunjung ke Aceh sebesar 28,41% pertahun. Sebanyak 54.588 wisatawan di tahun 2015, 76.452 wisatawan di tahun 2016 dan 75.578 wisatawan di tahun 2017. Sementara khusus untuk wisatawan nusantara rata-rata peningkatan jumlah yang berkunjung ke Aceh sebesar 19,62 % per tahun. Sebanyak 1.662.528 wisatawan di tahun 2015, 2.077.797 wisatawan di tahun 2016 dan 2.288.625 wisatawan di tahun 2017. Diprediksikan trend kunjungan wisatawan nusantara dan mancanegara ke Aceh akan terus mengalami peningkatan seiring dengan

perkembangan industri pariwisata Aceh. Peningkatan kunjungan wisatawan di Aceh tidak lepas dari semakin terkenal Aceh terutama lewat penerapan syariat Islam dan tsunami yang membuat wisatawan dari negara lain ingin mengetahuinya.

Potensi wisata halal yang tinggi untuk dikembangkan di Aceh, masih menyisakan masalah tersendiri yang muncul dari peningkatan pertumbuhan pariwisata di Aceh. Selalunya ada dampak dari kegiatan pariwisata. Pertama, dampak positif bisa dilihat dari adanya upaya pelestarian budaya-budaya masyarakat lokal seperti kegiatan keagamaan, adat istiadat, dan tradisi, pengembangan infrastruktur objek wisata. Pengelolaan wisata ini mendorong tumbuhnya jumlah kedatangan wisatawan mancanegara dan wisatawan lokal. Kedua, dampak negatif dari pengembangan pariwisata di Aceh, dapat dilihat dari respon masyarakat lokal berdasarkan observasi awal terhadap keberadaan pariwisata seperti adanya perselisihan atau konflik kepentingan di antara para *stakeholders*, kebencian dan penolakan terhadap pengembangan pariwisata karena melanggar norma syariat Islam, dan munculnya masalah-masalah sosial seperti praktik perjudian, prostitusi dan penyalahgunaan seks (*sexual abuse*).

Apabila melihat dampak negatif dari pariwisata sebagaimana yang telah diuraikan di atas, maka wajar bila sebagian masyarakat di Aceh keberatan terhadap pengembangan pariwisata walaupun dinamakan dengan wisata halal atau wisata syariah. Sebagai muslim yang taat dalam menjalankan syariat Islam, masyarakat Aceh akan selalu menjaga daerahnya dari kegiatan-kegiatan yang bertentangan dengan syariat Islam. Dalam pandangan beberapa kelompok masyarakat, kegiatan pariwisata kebanyakan bertentangan dengan syariat Islam. Walaupun tidak seluruhnya benar, namun pandangan tersebut pada akhirnya membawa dampak bagi pengembangan pariwisata di Aceh. Adanya sikap sebagian masyarakat yang menganggap pengembangan pariwisata bertentangan dengan syariat Islam menjadi tantangan tersendiri terutama bagi pengambil kebijakan pariwisata di Aceh.

Pengembangan pariwisata halal di Aceh perlu menemukan formula yang sesuai dan tepat dalam mengadopsi konsep wisata halal untuk diimplementasikan pada pariwisata di Aceh yang mana Aceh telah menerapkan syariat Islam. Mengingat kehadiran konsep wisata halal masih baru, sehingga perlu dilakukan studi mendalam dan terukur guna menemukan konsep yang tepat bagi perkembangan wisata Aceh. Pengembangan wisata di Aceh harus berada dalam koridor pelaksanaan syariat Islam dan diharapkan mampu mendorong pertumbuhan ekonomi rakyat.

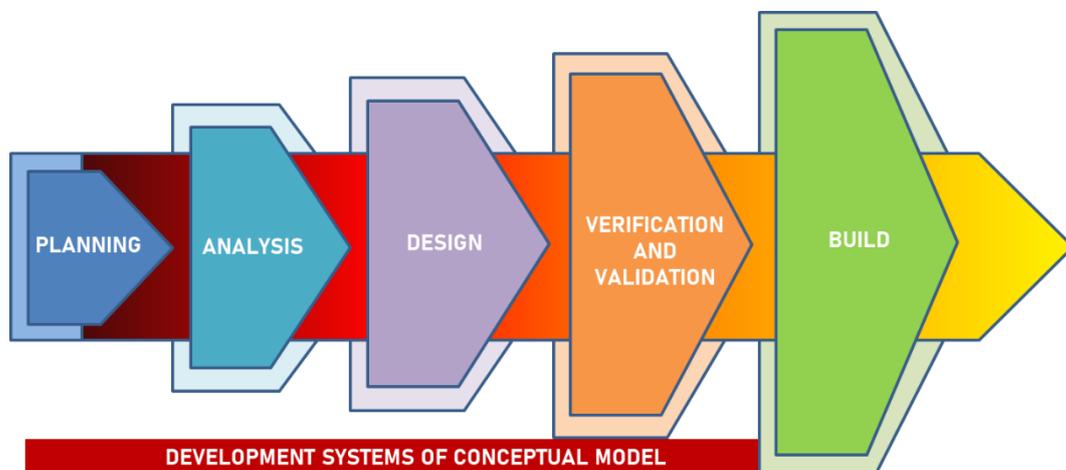
Operasionalisasi konsep wisata halal di Aceh mempunyai tantangan tersendiri, namun konsep ini dianggap sesuai dan mulai diterima ditengah-tengah masyarakat Aceh yang hidup dalam bingkai syariat Islam. Kekhasan dan keunikan wisata di Aceh yang memiliki kekayaan seni, adat dan budaya di Aceh yang bernafaskan Islam, diharapkan mampu menciptakan konsep wisata halal tersendiri. Aceh sepatutnya mampu memberikan sajian yang lain bagi industri wisata dunia dalam kontek pariwisata halal. Disamping itu, pertumbuhan industri wisata halal seiring dengan meningkatnya kedatangan wisatawan lokal dan mancanegara akan mendorong pertumbuhan ekonomi daerah sehingga mampu menjadi salah satu pondasi mendasar dalam pembangunan ekonomi Aceh. Wisata halal bisa guna meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan bisa menjadi mata pisau yang tajam untuk mengurangi pengangguran dan angka kemiskinan di Aceh yang masih tinggi.

Berangkat dari latar belakang masalah di atas, penelitian ini merumuskan dan membentuk model penerapan wisata halal dalam bingkai penegakan syariah Islam di Aceh yang mampu mendorong pertumbuhan ekonomi masyarakat.

Metode Penelitian

Untuk membentuk model wisata halal di Aceh, penelitian ini menggunakan pendekatan sistem pakar, yaitu pengumpulan data dan informasi utama dalam perumusan desain konsep melalui wawancara, kuisioner, pengamatan langsung dan sintesa data di lapangan. Para pakar yang berkompeten untuk memberikan gagasan dan pemikiran memiliki kepakaran berdasarkan pendidikan formal (sarjana) pada bidang yang di teliti, berdasarkan pengalaman dan riwayat pekerjaan, serta praktisi di bidang yang terkait dengan wisata di Indonesia. Para Pakar yang dipilih dalam penelitian ini adalah sebanyak 11 orang yang terdiri dari Dewan Syariah Nasional (DSN), Tim Percepatan Wisata Halal Indonesia Kementerian Pariwisata Republik Indonesia, Dinas Budaya dan Pariwisata Aceh, Tim Percepatan Wisata Halal Aceh, Dosen Universitas Syiah Kuala, Dosen Univeritas Islam Negeri Ar-Raniry, LP POM MPU dan Praktisi Wisata.

Dalam merumuskan pendapat pakar, penelitian ini menggunakan sistem pengembangan model konseptual seperti yang ditunjukkan pada Gambar 3.1. Sistem ini merupakan pengembangan dari *Soft Systems Methodology (SSM)* (Warren *et al.* 2019, Dalkin *et al.* 2018, Fadhil *et al.* 2018, Torres 2018) dan *System Development Life Cycle (SDLC)* (Moore 2015, Fadhil *et al.* 2017, Dawson *et al.* 2019).



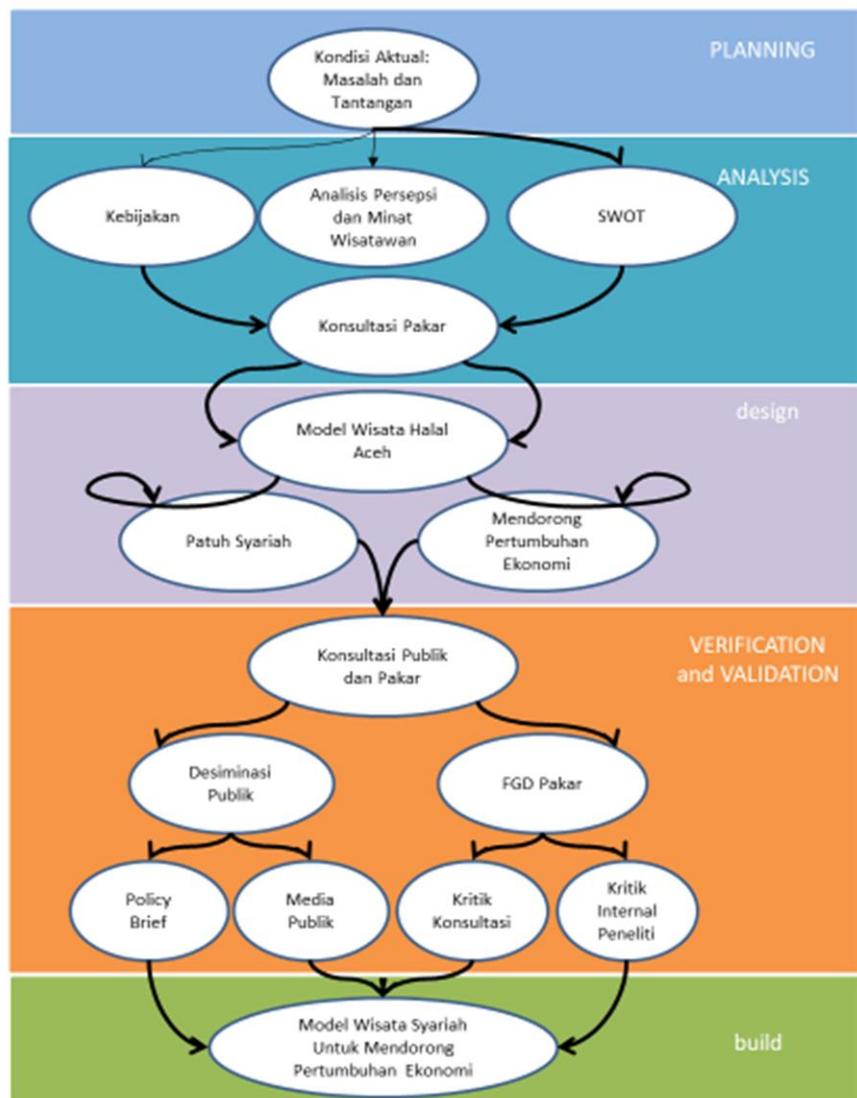
Gambar 1. Sistem Pengembangan Model Konseptual

Kegiatan selanjutnya adalah menerjemahkan setiap tahapan berdasarkan sistem pengembangan model konseptual meliputi Perencanaan, Analisis, Desain, Verifikasi dan Validasi serta Membangun konsep.

Tahap perencanaan adalah proses perumusan masalah dan tujuan dari riset yang hendak dikerjakan. Pada tahapan ini juga mempelajari masalah-masalah yang ada selama ini dan tantangan kedepan yang dapat diselesaikan. Selanjutnya tahap analisis dan desain adalah mempelajari berbagai kebijakan, mengumpulkan referensi dan konsultasi pakar untuk

mendapatkan berbagai kajian, telaahan, kebijakan dan pandangan-pandangan para ahli dan juga melakukan analisis SWOT sebelum mendesain sistem yang akan dikerjakan yaitu model model penerapan wisata halal dalam bingkai penegakan syariah Islam di Aceh.

Kemudian tahap berikutnya adalah tahapan proses verifikasi dan validasi dari sejumlah tahapan yang telah dirumuskan melalui konsultasi publik dan pakar. Kegiatan ini meliputi desiminasi publik yaitu melalui *policy brief* dan media publik, kemudian menggunakan *focus group discussion* (FGD) pakar berupa kritik konsultasi dan kritik internal peneliti. Dan tahap akhir adalah memformulasikan model penerapan wisata halal dalam bingkai penegakan syariah Islam di Aceh, secara lengkap tahapan ini ditunjukkan pada Gambar 3.2:



Gambar 2. Kerangka Pemikiran Penelitian

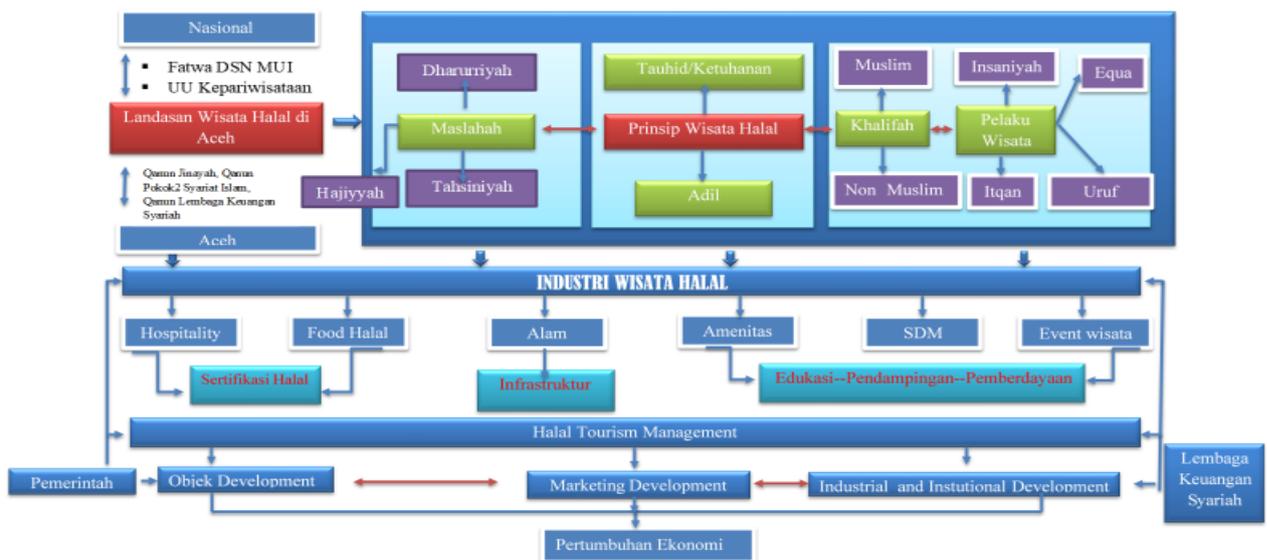
Pembahasan

Aceh mempunyai keragaman jenis wisata yang merupakan potensi bagi pengembangan pariwisata halal disatu sisi, disisi lain Aceh juga terkenal dengan daerah yang menerapkan syariat Islam dengan berbagai aturan qanun (peraturan daerah) syariat dalam implementasi nilai-nilai syariah dalam kehidupan harian masyarakat Aceh. Jika melihat dari definisi pariwisata halal, Aceh merupakan daerah yang bukan hanya menyediakan kemudahan bagi wisatawan dalam memenuhi kewajiban agama Islam saat berwisata, akan tetapi lebih jauh dari itu semua bentuk wisata baik wisata alam, wisata bahari dan budaya, wisata pertualangan, agrowisata, wisata bahari dan ekologi maupun wisata kuliner dan heritage dan setiap atraksi wisata dipastikan dilakukan sesuai dengan nilai-nilai syariah. Oleh karena itu, wisata di Aceh lebih tepat jika disebut dengan wisata syariah dibandingkan dengan wisata halal. Walaupun saat ini, di dunia internasional wisata halal lebih dikenal dibandingkan dengan wisata syariah.

Wisata syariah yang dimaksudkan disini meliputi semua industri pariwisata yang terlibat, atraksi wisata, tempat-tempat wisata dan amenitas harus sesuai dengan syariah. Hal ini merupakan tuntutan dari pembelakuan syariat Islam di Aceh. Oleh karena itu pola dan bentuk wisata halal yang dikembangkan di Aceh jauh berbeda dengan konsep wisata halal di tempat lain.

Berdasarkan hasil wawancara, fokus group diskusi (FGD), analisis SWOT serta persepsi wisatawan yang datang ke Aceh (sebanyak 300 wistwan lokal dan manca negara telah menjadi sampel), maka penelitian ini merumuskan dan membuat satu model pelaksanaan wisata halal dalam bingkai penegakan syariat Islam di Aceh yang mampu mendorong pertumbuhan ekonomi rakyat Aceh.

Adapun model wisata halal Aceh bagi mendorong pertumbuhan sektor ekonomi masyarakat Aceh digambarkan dalam gambar berikut ini:



Gambar. 3

Model Wisata Halal Aceh Bagi Mendorong Pertumbuhan Sektor Ekonomi Masyarakat Aceh

Model di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

Aceh sebagai salah satu provinsi di Indonesia dalam operasionalisasi kegiatan wisata berpedoman kepada undang-undang yang telah ditetapkan secara nasional yang menjadi landasan utama kegiatan sektor wisata. Adapun landasar yuridis kegiatan sektor wisata adalah:

- Undang-undang Nomor 9 Tahun 1990 tentang kepariwisataan. Penyelenggaraan kepariwisataan dilaksanakan berdasarkan asas manfaat, usaha bersama dan kekeluargaan, adil dan merata, perikehidupan dalam keseimbangan, dan kepercayaan pada diri sendiri.
- Peraturan Pemerintah Nomor 67 Tahun 1996 tentang Penyelenggaraan Kepariwisataaan.
- Perpres Nomor 2 Tahun 2007 tentang Pengesahan ASEAN *Tourism Agreement* (Persetujuan Pariwisata ASEAN). Perpres ini merupakan hasil perundingan antara para wakil Negara-Negara ASEAN.
- Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Penyelenggaraan Kepariwisataaan. Kepariwisataaan diselenggarakan dengan prinsip diantaranya menjunjung tinggi norma agama dan nilai budaya, hak asasi manusia, keberagaman budaya, dan kearifan lokal serta menjamin keterpaduan antarsektor, antardaerah. Hal ini akan mempertegas dan memperkuat pengembangan wisata halal di Aceh.
- Undang-undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. UU tersebut merupakan sebuah bentuk kepastian hukum dari pemerintah mengenai jaminan produk halal di Indonesia. Sehingga nantinya diharapkan semua produk yang beredar di Indonesia dapat memiliki sertifikat halal. Undang-Undang Jaminan Produk Halal akan berlaku pada tahun ini yaitu 2019.
- Undang-undang RI Nomor 11 Tahun 2006 tentang Undang-undang Pemerintah Aceh. Dengan adanya UUPA tersebut memberikan wewenang penuh kepada pemerintah Aceh untuk menjalankan konsep wisata halal sesuai dengan keinginan masyarakat Aceh dan tidak harus sama dengan wilayah lainnya di Indonesia. Undang-undang tersebut juga tidak berlawanan dengan UUD 1945 dan aturan yang dibuat oleh Pemerintah Pusat. Sehingga realisasi dari UUPA tersebut, maka lahirlah qanun.
- Fatwa DSN-MUI Nomor 108/DSN MUI(X) 2016 tentang Pedoman penyelenggaraan Pariwisata. Selain adanya prinsip umum mengenai penyelenggaraan wisata wajib terhindar dari kemusyrikan, kemaksiatan, kemafsadatan, *tabdzir/israf*, dan kemungkaran serta menciptakan kemaslahatan dan kemanfaatan baik secara material maupun spiritual, Fatwa ini didalamnya juga memiliki ketentuan-ketentuan, seperti; ketentuan terkait para pihak dan akad, hotel syariah, wisatawan, destinasi wisata, spa, sauna dan *massage*, Biro Perjalanan Wisata Syariah (BPWS) serta Pemandu Wisata. Oleh karenanya adanya fatwa ini menjadikan sebuah kekuatan dalam mendorong percepatan pengembangan wisata halal, bahkan bisa jadi naik ke tingkatan berikutnya yaitu wisata syariah.

Disisi lain, Pemerintah Aceh juga menerbitkan peraturan pemerintah (baca: qanun) Aceh terkait kehidupan masyarakat Aceh yang langsung atau tidak langsung

berhubungan dengan kegiatan kepariwisataan. Karena Aceh adalah daerah khusus yang menerapkan syariat Islam, sehingga banyak aturan yang dikeluarkan berhubungan dengan wisata secara tidak langsung dan menjadi pedoman dalam kegiatan kepariwisataan. Yaitu:

- Qanun Provinsi Nanggroe Aceh Darussalam Nomor 11 Tahun 2002 tentang Pelaksanaan Syariat Islam Bidang aqidah, Ibadah dan Syi'ar Islam.
- Qanun Nomor 9 Tahun 2008 Tentang Pembinaan Kehidupan Adat dan Adat Istiadat. Ruang lingkup pembinaan dan pengembangan kehidupan adat dan adat istiadat meliputi segenap kegiatan kehidupan bermasyarakat yang intinya berpedoman pada nilai-nilai islami.
- Qanun Nomor 8 Tahun 2013 Tentang Pariwisata. Dalam qanun ini ditetapkan bahwa penyelenggaraan kepariwisataan Aceh harus berasaskan; *Pertama*; iman dan Islam, *Kedua*; keyamanan, *Ketiga*; keadilan, *keempat*; kerakyatan, *Kelima*; kebersamaan, *Keenam*;kelestarian, *Ketujuh*; keterbukaan, dan *Kedelapan*; adat, budaya dan kearifan lokal. Kedelapan asas ini menjadi penguat bagi pemerintah dalam mengembangkan wisata halal.
- Qanun Nomor 6 Tahun 2014 Tentang Hukum Jinayah.
- Qanun Nomor 8 Tahun 2015 Tentang Pembinaan dan Perlindungan Aqidah.
- Qanun Nomor 8 Tahun 2016 Tentang Jaminan Produk Halal. Qanun tersebut merupakan acuan penentuan halal yang didasarkan pada beberapa hal yaitu bahan dan peralatan serta prosesnya harus sesuai dengan ketentuan syariah. Kemudian Sistem Jaminan Produk Halal (SPJH) ini juga berasaskan keislaman, keadilan, perlindungan, kepastian, pengayoman, keterbukaan, efektifitas dan efisiensi. Qanun ini juga diharapkan mempercepat pelaku usaha melakukan sertifikasi.
- Qanun Nomor 11 Tahun 2018 Lembaga Keuangan Syariah.
- Qanun Nomor 8 Tahun 2015 Tentang Pembinaan dan Perlindungan Aqidah.
- Qanun Nomor 9 Tahun 2018 Tentang Pembinaan Kehidupan Adat dan Istiadat.

Keberadaan tata hukum nasional dan daerah diatas menjadikan Aceh berbeda dengan daerah lainnya di Indonesia dalam kegiatan kepariwisataan. Aceh, mau tidak mau harus menyusun pola wisata yang berbeda dan unik dibandingkan dengan wisata halal di tempat yang lain.

Bagi mendorong jalannya wisata halal di Aceh maka model wisata halal di Aceh dijalankan dengan memperhatikan faktor-faktor berikut:

- a. Prinsip- Prinsip Wisata Halal
- b. Industri Wisata Halal
- c. Manajemen (tata kelola) Wisata Halal guna mendorong pertumbuhan ekonomi.

Ketika hal tersebut dapat dijelaskan di bawah ini:

Prinsip-Prinsip Wisata Halal yang dijalankan di Aceh dalam bingkai penegakan syariat Islam meliputi: Prinsip Tauhid (Ketuhanan), Prinsip Keadilan, Khalifah. Prinsip khalifat melahirkan prinsip Insaniyyah, Itqan, Kesetaraan/Kesamaan dan Uruf. Prinsip yang terakhir adalah pelaksanaan wisata halal harus mencipta kemaslahatan.

Dalam pengembangan industri pariwisata halal, ada beberapa poin penting yang harus diperhatikan guna menciptakan industri pariwisata mampu membangkitkan ekonomi masyarakat. Yaitu:

1. Keberadaan *Hospitality*

Secara sederhana, *hospitality* dapat dipahami sebagai segala hal yang berkaitan dengan segala macam bentuk usaha yang berhubungan dengan penyediaan akomodasi, transportasi, penginapan. Dalam kamus oxford, *hospitality* berarti *friendly and generous behaviour towards guests, food, drink or service that are provided by an organization for guests, customers, etc.* Menurut Mill (1990) "*the hospitality of an area is the general feeling of welcome that tourist receive while visiting the area. People do not want to go where they do not feel welcome.* Secara umum *hospitality* adalah keramah-tamahan dalam pelayanan wisatawan dimana wisatawan dapat merasa diterima ketika mengunjungi tempat yang dikunjungi. Sedangkan *hospitality* industri adalah industri yang menjadi sarana pelayanan untuk tamu berupa transportasi, akomodasi, penginapan dan lain-lain.

Usaha menuju wisata halal di Aceh tentunya perlu didukung oleh *hospitality* industri yang mencerminkan nilai-nilai syari'ah. Segala yang berkaitan dengan *hospitality* industri harus dikemas menjadi *islamic hospitality industry*. Dalam arti sederhana, *islamic hospitality* adalah keramah tamahan secara islami dan ini merupakan hal baru yang harus didalami oleh pelaku yang bergerak dalam industri pariwisata halal. Pelaku wisata halal haruslah mengerti cara melayani wisatawan muslim dan wisatawan non muslim misalnya, dan cara sikap keramah tamahan ini menjadi salah satu sarana mendakwahkan nilai-nilai akhlak Islam kepada wisatawan non muslim dan juga menciptakan rasa kenyamanan bagi wisatawan muslim dan non muslim.

Dalam objek penginapan sejenis hotel dan lainnya, harus memiliki sertifikasi halal. Sertifikat halal tersebut dapat digunakan sebagai bagian dari promosi hotel. Dengan mengatasnamakan hotel syariah, berarti segala pelayanan didalamnya harus bernuansa syariah (Battor dan Ismail, 2015).

Dalam objek akomodasi, pelayanan yang diberikan hendaknya dapat memudahkan wisatawan dalam beribadah di perjalanan, harga yang terjangkau dan lain sebagainya. Adapun maksud akomodasi dalam hal ini sama seperti yang telah disebutkan sebelumnya yang merujuk pada SK Menteri Pariwisata No. 37/PW.304/MPT/86 yaitu suatu tempat penginapan (hotel, bungalow, losmen) yang dilengkapi pelayanan lainnya seperti layanan makan dan minum. Secara umum, akomodasi wisata di Aceh sudah memadai. Akan tetapi, pelayanan akomodasi yang mudah belum menyentuh seluruh wisata halal di Aceh. Menjadi tanggung jawab pemerintah untuk menerapkan wisata halal di Aceh dengan mewajibkan seluruh bentuk akomodasi wisata di Aceh harus bersertifikat halal.

Selain akomodasi, peran transportasi juga sangat penting dalam industri pariwisata halal di Aceh. Penyedia jasa transportasi harus memberikan kemudahan bagi wisatawan muslim dalam pelaksanaan ibadah selama dalam perjalanan. Karena dalam Islam, perjalanan wisata dianggap sebagai ibadah dan salah satu sarana untuk belajar ilmu pengetahuan dan berpikir tentang kekuasaan Allah. Hal ini dengan tegas Allah sebutkan dalam Al-Qur'an surat Al-An'am ayat 11-12 dan An-Naml ayat 69-70. Oleh karena itu, transportasi sebagai sarana penting dalam wisata halal harus dikemas menjadi *islamic transportation* yang menyediakan berbagai fasilitas untuk menunjang tercapainya tujuan wisata halal tersebut, seperti sebagai agen perjalanan atau *travel operator* harus menyediakan jadwal beribadah di sela-sela kunjungan wisata, penyediaan tempat shalat, pemberitahuan berupa pengumuman maupun adzan jika telah memasuki waktu shalat dan adanya hiburan islami selama perjalanan.

Adapun Indikator biro perjalanan wisata halal di antaranya adalah menyediakan paket wisata yang sesuai dengan kriteria umum pariwisata, tidak menawarkan aktivitas non-halal, memiliki daftar usaha penyedia makanan dan minuman halal, pemandu wisata memahami dan mampu melaksanakan nilai-nilai syariah dalam menjalankan tugas (Tim Percepatan Pembangunan Pariwisata Halal, 2017).

2. Halal Food (Makanan Halal)

Salah satu bentuk upaya menunaikan kebutuhan dan hak konsumen adalah dengan mewajibkan sertifikasi halal pada setiap produk makanan. Wisatawan muslim cenderung memilih dan mempercayai produk dan pelayan yang berlogo halal. Hasil Survey Muslim *Travel Shopping Index* (MTSI) 2015 menunjukkan bahwa lebih dari 80% responden memilih destinasi wisata yang menyediakan makanan yang halal. Dengan demikian, sertifikasi halal sangat dibutuhkan dan penting untuk menjamin dan meyakinkan wisatawan bahwa yang dipilihnya adalah makanan halal.

Jika dilihat dari segi regulasi, terkait *halal food* telah di atur dalam Undang-Undang. Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 tentang produk jaminan halal menjelaskan bahwa yang dimaksud dengan produk halal adalah produk yang telah dinyatakan halal sesuai dengan syariat Islam. Proses Produk Halal yang selanjutnya disingkat PPH adalah rangkaian kegiatan untuk menjamin kehalalan Produk mencakup penyediaan bahan, pengolahan, penyimpanan, pengemasan, pendistribusian, penjualan, dan penyajian produk.

Aceh sebagai daerah yang memiliki otoritas khusus telah melahirkan Qanun Aceh Nomor 8 Tahun 2016 Tentang Sistem Jaminan Produk Halal. Berdasarkan Pasal 23 Qanun Aceh Nomor 8 Tahun 2014 tentang Pokok-pokok Syari'at Islam, Pemerintah Aceh berkewajiban melaksanakan sistem jaminan halal terhadap barang dan jasa yang diproduksi dan beredar di Aceh yang pelaksanaannya diatur dengan Qanun Aceh.

3. Infrastruktur Wisata

Pengembangan wisata halal tidak akan pernah lepas dari infrastruktur yang merupakan kebutuhan penting untuk mendukung keberlangsungan wisata. Tanpa dukungan infrastruktur yang memadai, niscaya akan sulit sekali berkembang desitinasi wisata dengan maksimal. Para pengunjung tentunya akan meningkat daya tariknya jika infrastruktur yang tersedia lengkap dan nyaman.

Dalam pengembangan destinasi wisata halal di Aceh, infrastruktur yang dibangun baik berupa wisata Alam dan Wisata Buatan haruslah didesain sesuai dengan indikator destinasi wisata halal. Indikator infrastruktur syariah di antaranya adalah memiliki ruang shalat, kamar mandi terpisah terpisah antara laki-laki dan perempuan, tempat wudhuk yang nyaman terutama tempat wudhuk untuk perempuan harus privasi sehingga tidak terlihat auratnya saat berwudhuk, perlengkapan ibadah yang lengkap dan bersih, tempat parkir yang aman, tempat penitipan barang yang aman dan lain sebagainya.

Selain itu, pemerintah Aceh juga harus mempersiapkan fasilitas umum yang baik dan berstandar internasional. Dukungan infrastruktur standar internasional sangat penting dalam menunjang destinasi dengan membangun sarana dan prasana yang memadai. Pembangunan infrastruktur pariwisata ini dapat dilakukan secara mandiri ataupun mengundang pihak

swasta 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 aktivitas bisnisnya. Dalam konteks ini masyarakat akan mendapatkan pengaruh positif dari pembangunan pariwisata di wilayahnya.

4. Amenitas

Aspek lain yang terpenting dalam industri wisata halal adalah amenities. Aspek ini selain berkaitan dengan masalah fasilitas yang memberi atmosfer kenyamanan, juga berkaitan dengan pelayanan yang memadai. Kiranya aspek amenities ini juga merupakan ruh kekuatan daya tarik sebuah destinasi wisata yang sejatinya tetap harus mendapat perhatian para pengelola secara berkesinambungan. Karena bagaimanapun pesona objek tidak akan mempunyai nilai yang berarti tanpa diimbangi dengan ketercukupan fasilitas yang dibutuhkan yang disertai pula dengan pelayanan yang prima.

Amenitas berkaitan dengan ketersediaan sarana akomodasi untuk menginap serta restoran atau warung untuk makan dan minum. Kebutuhan lain yang mungkin juga diinginkan dan diperlukan oleh wisatawan seperti toilet umum, rest area, tempat parkir, klinik kesehatan dan sarana ibadah sebaiknya juga tersedia di sebuah destinasi. Tentu fasilitas-fasilitas tersebut juga perlu melihat dan mengkaji situasi dan kondisi dari destinasi sendiri dan kebutuhan wisatawan. Tidak semua amenities harus berdekatan dan berada di daerah utama destinasi.

5. Sumber Daya Manusia

Dalam suatu organisasi, hal yang paling penting diperhatikan adalah sumber daya manusia yang menjadi pendukung utama tercapainya tujuan organisasi. Sumber daya manusia menempati posisi strategis dalam suatu organisasi, maka dari itu sumber daya manusia harus digerakkan secara efektif dan efisien sehingga mempunyai tingkat hasil daya guna yang tinggi. Manajemen SDM adalah rangkaian strategis, proses dan aktivitas yang didesain untuk menunjang tujuan perusahaan dengan cara mengintegrasikan kebutuhan perusahaan dan individunya (Rivaia, 2009).

Menurut Muhammad Abdul Manan (1990) paling tidak ada empat faktor produksi dalam upaya pengembangan industri yang harus terpenuhi ketersediaannya, yakni tanah, tenaga kerja, modal dan organisasi. Keempat komponen industri ini harus terus dikembangkan dan saling melengkapi. Namun demikian, dari keempat komponen tersebut, yang paling strategis adalah tenaga kerja (*human resource*) dalam menjalankan perannya masing-masing.

Dalam bidang pariwisata, keberadaan SDM berperan penting dalam pengembangan pariwisata. Hal ini mencakup wisatawan atau pekerja. Peran SDM sebagai pekerja dapat berupa SDM di lembaga pemerintah, SDM yang bertindak sebagai pengusaha (wirausaha) yang berperan dalam menentukan kepuasan dan kualitas pekerja, para pakar dan profesional yang turut berperan dalam mengamati, mengendalikan dan meningkatkan kualitas wisata serta masyarakat disekitar yang ikut menentukan kenyamanan, kepuasan para wisata yang berkunjung ke kawasan tersebut.

Merujuk pada Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, pengertian SDM terkait dengan Pariwisata adalah "berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha,

pemerintah, dan pemerintah daerah". Sedangkan yang dimaksud dengan kepariwisataan adalah seluruh kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antar wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, pemerintah dan pemerintah daerah (Setiawan: 2016).

SDM Wisata halal belum cukup jika hanya menguasai ilmu keparawisataan alam semata, akan tetapi perlu dibekali dengan ilmu prinsip-prinsip syari'ah. SDM wisata halal harus memahami prinsip-prinsip wisata halal, memiliki sifat insaniyah, paham melayani tamu muslim maupun non-muslim dengan baik sesuai dengan syariah dan urf suatu tempat dan perlu upaya peningkatan SDM wisata yang harus terus menerus dilakukan. Peningkatan SDM wisata dapat dilakukan dengan berbagai macam cara. Di antaranya adalah mengadakan pelatihan-pelatihan seperti magang di institusi tertentu, *short course*, *in house training*, diskusi kelompok dan lain sebagainya.

Pariwisata halal merupakan sebuah industri yang harus dikelola secara profesional. Pengelolaan sebuah industri secara profesional tentunya membutuhkan pengelola (sumber daya manusia) yang mumpuni. Dari bagian-bagian yang telah penulis paparkan pada bagian sebelumnya, penulis menilai adanya 'pagar operasional' dimana wisata halal selain dituntut untuk berkonsep "*all sharia services*" yakni dalam mulai dari proses awal promosi, hotel, restaurant, akomodasi, infrastruktur, sistem keuangan juga harus memiliki SDM yang mengerti dan memiliki kapabilitas serta komitmen sebagai pelaku bisnis terhadap hal-hal yang berkaitan dengan manajemen pariwisata yang mengacu kepada norma-norma keislaman.

SDM yang meliputi pemerintah, pengusaha, pramuwisata, akademisi, ulama, dan masyarakat merupakan daya dukung yang krusial dalam perkembangan industri pariwisata halal. Apabila SDM berkontribusi secara beriringan dan saling berintegrasi dengan perannya masing-masing maka wisata halal akan mengalami perkembangan yang pesat. Pengusaha dapat berperan sebagai penyedia produk dan layanan jasa yang sesuai syariat Islam dan norma-norma masyarakat di kawasan destinasi wisata halal. Pramuwisata memiliki peran tak kalah penting dalam industri wisata halal, selain memandu wisatawan ke objek-objek wisata halal, pramuwisata menjadi corong dalam menyebarkan nilai-nilai islam kepada wisatawan. Tentunya *syi'ar* tersebut harus didukung dengan keluasan wawasan pramuwisata dan pembekalan yang diharapkan terstruktur, sesuai dengan visi dan misi wisata halal. Berbeda dengan hotel, restaurant dan travel yang memiliki standard, SDM dalam wisata halal belum memiliki standar (Muhyiddin, 2017).

SDM halal juga memiliki peran sebagai pengawal teraplikasikannya nilai-nilai Islam dalam industri wisata. Karena nilai Islam tersebutlah yang menjadi kunci pembeda antara wisata halal dan wisata konvensional. Bagaimanapun selain pramuwisata, wisata halal membutuhkan pengawalan dari setiap pihak terhadap praktik hukum-hukum syariat agar terhindar dari perkara-perkara yang bertentangan dengan nilai Islam. Dalam pengelolaannya SDM harus menjamin perlindungan terhadap agama, jiwa, akal, keluarga dan harta wisatawan (Djakfar, 2017).

Sebagaimana yang telah dijelaskan di atas bahwa Sumber Daya Manusia merupakan komponen terpenting dalam menunjang peningkatan destinasi wisata halal di Aceh. Pengelolaan wisata tidak dapat dilakukan oleh salah satu pihak saja. Harus ada konektivitas

yang kuat antara pemasok bisnis, pemerintah, masyarakat setempat, perguruan tinggi, komunitas, organisasi dsb. Meningkatkan kualitas dan kuantitas sumber daya sebagai pelaku kebijakan dalam bidang kepariwisataan melalui jenjang pendidikan yang bersifat formal maupun non-formal. Sehubungan dengan hal tersebut, maka sistem dan mekanisme pendidikan dan pelatihan perlu didesain secara baik, sehingga dapat menjawab tantangan kebutuhan di masa yang akan datang.

6. Event Wisata

Pelaksanaan berbagai macam event untuk mempromosikan berbagai kekayaan wisata dan budaya merupakan salah satu langkah strategis dalam meningkatkan minat wisatawan untuk berkunjung. Aceh sebagai salah satu daerah destinasi wisata halal telah gencar melakukan berbagai macam event untuk mempromosikan wisata halal. Aceh telah meluncurkan *Calendar Of Event* (COE) 2019 yang melampirkan sebanyak 100 (seratus) event wisata digelar di Aceh tahun 2019. Kepala Dinas Kebudayaan dan Parawisata Aceh, Jamaluddin, mengatakan lewat 100 event tersebut menunjukkan bahwa Aceh semakin terbuka bagi seluruh kalangan wisatawan, baik lokal maupun mancanegara. Dari 100 event tersebut, tuga diantaranya masuk ke dalam kalender 100 (seratus) event wonderful Indonesia 2019 di Kementerian Parawisata.

Membuat event baik berskala nasional dan internasional terkait wisata halal merupakan salah satu sarana pemasaran yang baik dalam dunia wisata halal. Hal ini memberikan daya tarik tersendiri bagi wisatawan muslim dalam mengenal destinasi wisata. Melalui berbagai event diharapkan rasa ketertarikan dan saling terjadi saling memahami antara wisatawan, masyarakat tentang tempat wisata itu sendiri.

Dalam membuat sebuah event wisata, peran EO (*Event Organizer*) sangatlah penting untuk menyukseskan sebuah event agar berjalan dengan baik, rapi dan tertib. *Event organizer* (EO) dapat didefinisikan sebagai jasa penyelenggaraan kegiatan yang bertujuan mempermudah penyelenggaraan sebuah kegiatan atau event, khususnya untuk kegiatan MICE (*meeting, incentive, conference, exhibition*) (Tathagati, 2015). Di sini sangatlah penting bagi EO (*Event Organizer*) untuk mengimplementasikan nilai-nilai Islam dalam setiap event yang diselenggarakan. Sehingga event tersebut dapat merefleksikan nilai-nilai yang terintegrasi dalam destinasi wisata halal. Bentuk implementasi nilai-nilai Islam dalam event wisata di antaranya seperti pemisahan tempat antara laki-laki dan perempuan, sesuai dengan syariah, sesuai dengan adat dan budaya, mendapatkan persetujuan dari pemerintah, pemuka adat dan agama, menghentikan segala aktivitas di jam shalat dan mengumumkan kepada semua pengunjung untuk shalat, menghindari hiburan-hiburan yang bertentangan dengan nilai Islam dan lain sebagainya.

Manajemen Wisata Halal (Halal Tourism Management) Guna Mendorong Pertumbuhan Ekonomi

Untuk memaksimalkan peran industri wisata halal guna mendorong pertumbuhan ekonomi maka diperlukan manajemen yang tepat dan baik agar pembangunan industri wisata halal dapat berjalan dengan baik dan memberikan dampak positif bagi perekonomian. Manajemen ini diperlukan juga karena untuk mengembangkan wisata halal harus melibatkan banyak pihak dan membutuhkan strategi tertentu dalam perencanaan sehingga dapat

berlangsung dengan baik. Apabila pengembangan wisata tidak dimenej dengan baik, maka akan menimbulkan masalah-masalah sosial dan budaya, terutama di daerah atau tempat yang terdapat perbedaan tingkat sosial antara pendatang dan penduduk setempat, juga dapat mengakibatkan degradasi atau penurunan daya tarik suatu atraksi wisata, bahkan dapat menjurus kepada kerusakan lingkungan. Maka perlu adanya *halal tourism management* agar perkembangan wisata halal di Aceh mampu mendorong perekonomian Aceh ke arah yang lebih baik.

Pembangunan pariwisata yang terpadu dapat terwujud dengan beberapa prinsip yakni: *pertama*, partisipasi masyarakat setempat dengan ikut terlibat dalam menentukan visi pariwisata, mengidentifikasi sumber-sumber daya yang ada dan ditingkatkan, serta mengembangkan tujuan-tujuan dan strategi-strategi untuk pengembangan dan pengelolaan daya tarik wisata. *Kedua*, partisipasi pelaku wisata seperti lembaga swadaya masyarakat (LSM), kelompok sukarelawan, pemerintah daerah asosiasi wisata dan asosiasi bisnis. *Ketiga*, pemanfaatan sumber daya alam yang ada yaitu pembangunan pariwisata harus dapat mengoptimalkan pemanfaatan sumber daya alam yang ada untuk mendorong pembangunan ekonomi secara optimal. *Keempat*, adanya daya dukung, pembangunan dan pengembangan disesuaikan dengan batas-batas kemampuan lokal dan lingkungan, sehingga dapat ditentukan penyesuaian skala dan tipe fasilitas wisata yang mencerminkan kearifan lokal. *Kelima*, produk hukum karena pembangun pariwisata selalu berdasarkan pada peraturan perundang-undangan di tingkat daerah, nasional, dan internasional serta kepatutatan yang hidup dan berkembang di masyarakat. *Keenam*, Monitoring dan evaluasi secara periodik dilakukan untuk tetap terpeliharanya kualitas wilayah, kualitas pelayanan, kualitas manajemen, kualitas ekonomi, kualitas sosial, kualitas objek wisata dan sumber dayah manusia (SDM) pelaku wisata (Zebua, 2016).

Adapun dalam manajemen destinasi wisata, ada 3 aspek yang harus diperhatikan dalam penawaran parawisata, yaitu: *Attraction* (Daya Tarik), *Accesibility* (Aksesibilitas), Fasilitas (Amenitas). Dalam pembangunan destinasi wisata halal, mengembangkan fasilitas dan layanan pariwisata yang ramah muslim serta mendorong tercipta iklim investasi pariwisata halal sangatlah penting. Oleh karena itu fasilitas yang tersedia di objek destinasi haruslah legkap dan nyaman. Kebutuhan yang diinginkan wisatawan pada umumnya harus tersedia seperti toilet yang bersih, rest area, tempat parkir, dan sarana ibadah lainnya. Masjid yang dibangun juga hendaknya memenuhi standar wisata halal, misalnya bersih, tersedia tempat parkir, ruang bermain anak-anak sehingga orang tua tetap aman dalam menjalankan ibadah dalam masjid. Apalagi jika masjidnya memiliki sejarah, maka hendaknya ada papan informasi yang menyediakan tulisan sejarah masjid tersebut sehingga memberi kesan lebih bagi wisatawan yang berkunjung. Sehingga merawat masjid, halaman masjid, kebersihannya hendaknya menjadi perhatian penting dalam destinasi wisata halal.

Manajemen pengembangan destinasi wisata halal ditempuh dengan memperhatikan 3 hal, yaitu: objek development (pengembangan objek), pengembangan pemasaran (*marketing development*) kepariwisataan dan pengembangan industri dan institusi (Industrial and Institutional Development) wisata. Pertama, Pengembangan Objek (Objek Development) Wisata Halal. Dalam *Tourism Review* dinyatakan bahwa yang menjadi acuan dasar dalam pembangunan *halal tourism* adalah suatu kepercayaan dan keyakinan yang dianut oleh umat Muslim yang di interpretasikan sebagai nilai syariat Islam (Review, 2013). Syariat Islam

mengatur seluruh aktivitas kehidupan sehari-hari umatnya, mulai dari perintah seperti ibadah dan hal-hal kehidupan lain yang bersifat larangan seperti dilarang makan dan minum yang haram. Tapi yang harus dipahami bahwa Islam bersifat *konprehensif* dan *universal* yang juga memiliki keterikatan terhadap hal *mu'amalah* seperti proses bisnis dalam industri (Ismaeel & Blaim, 2012). Dengan demikian, yang menjadikan pertimbangan dari *object development* dalam wisata halal adalah nilai-nilai dasar umat Muslim. Halal sendiri adalah sebuah hal yang bersifat fundamental dari wisata halal itu sendiri. Pemahaman makna halal ini mencakup kedalam segala aspek kegiatan mulai dari sarana transportasi, promosi, hotel, makanan dan minuman, fasilitas dari agensi wisata, serta sistem keuangan itu sendiri.

Kedua, Pengembangan Pemasaran (Marketing Development) Kepariwisata. Tantangan dalam mengembangkan wisata halal salah satunya terkait dengan pemasaran (*marketing*), karena pemasaran wisata halal bukan sesuatu yang mudah. Hal ini dikarenakan perbedaan antara tuntutan wisatawan muslim dan wisatawan non-muslim. Wisatawan non muslim dapat memutuskan untuk tidak melakukan perjalanan ke objek wisata tanpa adanya atribut tertentu. Sehingga salah satu tantangan wisata halal adalah bagaimana melayani wisatawan non muslim dan memenuhi kebutuhan mereka tanpa berbenturan dengan konsep wisata halal. Misalnya beberapa hotel menyatakan bahwa mereka adalah hotel syariah di dalam promosinya dan ini mungkin tidak menarik bagi wisatawan non-muslim. Oleh karena itu, wisata halal dapat menjadi peluang bisnis untuk menggunakan kreativitas dan fleksibilitas dalam melayani berbagai kebutuhan wisatawan muslim dan non muslim (Satriana dan Faridah, 2018).

Terkait wisata halal di Aceh, berbagai event telah diadakan untuk mempromosikan destinasi wisata halal. Akan tetapi, pemasaran wisata halal nampaknya belum maksimal seperti yang diharapkan. Hal ini dapat dilihat dari sulitnya mengakses informasi untuk wisata-wisata yang dipulau terpencil. Permasalahan ini setidaknya melahirkan beberapa kesimpulan. Pertama, perlu dibina strategi khusus dalam pemasaran destinasi wisata halal di Aceh, terutama destinasi-destinasi yang jauh. Kedua, perlu adanya tindakan sinergitas antar daerah di Aceh untuk meningkatkan pemasaran destinasi. Ketiga, Membangun brand destinasi.

Kelemahan pemasaran wisata di Aceh adalah tidak ada SKPP (Strategi Komunikasi Pemasaran Parawisata) yang mendesain strategi pemasaran efektif dan belum memiliki brand destinasi wisata untuk mengkampanyekan wisata halal Aceh kepada masyarakat domestik maupun internasional. Dalam bidang ekonomi perdagangan, brand sudah sangat dikenali sebagai bagian penting pemasaran dan periklanan ataupun komunikasi pemasaran terpadu. Dalam bidang ekonomi perdagangan, brand merupakan aset yang berkontribusi nilai bagi pelanggan (Kotler, 2006). Dalam bidang pemasaran, Kotler dan Pfoertsch berkata: "*Brand adalah konsep yang tidak terukur, seringkali dipahami atau sering kali dianggap berkontribusi citra sosial sehingga produk pelayanan atau nilai terkesan lebih baik dari yang sebenarnya.*" Oleh sebab, *branding* dapat meningkatkan daya tarik wisatawan dengan melahirkan perasaan lebih berkesan, lebih berharga dan lebih bernilai.

Selain itu, para pelaku bisnis dalam industri wisata halal juga harus melakukan pemasarannya melalui *digital marketing* (Nugraha, 2018). Model strategi marketing berbasis digital saat ini dinilai cukup relevan dan efektif untuk dapat diaplikasikan dalam mempromosikan destinasi wisata dan juga meningkatkan kemudahan akses dalam pengelolaan akomodasi pariwisata halal. Hal tersebut dikarenakan gaya hidup masyarakat

yang sudah mengalami pergeseran bahkan perubahan yang lahir atas tuntutan untuk dapat bergerak cepat dan hampir keseluruhan aktivitasnya tidak terlepas dengan internet. Dan hal ini secara keseluruhan digital marketing terintegrasi dengan pengembangan produk industri wisata halal berbasis aplikasi.

Ketiga, Pengembangan Industri Dan Institusi (Industrial And Institutional Development) Wisata. Pengembangan industri pariwisata halal yang berkelanjutan akan dapat meningkatkan kontribusi ekonomi yang cukup signifikan bagi seluruh pihak yang terlibat. Berdasarkan siaran pers Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, industri pariwisata adalah salahsatu sektor unggulan yang memberikan kontribusi yang cukup signifikan bagi pendapatan nasional. Sektor pariwisata mengalami peningkatan kontribusinya sebesar 7% dari 10% ke 17% dari total ekspor barang dan jasa. Sektor industri pariwisata juga melakukan penyerapan tenaga kerja terbesar keempat mencapai 10,18 juta orang atau 8,9% dari total jumlah pekerja. Jika memperhitungkan efek penggandanya maka kontribusi industri pariwisata pada PDB mencapai sekitar 9% (KEMENPAR, 2014).

Pengembangan objek, pola pemasaran dan industri/institusi pariwisata halal merupakan satu kesatuan yang mampu saling mendorong antara satu dengan lainnya serta memiliki dampak yang *multiplier effect*. *Multiplier effect* dalam industri pariwisata mengandung arti bahwa secara ekonomi, akan ada pelaku wisata yang mendapatkan pendapatan langsung (*direct earning*) dan pendapatan tidak langsung (*inderect earning*). Oleh karena itu, suatu wilayah yang kegiatan kepariwisataanya maju, maka kegiatan ekonominya akan meningkat dan sekaligus akan meningkatkan kesejahteraan masyarakat.

Pembanguna sektor wisata halal juga turut andil dalam penciptaan lapangan kerja, terutama bagi warga sekitar. Sektor pariwisata secara teoritis dikatakan sebagai pendorong pembangunan dalam hal penyediaan lapangan kerja, naik langsung maupun tidak langsung. Miil dan Marrison menyebut pariwisata bersifat "*labor intensive than any other industries*". Ini berarti semakin banyak kemungkinan terciptanya lapangan kerja, semakin besar peluang warga untuk meningkatkan pendapatannya, dan semakin besar pula kesempatan untuk hidup lebih sejahtera. Hal ini senada dengan tujuan pariwisata nasional itu sendiri yaitu meningkatkan pertumbuhan ekonomi, meningkatkan kesejahteraan rakyat, menghapus kemiskinan, dan mengatasi pengangguran.

Dengan demikian, dampak positif dari perkembangan wisata dalam perspektif ekonomi diantaranya yaitu mendatangkan devisa bagi negara melalui penujuran mata uang asing di daerah tujuan wisata, meningkatnya pasar potensial produk barang dan jasa masyarakat setempat, meningkatnya pendapat masyarakat yang kegiatannya terkait langsung atau tidak langsung dengan jasa pariwisata, memperluas penciptaan lapangan 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 lainnya, meningkatkan sumber pendapatan asli daerah (PAD), merangsang kreativitas seniman (Antara, 2011).

Hipotesis menarik juga dikemukakan oleh Muhammad Afdi Nizar (Subarkah, 2018) tentang hubungan antara pariwisata dan ekonomi yang kausalitas yakni:

1. Pertumbuhan ekonomi ditopang oleh pariwisata, maka dari itu pertumbuhan ekonomi dipengaruhi oleh perkembangan pariwisata (*tourism-led economic growth hypothesis*).
2. Pariwisata ditopang oleh ekonomi sehingga perkembangan wisata dipengaruhi oleh pertumbuhan ekonomi (*economic-driven tourism hypothesis*).
3. Keduanya (ekonomi dan pariwisata) memiliki manfaat satu sama lain dan bersifat dua arah (*reciprocal causal hypothesis*).

Sedangkan Dian Dinta Herlambang (2016) berpendapat setidaknya ada empat hal yang dapat dipengaruhi oleh pariwisata terhadap kondisi ekonomi di tempat wisata, yakni:

1. Jenis pekerjaan, masyarakat menjadi memiliki pekerjaan seperti pedagang asongan, lalu menjadi pegawai di tempat wisata (penjual tiket masuk, pengawasa keamanan, pengelola sampah, dan lain-lain).
2. Pendapatan masyarakat juga tentunya akan merasakan dampak dari pembangunan pariwisata.
3. Tumbuhnya sektor lain di sekitar tempat wisata seperti berdirinya warung-warung, ada penginapan yang dimiliki dan dikelola oleh masyarakat sekitar.
4. Di tempat wisata juga makanan dan minuman akan mengalami perubahan harga yang dapat menjadi keuntungan bagi pedagang.

Oleh sebab itu, pariwisata dan ekonomi memiliki keterkaitan yang kuat, seiring berkembangnya pariwisata di suatu daerah sangat memungkinkan untuk berkembangnya perekonomian di daerah tersebut. Hubungan keduanya sangat melengkapi. Ekonomi akan tumbuh jika ditopang oleh perkembangan wisata baik pelaku usaha kecil, menengah maupun yang besar.

Pertumbuhan ekonomi masyarakat dari sektor wisata halal akan semakin kuat dan maju ketika didukung sepenuhnya oleh pemerintah dan sektor perbankan untuk membiayai pembangunan infrastruktur, perodalan dan sumber daya manusia handal dalam wisata halal. Apalagi dengan kehadiran qanun Aceh, No. 11 Tahun 2018 tentang Lembaga Keuangan Syariah, menjadikan semua lembaga keuangan dan pembiayaan keuangan untuk sektor swasta sudah dilandaskan pada aturan-aturan syariah termasuk dalam industri pariwisata halal.

Disisi lain, disamping Aceh memiliki potensi yang sangat besar dalam hal kekayaan budaya Islam. Banyak situs bersejarah dan ikon Islam di Aceh dengan status milik ummat seperti masjid, tanah-tanah wakaf di dalam area destinasi wisata halal. Penulis merasa bahwa sektor wakaf produktif juga perlu dilirik dalam pengembangan wisata halal. Pengintegrasian ini dinilai dapat menciptakan *mutliplier effect* bagi sektor sosial dan bisnis.

Kesimpulan

Aceh sebagai salah satu provinsi di Indonesia dalam operasionalisasi kegiatan wisata berpedoman kepada undang-undang yang telah ditetapkan secara nasional yang menjadi landasan utama kegiatan sektor wisata, disamping itu, Pemerintah Aceh juga menerbitkan peraturan pemerintah yaitu qanun Aceh terkait kehidupan masyarakat Aceh yang langsung atau tidak langsung berhubungan dengan kegiatan kepariwisataan. Karena Aceh adalah daerah khusus yang menerapkan syariat Islam, sehingga banyak aturan yang dikeluarkan berhubungan dengan wisata secara tidak langsung dan menjadi pedoman

dalam kegiatan kepariwisataan. Keberadaan tata hukum nasional dan daerah diatas menjadikan Aceh berbeda dengan daerah lainnya di Indonesia dalam kegiatan kepariwisataan. Aceh, mau tidak mau harus menyusun pola wisata yang berbeda dan unik dibandingkan dengan wisata halal di tempat yang lain.

Bagi mendorong jalannya wisata halal di Aceh maka model wisata halal di Aceh dijalankan dengan memperhatikan faktor-faktor: *Pertama*, Prinsip- Prinsip Wisata Halal meliputi prinsip tauhid, adil, khalifah dan menciptakan masalah. *Kedua*, Industri Wisata Halal meliputi hospitality, makanan halal, sumber daya alam, amenitas, sumber daya manusia pengelola wisata dan kegiatan atau even wisata. Dan ketiga, manajemen (tata kelola) Wisata Halal guna mendorong pertumbuhan ekonomi meliputi pengembangan objek wisata, pengembangan pemasaran wisata dan pengembangan industri dan institusi pendukung wisata.. Tiga faktor-faktor tersebut akan berjalan dengan baik jika di dukung penuh oleh kebijakan pemerintah yang serius untuk mengembangkan industri wisata halal dan didukung oleh Lembaga Keuangan Syariah.

Pariwisata dan ekonomi memiliki keterkaitan yang kuat, seiring berkembangnya pariwisata di suatu daerah sangat memungkinkan untuk berkembangnya perekonomian di daerah tersebut. Hubungan keduanya sangat melengkapi. Ekonomi akan tumbuh jika ditopang oleh pelaku wisata baik pelaku usaha kecil, menengah maupun yang besar. Pertumbuhan ekonomi masyarakat dari sektor wisata halal akan semakin kuat dan maju ketika didukung sepenuhnya oleh pemerintah dan sektor perbankan untuk membiayai pembangunan infrastruktur, perodalan dan sumber daya manusia handal dalam wisata halal

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada Lembaga Penelitian UIN Ar-Raniry dan Kementerian Agama Republik Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Moore, N. (2015) "Systems Development Life Cycle (SDLC)", Systems Development Life Cycle Cheat Sheet. <https://www.cheatography.com/nataliemoore/cheat-sheets/systems-develop-ment-life-cycle/>.
- Warren, S., Sauser, B., Nowicki, D. (2019) "A Bibliographic and Visual Exploration of the Historic Impact of Soft Systems Methodology on Academic Research and Theory," *Systems*, 7(1) 10, <https://doi.org/10.3390/systems7010010>
- Dalkin, S., Lhussier, M., Williams, L., Burton, C., & Rycroft-Malone, J. (2018) "Exploring the use of Soft Systems Methodology with realist approaches: A novel way to map programme complexity and develop and refine programme theory," *Evaluation*, 24(1), pp. 84-97. <https://doi.org/10.1177/1356389017749036>
- Fadhil, R., Qanytah, Q., Hastati, D.Y., Maarif, M.S. (2018) "Development Strategy for a Quality Management System of Gayo Coffee Agro-Industry Using Soft Systems Methodology," *Periodica Polytechnica Social and Management Sciences*, 26(2), pp. 168-178. <https://doi.org/10.3311/PPso.11341>
- Torres, D. (2018) "Cyber security and cyber defense for Venezuela: an approach from the Soft Systems Methodology," *Complex Intelligent Systems*, 4(3), pp. 213-226. <https://doi.org/10.1007/s40747-018-0068-x>.

- Fadhil, R., Djatna, T., Maarif, M.S. (2017) "Analysis and Design of a Human Resources Performance Measurement System for the Nutmeg Oil Agro-industry in Aceh," *Journal of Regional and City Planning*, 28 (2), pp. 99-110. <https://doi.org/10.5614/jrcp.2017.28.2.2>.
- Dawson, M., Davis, L., Omar, M. (2019) "Developing learning objects for engineering and science fields: using technology to test system usability and interface design", *International Journal of Smart Technology and Learning*, 1(2), pp. 140-161. <https://doi.org/10.1504/ijsmarttl.2019.10019320>, Diakses tanggal 26 Februari 2015.
- Subarkah, A.R, (2018), Potensi dan Prospek Wisata Halal dalam Meningkatkan Ekonomi Daerah (Studi Kasus: Nusa Tenggara Barat), *Jurnal Sospol*, Vol4, No.2.
- Zebua, M. (2016), *Inspirasi Pengembangan Pariwisata Daerah*, Yogyakarta: Deepublish.
- Muhyiddin. (2017, May 21). *Republika*. Retrieved from [Republika.co.id: https://www.republika.co.id/berita/gaya-hidup/wisata-halal/17/05/21/oqa9aa384-kemenpar-sdm-wisata-halal-belum-memiliki-standar](https://www.republika.co.id/berita/gaya-hidup/wisata-halal/17/05/21/oqa9aa384-kemenpar-sdm-wisata-halal-belum-memiliki-standar).
- Ismaeel, M., & Blaim, K. (2012). Toward Applied Islamic Business Ethics: Responsible Halal Business. *Journal of Management Development*, 1090-1100.

ANALISIS PERSEPSI WISATAWAN TERHADAP WISATA HALAL DI ACEH

Muhammad Yasir Yusuf, Inayatillah, Isnaliana

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry Banda Aceh

E-mail : muhammadyasir@gmail.com. inayatillahdjakfar@gmail.com

isna_liana90@yahoo.com. sitisarah@gmail.com.

Abstrak,

Wisata halal telah menjadi suatu trend di dunia dengan berbagai sebutan nama, tak terkecuali Aceh. Sebagai daerah yang menerapkan syariah Islam, penerapan wisata halal di Aceh telah menunjukkan trend positif. Dilihat dari trend kunjungan wisatawan dari tahun ketahun mengalami kenaikan baik itu wisatawan nusantara maupun mancanegara. Tingginya jumlah kunjungan ini tidak terlepas dari persepsi wisatawan. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis persepsi wisatawan terhadap wisata halal di Aceh. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif dengan sumber data utama yaitu penyebaran kuesioner secara online kepada wisatawan sebanyak 300 responden. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi wisatawan terhadap wisata halal di Aceh berdasarkan nilai F hitung yaitu sebesar 179,348 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000, yang berarti lebih besar dari nilai Ftabel sebesar 3,39 dan nilai signifikansi 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05. Hal ini membuktikan bahwa variabel akses, komunikasi, lingkungan, pelayanan dan minat secara simultan atau bersamaan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan minat wisatawan. Sedangkan uji T menunjukkan bahwa variabel akses, komunikasi, lingkungan dan pelayanan memiliki pengaruh secara signifikan terhadap minat.

Kata Kunci: wisata halal, pelayanan, akses, komunikasi, pelayanan dan minat.

Abstract,

Halal tourism has become a trend in the world with various names, including Aceh. As an area that implements Islamic sharia, the application of halal tourism in Aceh has shown a positive trend. Judging from the trend of tourist visits from year to year it has increased both the domestic and foreign tourists. The high number of visits is inseparable from the perception of tourists. The purpose of this study is to analyze tourist perceptions of halal tourism in Aceh. The method used in this research is quantitative descriptive with the main data source that is distributing questionnaires online to tourists as many as 300 respondents. The results showed that tourists' perceptions of halal tourism in Aceh based on the calculated F value of 179,348

with a significance value of 0,000, which means greater than F_{table} value of 3.39 and a significance value of 0,000 which means less than 0.05. This proves that the variables of access, communication, environment, service and interests simultaneously or simultaneously have a positive and significant influence on tourist interests. While the T test shows that the variables of access, communication, environment and service have a significant influence on interests.

Keywords: Halal tourism, access, communication, service, interests.

PENDAHULUAN

Wisata halal belakangan ini menjadi *trend* di beberapa negara dan mulai mendunia. Wisata halal juga telah mendapat tempat di tengah-tengah masyarakat Aceh dan Indonesia. “*The world Halal Travel Summit & Exhibition 2015*” menempatkan Indonesia untuk mendapatkan tiga penghargaan sekaligus, yaitu: *World Halal Travel Family Friendly Hotel, World Best Halal Honeymoon Destination dan World best Halal Tourism Destination*”. Pada tahun 2016 pula, Provinsi Aceh memenangkan tiga kategori dalam Anugerah Pariwisata Halal Terbaik tingkat nasional, yaitu Kategori Bandara Ramah Wisatawan Muslim Terbaik, Destinasi Budaya Ramah Wisatawan Muslim Terbaik, dan Daya Tarik Wisata Terbaik. Dan pada “*World Halal Tourism Award 2016*” di Dubai, Aceh memenangkan dua kategori yaitu *World’s Best Airport for Halal Travelers* dan *World’s Best Halal Cultural Destination*. Pada tahun 2018, sebanyak tujuh destinasi di Aceh menjadi nominasi dalam Anugerah Pesona Indonesia 2018 (<http://www.pkaceh.com/5011/08>).

Pencapaian anugerah wisata halal di atas menjadi sebuah peluang besar yang memudahkan Indonesia dan Aceh khususnya untuk terus mengembangkan wisata halal dan industri jasa wisata halal sehingga sampai pada tahapan bahwa wisata halal identik dengan Indonesia dan khususnya Aceh. Apalagi diperkuat dengan data bahwa wisatawan muslim manca negara tumbuh dengan sangat baik ditingkat global. *Mastercard-Halal Trip Muslim Millennial Travel Report 2017 (MMTR2017)* mencatat bahwa pertumbuhan pasar wisatawan Muslim di usia muda akan mencapai nilai sebesar USD 100 miliar. Hal ini dikarenakan meningkatnya pengaruh teknologi serta keinginan untuk berwisata keliling dunia. Penelitian ini memperkirakan total pengeluaran dari wisatawan muslim milenial akan mencapai lebih dari USD 100 miliar pada tahun 2025, sementara secara keseluruhan segmen perjalanan muslim diperkirakan akan mencapai USD 300 miliar di tahun 2026. Untuk wilayah ASEAN,

tahun 2020 akan menyambut lebih dari 18 juta wisatawan muslim, ini mewakili hampir 15 persen dari total wisatawan yang datang ke ASEAN (<https://www.merdeka.com/uang/survei>).

Perkembangan wisatawan muslim menjadi salah satu pasar baru sector pariwisata yang sangat penting digarap oleh pemerintah melalui dinas terkait untuk mendorong pertumbuhan ekonomi lokal dan nasional melalui wisata halal (*halal tourism*). Dan Aceh memiliki potensi besar untuk dikelola menjadi destinasi wisata halal karena penerapan syari'at Islam. Potensi yang dimiliki berdasarkan wilayah (DPN) Destinasi Pariwisata Nasional wilayah Aceh adalah DPN Banda Aceh-Weh dan sekitarnya. DPN Nias-Simeulue dan sekitarnya memiliki keunggulan panorama laut yang sangat indah dan juga dengan keunikan budaya masyarakat setempat. Sementara untuk KPPN (Kawasan Pengembangan Pariwisata Nasional) wilayah Aceh adalah KPPN Banda Aceh Kota dan sekitarnya, KPPN Weh dan sekitarnya, KPPN Simeulue dan sekitarnya, merupakan andalan destinasi wisata halal yang berpeluang untuk dikembangkan.

Selain wilayah DPN dan KPPN, daya tarik wisata alam; wisata budaya; wisata hasil buatan manusia juga memiliki potensi besar untuk menarik minat wisatawan. Aceh memiliki sekitar 803 (delapan ratus tiga) potensi objek wisata yang telah terdata dan telah dikembangkan, terdiri dari 429 (empat ratus dua puluh Sembilan) objek wisata alam, 203 (dua ratus tiga) objek wisata budaya dan 171 (seratus tujuh puluh satu) objek wisata buatan. Seluruh objek wisata tersebut memiliki nilai tambah dan nilai jual secara ekonomi tersebar hampir di seluruh Aceh. Seluruh objek wisata tersebut memiliki keunikan dan daya tarik tersendiri bagi wisatawan nusantara dan mancanegara, sehingga menjadi potensi pengembangan pariwisata Aceh masa depan serta peluang investasi bagi investor dalam melakukan kerjasama investasi di sektor industri pariwisata halal.

Kunjungan wisatawan nusantara dan mancanegara ke Aceh dari tahun ke tahun mengalami peningkatan, hal ini dapat dilihat dari data Dinas Pariwisata Provinsi Aceh berikut ini:

Tabel 1.1
Rekapitulasi Data Pergerakan Kunjungan

Tahun	Wisatawan Mancanegara	Wisatawan Nusantara
2015	54,588.00	1,662,528.00
2016	76,452.00	2,077,797.00
2017	75,758.00	2,288,625.00
2018	106,281.00	2,381,968.00

Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Aceh

Berdasarkan tabel 1.1 di atas menunjukkan bahwa jumlah kunjungan wisatawan baik lokal maupun mancanegara dalam kurun waktu empat tahun terakhir (2015-2018) menunjukkan *trent* positif setiap tahunnya. Diprediksikan *trend* kunjungan wisatawan nusantara dan mancanegara ke Aceh akan terus mengalami peningkatan seiring dengan perkembangan industri pariwisata Aceh. Peningkatan kunjungan wisatawan terutama pada tahun 2018 di Aceh dikarenakan semakin membaiknya *branding* wisata Aceh dimata wisatawan, semakin ragamnya paket wisata yang sesuai dengan keunikan daerah, dan semakin tingginya minat masyarakat untuk terlibat dalam industry pariwisata serta atraksi wisata yang digelar hampir di seluruh Aceh juga meningkat.

Tingginya pergerakan kunjungan wisatawan nusantara maupun mancanegara ke Aceh tidak terlepas dari persepsi. Untuk mendapatkan persepsi yang positif maka perlu adanya peningkatan kualitas objek wisata. Hal senada sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Ismayanti (2010) bahwa untuk membentuk persepsi yang positif tentang daerah tujuan wisata dengan berbagai atribut-atribut pariwisatanya pada diri wisatawan menjadi salah satu kunci untuk menjamin perkembangan suatu destinasi wisata. Untuk menciptakan persepsi yang positif, maka suatu objek wisata dituntut untuk memenuhi keinginan wisatawan. Maka untuk menganalisis seberapa besar keinginan pasar, diperlukan analisis persepsi termasuk persepsi wisatawan baik itu dari akses, komunikasi, lingkungan, pelayanan dan minat.

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis persepsi wisatawan terhadap wisata halal di Aceh baik itu dari akses, komunikasi, lingkungan, pelayanan dan minat.

TINJAUAN TEORITIS

Pariwisata dalam arti modern merupakan fenomena yang didasarkan atas kebutuhan akan kesehatan dan pergantian hawa, penilaian yang sadar dan menumbuhkan cinta terhadap keindahan alam dan pada khususnya disebabkan oleh bertambahnya pergaulan berbagai bangsa dan kelas manusia sebagai hasil dari perkembangan perniagaan, industri, serta penyempurnaan dari alat-alat pengangkutan (Irawan, 2010:11).

Makna wisata lainnya adalah seseorang yang menyeberangi perbatasan untuk liburan atau bisnis dan tinggal setidaknya 24 jam tetapi kurang dari satu tahun (Mill, R. C., & Morrison, A. M, 1998). Definisi WTO (*World Tourism Organisation*) tentang pariwisata adalah kegiatan untuk mencari pengalaman dengan membayar suatu kegiatan di tempat yang dikunjungi. Chadwick (1994) mendefinisikan pariwisata sebagai kegiatan orang di luar lingkungannya dengan jangka waktu tertentu dan tujuan perjalanan utamanya selain pendidikan dengan berbagai pertimbangan seperti sosial, ekonomi, politik, budaya, dan lingkungan. Adapun Medic & Middleton (1973) menegaskan bahwa konsep pariwisata terdiri dari serangkaian kegiatan, layanan, dan manfaat yang memberikan pengalaman tertentu kepada para turis.

Dalam Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, disebutkan bahwa 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. Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan Pemerintah Daerah. Adapun istilah kepariwisataan merupakan 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.

Sesuai dengan rekomendasi *United Nation World Tourism Organization* (UNWTO) wisatawan adalah setiap orang yang mengunjungi suatu negara di luar tempat tinggalnya, didorong oleh satu atau beberapa keperluan tanpa bermaksud memperoleh penghasilan di tempat yang dikunjungi dan lamanya kunjungan tersebut tidak lebih dari 12 (dua belas) bulan. Adapun tujuan kunjungannya yaitu berlibur, rekreasi dan olahraga, bisnis, mengunjungi teman dan keluarga, misi, menghadiri pertemuan, konferensi, kunjungan dengan alasan kesehatan, belajar, dan keagamaan (BPS Aceh).

Fenomena lainnya yang terjadi, wisatawan yang berkunjung ke suatu daerah biasanya benar-benar ingin menghabiskan waktunya untuk bersantai, menyegarkan pikiran dan ingin melepaskan diri dari rutinitas kehidupan sehari-hari. Jadi bisa juga dikatakan wisatawan adalah seseorang yang melakukan perjalanan dari suatu tempat lain yang jauh dari rumahnya bukan dengan alasan rumah atau kantor (Kusumaningrum, 2009: 17).

Istilah halal dalam penyebutan wisata halal merujuk pada semua yang diperintahkan dalam ajaran agama dan menjadi landasan bagi perilaku dan kegiatan umat Islam (Diyonet Isleri Baskanligi, 2011). Istilah "*halal*" juga digunakan untuk pengertian semua yang dapat dikonsumsi menurut al-Quran atau Hadis Nabi (Gulen, 2011). Sebaliknya istilah "*haram*" mengacu pada tindakan pelanggaran atas ajaran agama oleh umat Islam. Oleh karena itu, seorang muslim diwajibkan untuk mendapatkan keuntungan dari aktivitas yang halal dan menghindari hal-hal yang diharamkan agama.

Kata "*halal*" berarti sesuatu yang diizinkan dan biasanya digunakan untuk pengertian sah. Konsep halal dalam Islam memiliki motif yang sangat spesifik seperti untuk melestarikan kemurnian agama, untuk menjaga mentalitas Islam, untuk mempertahankan hidup, untuk melindungi properti, untuk melindungi generasi masa depan, untuk menjaga harga diri dan integritas. Definisi halal juga mengacu pada semua aspek kehidupan seperti perilaku yang diperbolehkan, ucapan dan pakaian (Ijaj, 2011). Bagi umat Islam, apa yang membuat halal atau diizinkan biasanya dikembalikan pada hukum Islam yang sebagian besar bersifat pasti dan tidak berubah.

Oleh sebab itu, konsep halal itu menjadi penting karena menjadi bagian dari merek dalam berkomunikasi, khususnya bagi masyarakat muslim. Bahkan lebih dari itu, kata halal bukan hanya elemen merek saja melainkan juga bagian dari sistem kepercayaan, kode etik-moral, dan integral dalam kehidupan sehari-hari. Sehingga istilah halal atau pemenuhan prinsip-prinsip syariah merupakan suatu proses atau nilai yang diperoleh dalam memainkan peran penting untuk membentuk pikiran konsumen Muslim, terutama ketika berhubungan dengan konsumsi. Sehingga jenis konsumsi di tingkat produk yang harus ditawarkan sebagai sebuah merek mesti melalui sebuah pendekatan yang lebih luas dari definisi halal.

Wisata halal sebagaimana disosialisasikan dalam Indonesia Halal Expo (Index) 2013 dan Global Halal Forum yang digelar pada 30 Oktober - 2 November 2013 di Gedung Pusat Niaga, JIExpo (PRJ), Jakarta (Rabu, 30/10/2013), President Islamic Nutrition Council of America, Muhammad Munir Caudry, menjelaskan bahwa, "*wisata halal merupakan konsep baru pariwisata. Ini bukanlah wisata religi seperti umroh dan menunaikan ibadah haji. Wisata halal adalah pariwisata yang melayani liburan, dengan menyesuaikan gaya liburan sesuai dengan kebutuhan dan permintaan traveler muslim*". Dalam hal ini hotel yang

mengusung prinsip syariah tidak melayani minuman beralkohol dan memiliki kolam renang dan fasilitas spa terpisah untuk pria dan wanita (Wuryasti, 2013).

Dari konsep dan definisi wisata halal di atas, menunjukkan bahwa kegiatan wisata menyebabkan adanya perpindahan orang dari satu tempat ke tempat lain dalam rangka memenuhi kepuasaannya dalam bingkai yang dibenarkan oleh nilai-nilai Islam. Perpindahan dari satu tempat ke tempat lain sudah barang tentu menyebabkan terjadinya perpindahan aktifitas ekonomi ke daerah wisata yang dituju. Perpindahan aktifitas wisatawan ke daerah wisata yang dituju mendorong pertumbuhan ekonomi penduduk yang tinggal di daerah wisata melalui penyediaan barang, produk dan jasa.

METODE PENELITIAN

Adapun metode penelitian yang digunakan dalam kajian ini adalah kuantitatif deskripsi. Metode ini digunakan untuk melihat persepsi wisatawan terhadap wisata halal di Aceh. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah pengunjung ke Aceh baik wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara pada tahun 2017 sebanyak 2.364.383. Sedangkan sampel dalam penelitian ini sebanyak 300 responden. Adapun teknik pengambilan sampel menggunakan metode *accidental Sampling (convenience sampling)* (Sugiarto, 2001: 38-40). Pengambilan sampel didasarkan pada ketersediaan elemen dan kemudahan untuk mendapatkannya. Sampel yang digunakan adalah wisatawan yang berkunjung ke destinasi wisata di Aceh.

Sedangkan sumber dan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah data primer dengan menggunakan kuisisioner. Teknik analisis data dalam penelitian ini dibagi kepada dua. *Pertama*, teknis analisis dengan menggunakan *SPSS* untuk menguji data kuantitatif. Pengujian ini dilakukan untuk melihat persepsi dan minat wisatawan baik nusantara maupun mancanegara yang dilakukan dengan penyebaran kuisisioner kepada responden sebanyak 300 yang disebar secara online baik melalui whatsapp, email, Instagram dll. Sebelum kuisisioner disebar kepada responden terlebih dahulu kajian ini dilakukan pilot tes kepada 30 responden baik wisatawan nusantara maupun mancanegara untuk menguji kevalidan data.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1) Karakteristik Responden Terkait Cara Mendapatkan Informasi

Adapun distribusi frekuensi jawaban wisatawan mengenai darimana mendapatkan informasi terkait berwisata ke Aceh adalah sebagai berikut:

Tabel 1.2

Karakteristik Responden Terkait Cara Mendapatkan Informasi

No	Sumber Informasi	Frekuensi	Prosentase
1	Rekomendasi Teman/Saudara	132	44.0
2	Media Elektronik (Internet, Tv, Dsb)	44	14.7
3	Media Sosial (Facebook, Instalgram, Whatsapp, Dll)	116	38.7
4	Brosur Paket Perjalanan Wisata	3	1.0
5	Lain-Lain	5	1.7
	Total	300	100.0

Berdasarkan tabel di atas menjelaskan bahwa wisatawan yang berkunjung ke Aceh baik lokal, nusantara dan mancanegara mayoritas mendapatkan informasi berdasarkan rekomendasi dari teman/saudara yaitu sebanyak 132 orang atau 44%, diikuti oleh media sosial (facebook, instagram, whatsapp, dll) sebanyak 116 orang atau 38,7%. Kemudian yang paling sedikit wisatawan mencari informasi tentang Aceh adalah melalui brosur paket perjalanan yaitu sebesar 3 orang atau 1%. Hal ini menunjukkan bahwa kontribusi media cetak dalam melakukan sosialisasi masih sangat rendah seperti yang terdapat pada item pertanyaan nomor 4.

2) Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Kunjungan

Adapun distribusi frekuensi jawaban wisatawan berdasarkan jumlah kunjungan adalah sebagai berikut:

Tabel 1.3

Karakteristik Responden Berdasarkan Jumlah Kunjungan

No	Jumlah kunjungan	Frekuensi	Prosentase
1	Satu Kali	48	16.0
2	Dua Kali	24	8.0
3	Lebih dari dua kali	228	76.0
	Total	300	100.0

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa mayoritas wisatawan berkunjung ke Aceh lebih dari dua kali yaitu sebanyak 228 orang atau 76%, dan yang paling sedikit wisatawan berkunjung ke Aceh adalah sebanyak dua kali yaitu sebanyak 24 orang atau 8%.

3) Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Kunjungan

Adapun distribusi frekuensi jawaban wisatawan berdasarkan lamanya kunjungan adalah sebagai berikut:

Tabel 1.4
Karakteristik Responden Berdasarkan Lama Kunjungan

No	Jumlah Kunjungan	Frekuensi	Prosentase
1	1 hari	167	55.7
2	2-4 hari	93	31.0
3	5-7 hari	31	10.3
4	>1 minggu	9	3.0
	Total	300	100.0

Berdasarkan tabel di atas menjelaskan bahwa mayoritas wisatawan berkunjung ke Aceh sebanyak 1 hari yaitu 167 orang atau 55,7 %. Sedangkan yang paling rendah di atas satu minggu sebanyak 9 orang atau 3%. Hal ini menunjukkan bahwa wisatawan yang berkunjung ke Aceh dilihat dari lamanya kunjungan masih tergolong singkat.

4) Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Menginap

Adapun distribusi frekwensi jawaban wisatawan berdasarkan tempat menginap adalah sebagai berikut:

Tabel 1.5
Karakteristik Responden Berdasarkan Tempat Menginap

No	Tempat Menginap	Frekuensi	Prosentase
1	Homestay/penginapan penduduk	35	11.7
2	Rumah Saudara/Teman	113	37.7
3	Losmen/Wisma	38	12.7
4	Hotel	101	33.7
5	Lainnya	13	4.3
	Total	300	100.0

Berdasarkan tabel di atas menjelaskan bahwa mayoritas wisatawan ketika berkunjung ke Aceh mereka lebih memilih menginap di rumah saudara/teman yaitu sebanyak 113 orang atau 37,7%, jika tidak ada saudara/teman, baru kemudian mereka memilih hotel, ada sebanyak 101 wisatawan atau 33,7%. Losmen/wisma hanya 38 wisatawan atau 12,7% yang

memilih, sedangkan homestay/penginapan penduduk dipilih oleh 35 wisatawan atau 11,7%, selebihnya sebanyak 13 orang atau 4,3% memilih tempat yang lain.

5) Karakteristik Responden Berdasarkan Pilihan Jenis Transportasi

Adapun data frekuensi jumlah wisatawan berdasarkan jenis transportasi yang dipilih adalah sebagai berikut:

Tabel 1.6

Karakteristik Responden Berdasarkan Pilihan Jenis Transportasi

No	Transportasi	Frekuensi	Prosentase
1	Kendaraan Pribadi	216	72.0
2	Angkutan Umum	23	7.7
3	Bus Wisata/Travel	32	10.7
4	Sepeda Motor	29	9.7
	Total	300	100.0

Berdasarkan tabel di atas menunjukkan bahwa ada sebanyak 216 wisatawan atau 72% yang menggunakan kendaraan pribadi ketika berkunjung ke Aceh. Kemudian diikuti oleh wisatawan yang memilih bus wisata/travel yaitu sebanyak 32 orang atau 10,7%. Kemudian berikutnya ada 32 wisatawan atau 9,7%, dan yang paling sedikit menggunakan angkutan umum yaitu sebanyak 23 orang atau 7,7%.

6) Karakteristik Responden Berdasarkan Dengan Siapa Berkunjung

Adapun data frekuensi jumlah wisatawan berdasarkan dengan siapa yang dipilih untuk berkunjung ke Aceh adalah sebagai berikut:

Tabel 1.7

Karakteristik Responden Berdasarkan Dengan Siapa Berkunjung

No	Dengan siapa berkunjung	Frekuensi	Prosentase
1	Sendirian	5	1.7
2	Teman	80	26.7
3	Keluarga	181	60.3
4	Berkelompok atau rombongan	34	11.3
	Total	300	100.0

Dari tabel di atas dapat dideskripsikan bahwa mayoritas wisatawan memilih berkunjung ke Aceh dengan keluarga yaitu sebanyak 181 orang atau 60,3% dibandingkan dengan berkunjung sendirian yaitu sebesar 1,7% atau 5 orang.

7) Karakteristik Responden Berdasarkan Tujuan Kunjungan

Adapun data frekuensi jumlah wisatawan berdasarkan tujuan berkunjung ke Aceh adalah sebagai berikut:

Tabel 1.8

Karakteristik Responden Berdasarkan Tujuan Berkunjung

No	Jenis kegiatan	Frekuensi	Prosentase
1	Berjalan-jalan	123	41.0
2	Memandang Panorama	123	41.0
3	Berwisata religi	45	15.0
4	Penelitian	5	1.7
5	Lainnya	4	1.3
	Total	300	100.0

Berdasarkan tabel di atas dapat diilustrasikan bahwa mayoritas wisatawan berkunjung ke Aceh dengan tujuan berjalan-jalan dan memandang panorama yaitu sebanyak 123 orang atau 41%, sedangkan yang berwisata religi hanya 45 orang saja atau 15%, sementara yang memilih karena alasan penelitian dan lainnya menempati urutan yang paling rendah yaitu 5 dan 4 atau 1,7% atau 1,3%.

8) Karakteristik Responden Berdasarkan Biaya

Adapun data frekuensi jumlah wisatawan berdasarkan biaya yang dihabiskan berkunjung ke Aceh adalah sebagai berikut:

Tabel 1.9

Karakteristik Responden Berdasarkan Biaya

No	Biaya	Frekuensi	Prosentase
1	Rp1.000.000,- Rp5.000.000,-	223	74.3
2	Rp5.000.000,- Rp10.000.000,-	57	19.0
3	Rp10.000.000,- Rp15.000.000,-	10	3.3
4	Rp15.000.000,- Rp20.000.000,-	5	1.7
5	Lebih dari Rp20.000.000,-	5	1.7
	Total	300	100.0

Berdasarkan tabel di atas dapat dijelaskan bahwa rata-rata biaya yang dihabiskan oleh wisatawan yang berkunjung ke Aceh paling banyak sebesar Rp1.000.000,-s.d Rp5.000.0000 atau sebanyak 223 orang dengan persentase 74,3%. Dan yang paling sedikit menghabiskan biaya lebih dari Rp20.000.000,- dan Rp15.000.000,- s.d Rp20.000.000,- hanya 5 orang saja atau 1,7%.

9) Karakteristik Responden Berdasarkan Pemandu

Adapun data frekuensi jumlah wisatawan berdasarkan siapa yang menjadi pemandu berkunjung ke Aceh adalah sebagai berikut:

Tabel 1.10
Karakteristik Responden Berdasarkan Pemandu

No	Biaya	Frekuensi	Prosentase
1	Diri Sendiri	87	29.0
2	Teman	101	33.7
3	Keluarga	101	33.7
4	Biro Perjalanan Swasta/Agen Travel	10	3.3
5	Lainnya	1	.3
	Total	300	100.0

Berdasarkan data di atas dapat dijelaskan bahwa wisatawan mayoritas memilih teman dan keluarga sebagai pemandu wisata yaitu sebanyak 101 orang atau 33,7%, selebihnya tidak memakai pemandu wisata yaitu sebanyak 87 responden atau 29%. Jasa Pemandu Biro perjalanan swasta/agen travel ternyata hanya 10 responden atau 10% yang memilih, selebihnya 1 responden atau 0,3% yang memilih pemandu lainnya.

1. Persepsi Wisatawan

a. Persepsi wisatawan terhadap akses

No	Item	Min
1	Informasi tentang obyek wisata mudah untuk diakses.	2.57
2	Jalan menuju lokasi obyek wisata tersedia dan mudah ditempuh.	2.77
3	Kualitas jalan menuju lokasi obyek wisata dalam kondisi baik.	2.79
4	Transportasi umum sepanjang obyek wisata tersedia.	3.48
5	Ada kepastian harga atau biaya transportasi di bandara ke tempat tujuan wisata.	3.21
6	Biaya perjalanan selama wisata terjangkau.	2.82

Min tertinggi adalah pada item tersedianya transportasi umum sepanjang objek wisata yaitu 3,48. Artinya transportasi umum adalah hal yang penting bagi wisatawan untuk datang kepada objek wisata. Sedangkan yang paling rendah adalah akses informasi tentang obyek wisata 2,57, bahwa wisatawan ke Aceh masih menghadapi kendala dalam mengakses informasi terhadap objek wisata yang mau dikunjungi.

b. Persepsi wisatawan terhadap komunikasi

No	Item	Min
1	Komunikasi digital mudah untuk diakses.	2.88
2	Masyarakat di sekitar obyek wisata ramah.	2.52
3	Komunikasi dengan masyarakat di sekitar mudah	2.52
4	Masyarakat disekitar objek wisata berperilaku baik dan menyenangkan.	2.50
5	Masyarakat senang membantu wisatawan jika wisatawan membutuhkan bantuan.	2.51

Min tertinggi adalah pada item komunikasi digital mudah untuk diakses yaitu 2,88 dan yang paling rendah adalah masyarakat di sekitar obyek berperilaku baik dan menyenangkan, yaitu 2,50. Komunikasi menjadi hal penting bagi wisatawan untuk bisa mendapatkan informasi tentang wisata yang ingin di dapat. Sehingga keberadaan masyarakat di objek wisata baik dari perilaku dan sikap menjadi berpengaruh terhadap persepsi. Komunikasi digital di Aceh sudah berjalan dengan baik sehingga persepsi wisatawan dalam hal komunikasi sudah baik. Sebaliknya komunikasi dengan masyarakat objek wisata masih rendah sehingga perlu arah perbaikan dari sisi sikap dan perilaku masyarakat Aceh di objek wisata terhadap wisatawan.

c. Persepsi wisatawan terhadap Lingkungan

No	Item	Min
1	Pemandangan alam pada obyek wisata yang saya kunjungi indah dan menarik.	2.07
2	Kondisi di sekitar obyek wisata aman.	2.45
3	Nuansa religi terasa dan memberikan pengaruh kepada jiwa dari objek wisata yang dikunjungi seperti objek wisata tsunami.	2.47
4	Lingkungan di sekitar obyek wisata bersih.	3.00
5	Wisatawan lain juga banyak mengunjungi obyek wisata tersebut.	2.42
6	Cuaca di sekitar obyek wisata kondusif.	2.49

Min tertinggi adalah pada item lingkungan di sekitar obyek wisata bersih, yaitu 3,00 dan yang paling rendah adalah pemandangan alam pada obyek wisata indah dan menarik, yaitu 2,07. Lingkungan menjadi salah satu point penting yang perlu dijaga supaya dapat meningkatkan persepsi wisatawan. Hal ini terlihat bahwa lingkungan di sekitar objek wisata bersih dan ini mengindikasikan sudah bagus. Namun sebaliknya pemandangan alam pada objek wisata yang dikunjungi indah dan menarik masih perlu diperhatikan untuk meningkatkan persepsi wisatawan terhadap lingkungan.

d. Persepsi wisatawan terhadap Pelayanan

No	Item	Min
1	Souvenir/merchandise yang berhubungan dengan obyek wisata banyak tersedia.	3.01
2	Souvenir/merchandise mudah di dapat.	2.92
3	Harga Souvenir/merchandise terjangkau untuk dibeli.	3.07
4	Terdapat festival atau kegiatan budaya yang menarik	3.14
5	Terdapat festival atau kegiatan budaya yang Islami	2.95
6	Objek wisata tsunami memberikan pengaruh terhadap jiwa	2.30
7	Tersedianya Masjid/mushalla di tempat wisata	2.14
8	Tersedianya toilet dan air bersih untuk bersuci	2.65
9	Tersedianya perlengkapan untuk beribadah	2.53
10	Kualitas hotel/penginapan baik	2.50
11	Pelayanan hotel/penginapan baik	2.55
12	Saya menginap di hotel Syariah	2.66
13	Tersedianya makanan/minuman halal dan sehat	2.19
14	Pelayanan restoran/rumah makan baik	2.44
15	Terhindarnya obyek wisata dari aktifitas wisata yang mengandung unsur syirik	2.35
16	Terhindarnya obyek wisata dari aktifitas wisata yang mengandung unsur maksiat	2.50
17	Terhindar dari pertunjukan seni dan budaya serta atraksi yang bertentangan dengan syariat Islam seperti mubazir, bercampur laki dan perempuan serta melupakan waktu shalat.	2.59
18	Terhindar dari pornografi,dan porno aksi	2.34
19	Makanan dan minuman halal yang bersertifikat halal MUI	2.39
20	Restoran dan penjual makanan mempunyai sertifikasi halal MUI	2.61
21	Adanya hotel syariah yang tersertifikasi halal oleh MUI.	2.57
22	Terhindar dari Judi	2.17
23	Terhindar dari minuman keras	1.99
24	Terhindar dari zina	2.31
25	Biro wisata (travel) menyelenggarakan paket wisata yang sesuai prinsip-prinsip Syariah	2.49
26	Biro wisata (travel) menawarkan akomodasi dan destinasi wisata sesuai dengan nilai-nilai Syariah	2.54

27	Pemandu wisata mempunyai etika yang ramah, sopan dan baik (akhlak yang baik).	2.30
28	Pemandu wisata mempunyai kemampuan komunikasi yang baik.	2.37
29	Penampilan pemandu wisata sopan dan menarik sesuai dengan nilai dan prinsip syariah.	2.34

Min tertinggi adalah pada item terdapat festival atau kegiatan budaya yang menarik, yaitu 3,14 dan yang paling rendah adalah terhindar dari minuman keras, yaitu 1,99. Festival atau kegiatan budaya yang menarik sudah menunjukkan arah yang bagus bagi persepsi wisatawan terhadap pelayanan. Namun dilihat dari segi terhindarnya dari minuman keras sudah menunjukkan nilai yang bagus, artinya item ini memiliki nilai terendah dari item yang lainnya.

e. Minat

No	Item	Min
1	Saya akan menceritakan pengalaman positif selama di obyek wisata ini kepada orang lain	2.13
2	Saya akan merekomendasikan obyek wisata ini kepada orang lain	2.15
3	Saya akan mengunjungi kembali obyek wisata ini satu hari nanti	2.17

Min tertinggi adalah pada item akan mengunjungi kembali obyek wisata, yaitu 2,17 dan yang paling rendah adalah menceritakan pengalaman positif selama di obyek wisata ini kepada orang lain, yaitu 2,13. Dilihat dari segi saya akan mengunjungi kembali objek wisata ini satu hari nanti juga sudah menunjukkan nilai yang bagus dari segi minat. Sehingga berdampak pada minat wisatawan untuk mengunjunginya lagi. Namun, dilihat dari segi saya akan menceritakan pengalaman positif selama di objek wisata ini kepada orang lain masih rendah. Artinya untuk meningkatkan minat wisatawan item ini perlu ada arah perbaikan dan pelestarian objek wisata.

3. Hasil Pengujian

a. Uji Validitas

Uji validitas berfungsi untuk mengetahui valid dan tidaknya kuisisioner yang di berikan pada setiap variable. Setiap pernyataan di setiap variable yang diberikan kepada responden dapat menunjukkan kebenaran pengukuran. Uji validitas bertujuan untuk mengetahui sah atau valid tidaknya sebuah kuesioner. Pada skor total yang menghasilkan nilai signifikan kurang dari 0,05 maka pernyataan *valid*. Berdasarkan pengujian ini menunjukkan bahwa nilai signifikan pada setiap pernyataan pada variabel hipotesa akses, komunikasi, lingkungan, pelayanan dan minat menunjukkan bahwa nilai kurang dari 0,05 menunjukkan bawah semua pernyataan adalah valid.

b. Uji Reabilitas

Uji realibilitas digunakan untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, dan bila dilakukan pengukuran lebih dari dua kali terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat pengukur yang sama hasilnya tetap konsisten. Dalam penelitian ini digunakan standard nilai Cronbach Alpha yang lebih besar dari 0,7. Dan penelitian ini menunjukkan bahwa variable pada setiap pernyataan yang diberikan semuanya memiliki nilai Cronbach Alpha lebih dari 0,7. Sehingga bisa dikatakan bahawa semua variabel kajian bisa digunaka.

c. Uji Normalitas

Berdasarkan uji normalitas menunjukkan bahwa data terdistribusi dengan normal. Puncak kurva berada pada titik 0, artinya sebaran datanya seimbang atau normal.

d. Analisis Faktor-faktor yang Mempengaruhi Minat Wisatawan

1) Uji Koefisien Determinasi (R^2)

Pengujian Koefisien Determinasi

Tabel 1.11
Model Summary

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.842 ^a	.709	.705	2.38406

a. Predictors: (Constant), pelayanan, akses, komunikasi, Lingkungan

Berdasarkan tabel di atas diperoleh angka R^2 (*R Square*) sebesar 0,709 atau (70,9%). Hal ini menunjukkan bahwa prosentase sumbangan pengaruh variabel independen (akses, komunikasi, lingkungan dan pelayanan) terhadap variabel dependen (minat) sebesar 70,9%. Atau variasi variabel independen yang digunakan mampu menjelaskan sebesar 70,9% variasi variabel dependen (minat).

Sedangkan sisanya sebesar 29,1% dipengaruhi atau dijelaskan oleh variabel lain yang tidak dimasukkan dalam model penelitian ini. Standard Error of the Estimate adalah suatu ukuran banyaknya kesalahan model regresi dalam memprediksikan nilai Y. Dari hasil regresi di dapat nilai 2,38406, hal ini berarti banyaknya kesalahan dalam prediksi minat sebesar 2,38406.

2) Pengujian Secara Parsial

Uji t dimanfaatkan untuk mengetahui pengaruh dari setiap variabel independen (akses, komunikasi, lingkungan, pelayanan) terhadap variabel dependen (minat). Apabila hasil uji t dengan nilai signifikan < 0.05 dan nilai t hitung $> t$ tabel maka artinya variabel bebas secara individual atau parsial memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel terkait. T tabel yang digunakan adalah jumlah responden – 5 variabel = 295 dan bisa di dapatkan bahwa t tabel dengan signifikan 5% adalah 1,96.

Tabel 1.12
Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	95.0% Confidence Interval for B	
		B	Std. Error	Beta			Lower Bound	Upper Bound
1	(Constant)	-.527	.387		-1.362	.174	-1.288	.234
	Akses	-.151	.032	-.239	-4.736	.000	-.214	-.088
	Komunikasi	.015	.044	.022	.343	.732	-.071	.101
	Lingkungan	.242	.043	.408	5.593	.000	.157	.328
	Pelayanan	.080	.009	.604	8.850	.000	.062	.098

a. Dependent Variable: Minat

Pada variabel akses mendapatkan nilai thitung sebesar -4,376 dengan nilai sig sebesar 0,000 dan nilai ttabel sebesar 1,96. Dari hasil uji ini dapat dikatakan bahwa variabel akses memiliki pengaruh signifikan terhadap minat. Kemudian variabel komunikasi mendapatkan nilai thitung sebesar 0,343 dengan nilai sig sebesar 0,732 dan nilai ttabel sebesar 1,96. Maka dari hasil uji ini dapat dikatakan bahwa variabel komunikasi tidak memiliki pengaruh signifikan terhadap minat. Begitu halnya dengan variabel lingkungan mendapatkan nilai thitung sebesar 5,593 dengan nilai sig sebesar 0,000 dan nilai ttabel sebesar 1,666. Dari hasil uji ini maka dapat dikatakan bahwa variable lingkungan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat. Terakhir pada pada variabel pelayanan mendapatkan nilai thitung sebesar 8,850 dengan nilai sig sebesar 0,00 dan nilai ttabel sebesar 1,96. Dari hasil uji ini dapat dikatakan bahwa variabel pelayanan memiliki pengaruh signifikan terhadap minat.

Persamaan regresi linier:

$$Y = -5,27 - 0,151 X_1 + 0,015 X_2 + 0,242 X_3 + 0,080 X_4$$

Variabel lingkungan memiliki pengaruh paling signifikan terhadap minat wisatawan, maka di harapkan bahwa pengembangan di variable ini akan berdampak sangat besar dalam peningkatan minat wisatawan untuk mengunjungi wisata halal di Aceh.

3) Pengujian Secara Simultan (F)

Uji F bertujuan untuk mengetahui pengaruh variable independen pada penelitian ini terhadap *intention to use* yang menjadi variabel dependen secara simultan atau bersamaan.

Tabel 1.13
ANOVA^a

Model		Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	4077.448	4	1019.362	179.348	.000 ^b
	Residual	1676.699	295	5.684		
	Total	5754.147	299			

a. Dependent Variable: Minat

b. Predictors: (Constant), pelayanan, akses, komunikasi, Lingkungan

Pada Gambar 20 hasil dari uji F didapatkan bahwa nilai Fhitung sebesar 179,348 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000, yang berarti lebih besar dari nilai Ftabel sebesar 3,39 dan nilai signifikansi 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05. Membuktikan bahwa variabel akses, komunikasi, lingkungan, pelayanan dan minat secara simultan atau bersamaan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan minat wisatawan.

KESIMPULAN

Berdasarkan uji F yang sudah dilakukan maka dapat disimpulkan bahwa nilai Fhitung sebesar 179,348 dengan nilai signifikansi sebesar 0,000, yang berarti lebih besar dari nilai Ftabel sebesar 3,39 dan nilai signifikansi 0,000 yang berarti lebih kecil dari 0,05. Membuktikan bahwa variabel akses, komunikasi, lingkungan, pelayanan dan minat secara simultan atau bersamaan memiliki pengaruh yang positif dan signifikan minat wisatawan. Sedangkan uji T menunjukkan bahwa variabel akses, komunikasi, lingkungan dan pelayanan memiliki pengaruh secara signifikan terhadap minat.

DAFTAR PUSTAKA

- Diyanet Isleri Baskanligi (2011). Helal (The Halal). Retrieved from <http://www.diyonet.gov.tr/turkish/dy/DiniBilgilerDetay.aspx?ID=1884> Fahadil Amin Al Hasan, *Penyelenggaraan Parawisata Halal di Indonesia (Analisis Fatwa DSN-MUI tentang Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata Berdasarkan Prinsip Syariah)*. Al-ahkam jurnal Ilmu Syariah dan Hukum Vol.2, Nomor 1, Januari-Juni 2017. Fakultas Syariah IAIN Surakarta.
- Gulen, F. (2011). Helal lokma ve iffetli nesiller (Halal bite and virtuous generations). Retrieved from: http://www.herkul.org/kiriktesti/index.php?view=article&article_id=45 .
<https://www.merdeka.com/uang/survei-pertumbuhan-wisatawan-muslim-milenial-akan-mencapai-usd-100-miliar-di-2025.html>.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Bisnis (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- Badan Pusat Statistik Aceh. (2016). *Kontribusi Sektor Pariwisata terhadap Ekonomi*: BPS Aceh.



BIODATA PENELITI
PUSAT PENELITIAN DAN PENERBITAN LP2M
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH TAHUN 2019

A. Identitas Diri

1.	Nama Lengkap <i>(dengan gelar)</i>	Dr. Muhammad Yasir Yusuf, MA
2.	Jenis Kelamin L/P	Laki-laki
3.	Jabatan Fungsional	Lektor Kepala
4.	NIP	197504052001121003
5.	NIDN	2005047502
6.	NIPN <i>(ID Peneliti)</i>	200504750202999
7.	Tempat dan Tanggal Lahir	Banda Aceh, 5 April 1975
8.	E-mail	m.yasiryusuf@gmail.com
9.	Nomor Telepon/HP	08116877886
10.	Alamat Kantor	Jl. Syeikh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
11.	Nomor Telepon/Faks	-
12.	Bidang Ilmu	Ekonomi Islam
13.	Program Studi	S1 Perbankan Syariah
14.	Fakultas	Ekonomi dan Bisnis Islam

B. Riwayat Pendidikan

No.	Uraian	S1	S2	S3
1.	Nama Perguruan Tinggi	IAIN Ar-Raniry	Universiti Kebangsaan Malaysia	Universiti Sains Malaysia
2.	Kota dan Negara PT	Banda Aceh, Indonesia	Malaysia	Malaysia
3.	Bidang Ilmu/ Program Studi	Perbandingan Hukum dan Mazhab	Syari'ah Konsentrasi Ekonomi Islam	School of Social Sciences Center For Islamic Development and Management Studies (ISDEV)
4.	Tahun Lulus	1993-1997	1998-2000	2009-2012

C. Pengalaman Penelitian dalam 3 Tahun Terakhir

No.	Tahun	Judul Penelitian	Sumber Dana
1.	2017	Tingkat Kepuasan Pengguna Alumni Sebagai Stakeholders Terhadap Kualitas Pendidikan Prodi D-III Perbankan Syariah UIN Ar-Raniry	DIPA UIN Ar-Raniry

D. Pengalaman Pengabdian Kepada Masyarakat dalam 3 Tahun Terakhir

No.	Tahun	Judul Pengabdian	Sumber Dana
1.	2016	Pengabdian Masyarakat Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry di Desa Cot Girek	BLU UIN Ar-Raniry
2.	2017	Pengabdian Masyarakat Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry di Aceh Tengah	BLU UIN Ar-Raniry

E. Publikasi Artikel Ilmiah dalam Jurnal dalam 5 Tahun Terakhir

No.	Judul Artikel Ilmiah	Nama Jurnal	Volume/Nomor/Tahun/Url
1.	Pola Distribusi Zakat Produktif, Pendekatan Maqashid Syariah dan Konsep CSR	Jurnal Media Syariah	Vol. XVI, No. 2, Juli-Desember 2014, ISN: 1411-2353
2.	Corporate Social Responsibility in Islamic Banking Institution in Aceh: Analysis of Criteria and Perception	Jurnal of Educational and Social Research	Vol. IV, No. 2 (2014), ISSN Oneline: 2240-0524
3.	Faktor-faktor yang Mempengaruhi Tingkat Profitabilitas Bank Pembiayaan Rakyat Syariah (BPRS) di Aceh	Jurnal IQTISHADIA (Jurnal Kajian Ekonomi dan Bisnis Islam)	Vol. X, 2016, ISSN 1976-0724

F. Karya Buku dalam 5 Tahun Terakhir

No.	Judul Buku	Tahun	Tebal Halaman	Penerbit
1.	Islamic Corporate Social Responsibility in Islamic Banking: Toward Proverty Allevation	2015	73	Doha, Qatar: Bloomsbury Qatar Foundation
2.	Islamic-CSR, Teori dan Praktek	2017	203	Jakarta, Prenada Media

Demikian biodata ini saya buat dengan sebenarnya.

Banda Aceh, 30 Oktober 2019
Ketua Peneliti,

Dr. Muhammad Yasir Yusuf, MA
NIDN. 2005047502



BIODATA PENELITI
PUSAT PENELITIAN DAN PENERBITAN LP2M
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH TAHUN 2019

A. Identitas Diri

1.	Nama Lengkap <i>(dengan gelar)</i>	Inayatillah, MA.Ek
2.	Jenis Kelamin L/P	Perempuan
3.	Jabatan Fungsional	Asisten Ahli
4.	NIP	198208042014032002
5.	NIDN	2004088203
6.	NIPN <i>(ID Peneliti)</i>	200408820302106
7.	Tempat dan Tanggal Lahir	Banda Aceh, 4 Agustus 1982
8.	E-mail	inayatillah82@gmail.com
9.	Nomor Telepon/HP	085218267489
10.	Alamat Kantor	Jl. Syeikh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
11.	Nomor Telepon/Faks	-
12.	Bidang Ilmu	Ekonomi Islam
13.	Program Studi	S1 Perbankan Syariah
14.	Fakultas	Ekonomi dan Bisnis Islam

B. Riwayat Pendidikan

No.	Uraian	S1	S2	S3
1.	Nama Perguruan Tinggi	IAIN Ar-Raniry	UIN Syarif Hidayatullah Jakarta	
2.	Kota dan Negara PT	Banda Aceh, Indonesia	Jakarta, Indonesia	
3.	Bidang Ilmu/ Program Studi	Syariah Muamalah Wal Iqtishad	Pengkajian Islam/Ekonomi Islam	
4.	Tahun Lulus	2001-2005	2008-2012	

C. Pengalaman Penelitian dalam 3 Tahun Terakhir

No.	Tahun	Judul Penelitian	Sumber Dana
1.	2017	Tingkat Pemahaman dan Kesadaran Masyarakat Kota Sabang Terhadap Konsep Makanan Halal	DIPA UIN Ar-Raniry
2.	2018	Pengaruh Religiusitas dan Rasionalitas Ekonomi terhadap Preferensi Nasabah	DIPA UIN Ar-Raniry

		Pada Bank Syariah di Aceh Tengah	
--	--	----------------------------------	--

D. Pengalaman Pengabdian Kepada Masyarakat dalam 3 Tahun Terakhir

No.	Tahun	Judul Pengabdian	Sumber Dana
1.	2016	Mentor pada Ma'had Al-Jamia'ah UIN Ar-Raniry	BLU UIN Ar-Raniry
2.	2016	KPM Mahasiswa dan Dosen berbasis Masjid (KPM Posdaya) di Desa Tibang	BLU UIN Ar-Raniry
3.	2016	Pengabdian Masyarakat Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry di Desa Cot Girek	BLU UIN Ar-Raniry
4.	2016-Sekarang	Pemateri pada Pengajian Ibu-ibu Selasa Sore di Desa Beurawe	Masyarakat

E. Publikasi Artikel Ilmiah dalam Jurnal dalam 5 Tahun Terakhir

No.	Judul Artikel Ilmiah	Nama Jurnal	Volume/Nomor/Tahun/Url
1.	Jurnal: Dampak Penerapan Absen Sidik Jari (Finger Print) Terhadap PNS Perempuan di Lingkungan UIN Ar-Raniry Banda Aceh	Jurnal Gender Equality	Volume 2, September 2015
2.	Faktor Determinan Nasabah Dalam Pemilihan Bank Syariah di Aceh	Ekonomika Indonesia	Volume 2, Desember 2018

F. Karya Buku dalam 5 Tahun Terakhir

No.	Judul Buku	Tahun	Tebal Halaman	Penerbit
1.	Buku: Peran Ulama dan Preferensi Masyarakat Aceh Terhadap Bank Syariah	2012	80	Insyira, Yogyakarta
2.	Editor Buku: Acehnologi Vol 1-6	2018	1500	Bandar Publishing, Banda Aceh

G. Perolehan HKI dalam 10 Tahun Terakhir

No.	Judul/Tema HKI	Tahun	Jenis	Nomor P/ID
1.	Pengaruh Religiusitas dan Rasionalitas Ekonomi terhadap Preferensi Nasabah Pada Bank Syariah di Aceh Tengah	2018	Laporan Penelitian	000123628

Demikian biodata ini saya buat dengan sebenarnya.

Banda Aceh, 30 Oktober 2019
Anggota Peneliti,

Inayatillah, MA.Ek
NIDN. 2004088203



BIODATA PENELITI
PUSAT PENELITIAN DAN PENERBITAN LP2M
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY BANDA ACEH TAHUN 2019

A. Identitas Diri

1.	Nama Lengkap <i>(dengan gelar)</i>	Isnaliana, S.HI.,MA
2.	Jenis Kelamin L/P	Perempuan
3.	Jabatan Fungsional	Asisten Ahli
4.	NIP	-
5.	NIDN	
6.	NIPN <i>(ID Peneliti)</i>	
7.	Tempat dan Tanggal Lahir	Sigli, 29 September 1990
8.	E-mail	Isna_liana90@yahoo.com
9.	Nomor Telepon/HP	085260525455
10.	Alamat Kantor	Jl. Syeikh Abdur Rauf Kopelma Darussalam Banda Aceh
11.	Nomor Telepon/Faks	-
12.	Bidang Ilmu	Ekonomi Islam
13.	Program Studi	S1 Perbankan Syariah
14.	Fakultas	Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam

B. Riwayat Pendidikan

No.	Uraian	S1	S2	S3
1.	Nama Perguruan Tinggi	Fakultas Syariah	Program Pascasarjana UIN Ar-Raniry	
2.	Kota dan Negara PT	Institut Agama Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh	Banda Aceh	
3.	Bidang Ilmu/ Program Studi	Syariah Muamalah Wal Iqtishad	Konsentrasi Ekonomi Islam	
4.	Tahun Lulus	2007-2012	2012-2015	

C. Pengalaman Penelitian dalam 3 Tahun Terakhir

No.	Tahun	Judul Penelitian	Sumber Dana
1.	2016	Perilaku Pengusaha Elektronik Dalam Perspektif Etika Islam Studi Kasus di Kota Banda Aceh	DIPA UIN Ar-Raniry

2.	2017	Tingkat Pemahaman dan Kesadaran Masyarakat Kota Sabang Terhadap Konsep Makanan Halal	DIPA UIN Ar-Raniry
3.	2018	Model Pengelolaan Dana Desa di Provinsi Aceh Ditinjau dari Akuntabilitas, transparansi dan Partisipasi Masyarakat	DIPA UIN Ar-Raniry

D. Pengalaman Pengabdian Kepada Masyarakat dalam 3 Tahun Terakhir

No.	Tahun	Judul Pengabdian	Sumber Dana
1.	2015	Pengajar Tahfidzul Qur'an Santri Gampong Jeulingke pada Mesjid Al-Wustha	Dinas Syariat Islam Kota Banda Aceh
2.	2016	Pengabdian Masyarakat Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Ar-Raniry di Desa Cot Girek Aceh Utara	BLU UIN Ar-Raniry

E. Publikasi Artikel Ilmiah dalam Jurnal dalam 5 Tahun Terakhir

No.	Judul Artikel Ilmiah	Nama Jurnal	Volume/Nomor/Tahun/Url
1.	Analisis Penetapan Margin Murabahah (Studi Komparatif Bank Aceh Syariah dan Bank Muamalat Indonesia)	Jurnal Share	Volume 2, September 2015

Demikian biodata ini saya buat dengan sebenarnya.

Banda Aceh, 30 Oktober 2019
Anggota Peneliti,

Isnaliana, S.HI.,MA
NIDN.