

# PARIWISATA SYARIAH

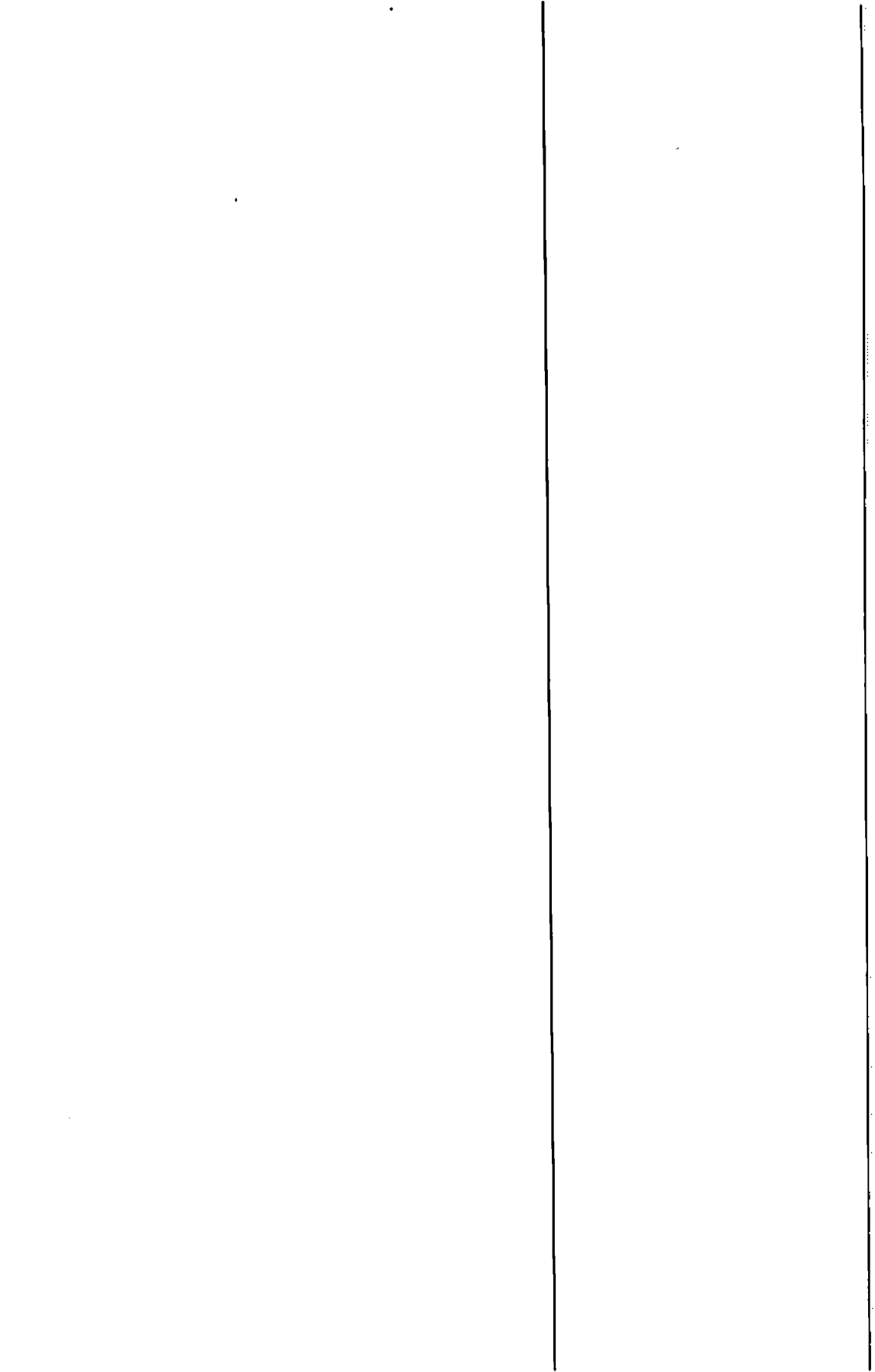
**Prospek dan Perkembangan**



**UPP STIM YKPN**

IKUT MENCERDASKAN BANGSA

**Dr. Unggul Priyadi, M.Si.**



# PARIWISATA SYARIAH

## Prospek dan Perkembangan

**Dr. Unggul Priyadi, M.Si.**

# **PARIWISATA SYARIAH**

## **Prospek dan Perkembangan**

Edisi Pertama, Cetakan Pertama: Desember 2016

Penulis:  
Dr. Unggul Priyadi, M.Si.

Penerbit/Pencetak:

**UNIT PENERBIT DAN PERCETAKAN**

SEKOLAH TINGGI ILMU MANAJEMEN YKPN

Jl. Palagan Tentara Pelajar Km 7, Yogyakarta 55581

Telp./Faks. (0274) 889317 SMS Hotline: 08157988210

E-mail: upp\_stimykn@yahoo.com

ISBN 978-602-1286-36-4



9 786021 286364 >

Hak cipta pada penulis  
Hak penerbitan pada penerbit

Tidak boleh direproduksi sebagian atau seluruhnya dalam bentuk apapun  
tanpa izin tertulis dari pengarang dan/atau penerbit

Kutipan Pasal 72:

Sanksi Pelanggaran Undang-undang Hak Cipta (UU No. 19 Tahun 2002)

1. Barang siapa dengan sengaja dan tanpa hak melakukan perbuatan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 2 ayat (1) atau Pasal 49 ayat (1) dan ayat (2) dipidana dengan pidana penjara masing-masing paling singkat 1 (satu) bulan dan/atau denda paling sedikit Rp1.000.000,00 (satu juta rupiah), atau pidana penjara paling lama 7 (tujuh) tahun dan/atau denda paling banyak Rp5.000.000.000,00 (lima miliar rupiah)
2. Barang siapa dengan sengaja menyiarkan, memamerkan, mengedarkan, atau menjual kepada umum suatu Ciptaan atau barang hasil pelanggaran Hak Cipta atau Hak Terkait sebagaimana dimaksud ayat (1) dipidana dengan pidana penjara paling lama 5 (lima) tahun dan/atau denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah)



# KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Segala puji syukur kepada Allah SWT atas segala limpahan rahmat dan karunia-Nya. Shalawat serta salam senantiasa selalu turunkan kepada junjungan Nabi Muhammad SAW beserta Keluarga, para Sahabat, Tabi'in, dan para pengikut setia beliau hingga akhir zaman. Hanya dengan izin dan kemudahan yang Allah limpahkan, maka buku ini bisa terselesaikan dengan lancar.

Buku ini disusun sebagai referensi yang dimaksudkan untuk memberikan pengetahuan dan pemahaman kepada masyarakat mengenai perkembangan Pariwisata Syariah dan berusaha memberikan alternatif model yang dapat dijadikan sebagai solusi atas adanya hal-hal yang dirasa kurang pada Pariwisata Konvensional.

Seperti yang sudah diketahui bahwa pariwisata di Indonesia mulai dikembangkan sejak dilahirkannya Undang-Undang Republik Indonesia No 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataan. Baru-baru ini Indonesia mengembangkan industri pariwisata dengan meluncurkan kembali program *branding* pariwisata Indonesia nasional bertajuk Wonderful Indonesia dan Pesona Indonesia. Program ini diharapkan mampu memberikan dampak yang signifikan terhadap perkembangan pariwisata Indonesia di mata dunia. Salah satu jenis pariwisata yang berpotensi dikembangkan yaitu pariwisata desa dengan pilihan wisata alam dan budaya. Jenis pariwisata lain yang sedang dikembangkan di beberapa wilayah yaitu pariwisata syariah (*Halal Tourism*). Pariwisata syariah merupakan sebuah *extended service* yang sarat akan nilai-nilai keagamaan. Dalam buku ini tergambar bagaimana nilai-nilai keagamaan diterapkan dalam industri pariwisata dalam bentuk pariwisata syariah yang berfokus pada desa wisata syariah.

Buku ini diharapkan bisa digunakan sebagai referensi yang berguna untuk menambah pengetahuan dan buku ini dapat pula dipakai sebagai bahan ajar untuk perkuliahan, bahan diskusi, maupun seminar karena isi dari buku ini didasarkan pada kasus – kasus yang empirik. Sementara bagi pelajar buku ini diharapkan bisa digunakan sebagai referensi ataupun panduan dalam proses perkuliahan serta sebagai buku pelengkap dari buku referensi utama. Buku ini juga diharapkan mampu memberikan pengetahuan bagi masyarakat mengenai perkembangan pariwisata syariah dan alternatif solusi, sehingga dapat

---

DAFTAR ISI .....	v
DAFTAR GAMBAR .....	ix
DAFTAR TABEL .....	xi
<b>BAB 1</b>	
<b>PENDAHULUAN .....</b>	<b>1</b>
A. Pariwisata dalam Lingkup Global .....	2
B. Potensi Global Industri Pariwisata Syariah .....	3
C. Pariwisata di Negara Berkembang .....	6
D. Perkembangan Produk Industri Pariwisata Syariah di Dunia	7
<b>BAB 2</b>	
<b>STRUKTUR DAN FUNGSI SISTEM KEPARIWISATAAN .....</b>	<b>23</b>
A. Wisatawan dan Pramuwisata .....	23
B. Bentuk-Bentuk Pariwisata .....	26
C. Sistem Kepariwisataan .....	29
D. Daerah Asal Wisatawan, Transit, dan Tujuan Wisata .....	33
<b>BAB 3</b>	
<b>PERAN SEKTOR PARIWISATA DALAM PEREKONOMIAN ....</b>	<b>41</b>
A. Industri dan Ekonomi Pariwisata .....	41
B. Kontribusi Pariwisata terhadap Ekonomi Nasional	46

menjadi bahan bacaan ataupun buku acuan bagi masyarakat yang ingin mendalami dunia pariwisata, khususnya pariwisata syariah.

Tentu dalam buku ini masih terdapat kekurangan ataupun kelemahan. Oleh karena itu, segala bentuk koreksi dan masukan yang konstruktif sangat kami harapkan demi perbaikan pengembangan industri pariwisata, khususnya pariwisata syariah. Semoga buku ini bisa memacu para pembaca untuk terus mengeksplorasi lebih jauh dalam merekonstruksi model-model pengembangan pariwisata, khususnya pariwisata syariah. Semoga ke depan industri pariwisata, khususnya pariwisata syariah, bisa semakin berkembang sehingga industri pariwisata syariah menjadi *icon* pariwisata di Indonesia dan menjadi tujuan utama wisatawan, baik domestik maupun mancanegara.

Pada kesempatan kali ini, penulis mengucapkan terima kasih kepada istri tercinta Ir. Tati Ekorini dan Ananda Ferdista Hikmastyadi, S.E yang telah memberikan doa dan dukungan, serta kepada Galuh Tri Pambekti, S.E.I., M.E.K yang telah memberikan kontribusi dalam penulisan. Pada kesempatan kali ini pula, diucapkan terima kasih kepada yang terhormat Bapak Masyhudi Muqorobin, M.Ec., Ph.D., Akt. yang telah memberikan masukan terhadap kedalaman isi dalam buku ini.

Yogyakarta, 18 Desember 2016

Penulis

D. Pemikiran-Pemikiran Mengenai Kepariwisata Indonesia di Masa Mendatang .....	73
--	----

#### **BAB 5**

<b>PERAN PEMERINTAH DALAM PENGEMBANGAN SEKTOR PARIWISATA .....</b>	<b>75</b>
--	-----------

A. Kebijakan Pengembangan Kepariwisata .....	75
B. Kebijakan Pemerintah dalam Pengembangan Kepariwisata Nasional .....	78
C. Optimalisasi Pariwisata Daerah .....	83

#### **BAB 6**

<b>PARIWISATA SYARIAH .....</b>	<b>89</b>
---------------------------------	-----------

A. Konsep Wisata dalam Syariah .....	89
B. Perkembangan Pariwisata Syariah .....	93
C. Problematika Pariwisata Syariah .....	97

#### **BAB 7**

<b>POTENSI PARIWISATA SYARIAH .....</b>	<b>99</b>
---	-----------

A. Ekowisata di Indonesia .....	100
B. Ekowisata di Yogyakarta .....	101

#### **BAB 8**

<b>EKONOMI SUMBERDAYA MANUSIA SEKTOR PARIWISATA .....</b>	<b>121</b>
---	------------

A. Paradigma Baru Pariwisata .....	121
B. Sikap dan Partisipasi Masyarakat dalam Pembentukan .....	127

B. Model Pengembangan Desa Wisata Syariah untuk Kabupaten Sleman .....	140
C. Fokus Pengembangan Desa Wisata .....	142

## **BAB 10**

### **MENUJU MODEL DESA WISATA DAERAH (STUDI KASUS KABUPATEN SLEMAN, DAN D.I.YOGYAKARTA) .....**

**147**

A. Landasan Pengembangan Model Desa Wisata .....	147
B. Potensi Implementasi Model Desa Wisata Syariah di D.I. Yogyakarta .....	149
C. Penentuan Parameter Menuju Desa Wisata Berbasis Syariah .....	154
D. Profil Desa Wisata yang Dikembangkan Menuju Desa Wisata Berbasis Syariah di D.I Yogyakarta .....	158
<b>Daftar Pustaka .....</b>	<b>203</b>



# DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1	Perkembangan Orientasi Perjalanan Wisatawan dari Pariwisata Massal Menuju Pariwisata Alternatif ..	3
Gambar 1.2	Negara Ekportir dan Negara Importir Produk Halal .....	4
Gambar 1.3	<i>Evolution of The Halal Industry</i> .....	5
Gambar 1.4	<i>The Cordoba Gateway</i> .....	8
Gambar 1.5	Teluk Sydney dengan <i>Harbour Highlight Cruise</i> ..	9
Gambar 1.6	Masjid Sultan Omar Ali Saifuddien di Bandar Seri Begawan .....	9
Gambar 1.7	<i>The Terracotta Warriors</i> .....	10
Gambar 1.8	<i>Kowloon Mosque</i> , Tsim Sha Tsui, Hongkong .....	11
Gambar 1.9	Masjid Agung Semarang, Jawa Tengah .....	12
Gambar 1.10	Masjid Greenlane di Birmingham, Inggris .....	13
Gambar 1.11	Osaka Castle, Jepang .....	14
Gambar 1.12	Sehitlik Moschee di Berlin .....	15
Gambar 1.13	Masjid Jamek Kuala Lumpur .....	16
Gambar 1.14	Desa Hobbiton Berlokasi di Matamata, Waikato, Selandia Baru .....	17
Gambar 1.15	Kampong Glam, Arab Street, Singapura .....	18
Gambar 1.16	<i>Genève Mosque Petit Saconnex</i> .....	19
Gambar 1.17	Istana Kerajaan Thailand .....	20
Gambar 1.18	Cappadocia, Turki .....	21
Gambar 2.1	Sistem Pariwisata Menurut Leiper (1979) .....	30
Gambar 2.2	Sistem Pariwisata Menurut Mill dan Morrison (1985) .....	31
Gambar 2.3	Sistem Pariwisata Menurut Poon (1993) .....	31
Gambar 2.4	Sistem Pariwisata Menurut Burns dan Holden (1995) .....	32
Gambar 2.5	Sektor Pariwisata dalam Tiga Pilar Utama .....	33
Gambar 4.1	Diagram Pembangunan Pariwisata Berkelanjutan	63
Gambar 4.2	Diagram Konsep Pengembangan Wilayah Berdasarkan Penataan Ruang .....	64

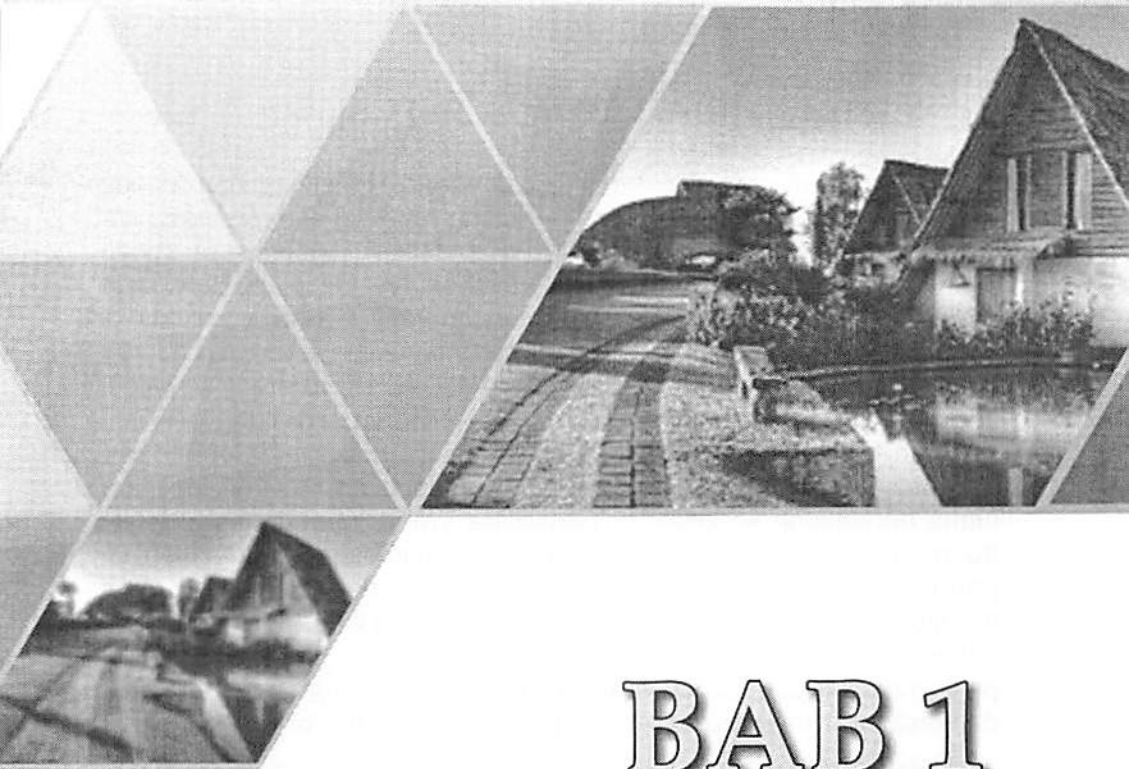
Gambar 4.3	Diagram Hubungan Antara Pengembangan Masyarakat Lokal dengan Pembangunan Pariwisata .....	65
Gambar 6.1	Cakupan Industri Berbasis syariah .....	91
Gambar 7.1	Goa Cerme .....	102
Gambar 7.2	Goa Pindul .....	103
Gambar 7.3	Goa Jomblang .....	104
Gambar 7.4	Goa Selarong .....	105
Gambar 7.5	Hutan Mangrove Baros, Bantul .....	106
Gambar 7.6	Gunung Purba Nglanggeran .....	107
Gambar 7.7	Air Terjun Muncar (Kaliurang) .....	108
Gambar 7.8	Air Terjun Srigetuk .....	109
Gambar 7.9	Hutan Wanagama .....	110
Gambar 7.10	Benteng Vredeburg .....	111
Gambar 7.11	Museum Ullen Sentalu .....	112
Gambar 7.12	Lava Tour Merapi .....	114
Gambar 7.13	Pantai Parangtritis .....	115
Gambar 7.14	Pantai Nglambor .....	116
Gambar 7.15	Pantai Pulang Sawal .....	117
Gambar 7.16	Pantai Glagah .....	118
Gambar 7.17	Desa Wisata Kalibiru .....	119
Gambar 9.1	Peta Desa Wisata di Kabupaten Sleman .....	139
Gambar 10.1	Konsep Desa Wisata Berbasis syariah .....	153
Gambar 10.2	Parameter Model Menuju Desa Wisata Syariah .....	156
Gambar 10.3	Hasil <i>Screenshot</i> Portal Pengembangan Menuju Desa Wisata Berbasis Syariah (Home).....	199
Gambar 10.4	Hasil <i>Screenshot</i> Portal Pengembangan Menuju Desa Wisata Berbasis Syariah (Perihal) .....	200
Gambar 10.5	Hasil <i>Screenshot</i> Portal Pengembangan Menuju Desa Wisata Berbasis Syariah (Daftar Desa Wisata) .....	200
Gambar 10.6	Hasil <i>Screenshot</i> Portal Pengembangan Menuju Desa Wisata .....	201
Gambar 10.7	Hasil <i>Screenshot</i> Portal Pengembangan Menuju Desa Wisata Berbasis Syariah (Kontak) ..	201

# DAFTAR TABEL

Tabel 2.1	Tahapan Hidup Seseorang (atau Keluarga) Secara Umum .....	34
Tabel 2.2	<i>Destination Lifecycle</i> .....	38
Tabel 8.1	Bentuk dan Jenis Partisipasi .....	129
Tabel 9.1	Analisis SWOT Pengembangan Desa Wisata .....	136
Tabel 9.2	Arahan Strategik Pengembangan Desa Wisata .....	137
Tabel 10.1	Pengelompokan Potensi Desa Wisata Berdasarkan 3Kategori .....	157
Tabel 10.2	Paket Wisata yang Disediakan Desa Wisata Brayut .....	160
Tabel 10.3	Fasilitas Wisata yang Disediakan Desa Wisata Brayut .....	160
Tabel 10.4	Paket Wisata yang Disediakan Desa Wisata Grogol .....	162
Tabel 10.5.	Fasilitas Wisata yang Disediakan Desa Wisata Grogol .....	162
Tabel 10.6	Paket Wisata yang Disediakan Desa Wisata Petingsari .....	164
Tabel 10.7	“Paket <i>Live</i> ” yang Disediakan Desa Wisata Petingsari .....	164
Tabel 10.8	Paket Wisata PASAK (Paket Semalam di Kelor)...	166
Tabel 10.9	Paket Wisata PARAS (Paket rame-rame dan suka-suka) .....	167
Tabel 10.10	Paket <i>Camping Ground</i> .....	169
Tabel 10.11	Paket <i>Outbound</i> .....	169
Tabel 10.12	Paket Wisata yang Ditawarkan oleh Desa Wisata Brajan .....	171
Tabel 10.13	Fasilitas yang Disediakan Oleh Desa Wisata Brajan .....	171
Tabel 10.14	Paket Wisata yang Ditawarkan Oleh Desa Wisata Ketingan .....	173
Tabel 10.15	Fasilitas yang Ditawarkan Oleh Desa Wisata Ketingan .....	173

Tabel 10.16	Paket Wisata yang Ditawarkan Oleh Desa Wisata Tanjung .....	178
Tabel 10.17	Paket Wisata yang Ditawarkan Oleh Desa Wisata Pancoh Girikerto .....	181
Tabel 10.18	Fasilitas yang Ditawarkan Oleh Desa Wisata Pancoh Girikerto .....	182
Tabel 10.19	Paket Wisata yang Ditawarkan Oleh Desa Wisata Pulesari .....	183
Tabel 10.20	Paket Kuliner yang Ditawarkan Oleh Desa Wisata Pulesari .....	183
Tabel 10.21	Fasilitas yang Ditawarkan Oleh Desa Wisata Pulesari .....	184
Tabel 10.22	Paket Wisata yang Ditawarkan Oleh Desa Wisata Gabugan .....	185
Tabel 10.23	Paket Wisata yang Ditawarkan Oleh Desa Wisata Jethak II .....	191
Tabel 10.24	Paket Kuliner yang Ditawarkan Oleh Desa Wisata Jethak II .....	192
Tabel 10.25	Fasilitas yang Ditawarkan Oleh Desa Wisata Jethak II .....	192
Tabel 10.26	Paket Wisata yang Ditawarkan Oleh Desa Wisata Sukunan .....	194
Tabel 10.27	Fasilitas yang Ditawarkan Oleh Desa Wisata Sukunan .....	194
Tabel 10.28	Paket Wisata yang Ditawarkan Oleh Desa Wisata Rumah Domes .....	197
Tabel 10.29	Fasilitas yang Ditawarkan Oleh Desa Wisata Rumah Domes .....	197
Tabel 10.30	Paket Wisata yang Ditawarkan Oleh Desa Wisata Nawung .....	198





# BAB 1

## PENDAHULUAN

Dewasa ini, pariwisata berbasis syariah telah menjadi sebuah tren baru dalam perkembangan pariwisata di berbagai belahan dunia. Esensi dari pariwisata syariah merujuk pada usaha menyingkirkan segala hal yang dapat membahayakan bagi manusia dan mendekatkan manusia kepada hal yang akan membawa kebermanfaatn bagi dirinya maupun lingkungan. Saat ini, kebutuhan wisatawan terhadap pariwisata syariah tidak lagi sebatas ziarah ke makam maupun wisata religi lainnya. Pariwisata syariah telah merambah ke berbagai sektor jasa, perhotelan, dan restoran di mana sektor-sektor tersebut kini banyak diminati oleh wisatawan domestik maupun mancanegara. Contohnya restoran yang menjual makanan halal (tidak mengandung olahan babi dan anjing) dan bisnis perhotelan yang menerapkan prinsip syariah (tidak menyediakan minuman berakohol; hanya menyediakan makanan yang halal; dan menyediakan berbagai fasilitas penunjang untuk ibadah, seperti al-qur'an serta petunjuk arah kiblat di setiap kamar).

Beberapa negara maju seperti Queensland, Hongkong, dan Jepang telah mengembangkan pariwisata berbasis syariah dengan serius dalam bisnis jasa, perhotelan, dan restoran. Indonesia sebenarnya sudah memiliki kawasan pariwisata berbasis syariah. Namun, mayoritas masih berupa ziarah ke makam dan wisata religi yang biasanya terletak di kawasan yang belum dikhususkan pengembangannya sebagai daerah tujuan wisata. Di sekitar lokasi wisata religi tersebut jarang dijumpai adanya fasilitas penunjang wisata yang lain seperti hotel syariah, restoran syariah, dan tempat rekreasi lainnya. Faktor tersebut turut mempengaruhi rendahnya minat wisatawan domestik dan mancanegara untuk berkunjung ke kawasan pariwisata syariah di Indonesia. Selain itu, pariwisata berbasis syariah di Indonesia nampaknya belum menjadi prioritas utama bagi Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif meskipun Indonesia memiliki potensi besar dalam pengembangan pariwisata berbasis syariah. Adapun beberapa hambatan dalam pengembangan potensi pariwisata syariah seperti kurangnya pengetahuan dan kesadaran masyarakat terhadap esensi syariah dan bisnis pariwisata.

Oleh karena itu, pemerintah perlu melakukan tindakan yang tepat dan cepat dalam mengembangkan pariwisata berbasis syariah di Indonesia. Adapun langkah yang dapat dilakukan oleh pemerintah yakni membuat kawasan percontohan pariwisata berbasis syariah yang dikerjakan secara serius agar menjadi contoh bagi daerah maupun kawasan lainnya dalam mengembangkan pariwisata berbasis syariah. Apabila pariwisata berbasis syariah telah berkembang di berbagai wilayah di Indonesia maka kondisi perekonomian masyarakat di kawasan tersebut akan membaik dan pendapatan negara dari sektor pariwisata dapat meningkat.

## **A. PARIWISATA DALAM LINGKUP GLOBAL**

Dalam satu dekade terakhir, tren perjalanan wisatawan berubah. Dalam perkembangannya muncul motivasi dan pola perjalanan wisata baru yang dilakukan oleh wisatawan, khususnya pada segmen pasar wisatawan yang sudah matang, berpengalaman (*mature market*), berpendidikan, serta memiliki tingkat kepedulian yang tinggi terhadap isu-isu konservasi lingkungan dan pemberdayaan pada komunitas serta budaya lokal. Perubahan motivasi dan pola perjalanan wisata yaitu dari wisata massal (*mass tourism*) ke arah wisata alternatif (*alternative tourism*) merupakan bentuk penyeimbang terhadap perkembangan wisata massal yang begitu pesat. Wisata massal dipandang kurang ramah terhadap lingkungan serta kurang berpihak kepada komunitas lokal.

Perubahan motivasi dan pola perjalanan wisatawan tersebut dapat mendorong pola konsumsi wisatawan (*customer behaviour pattern*) terhadap produk wisata atau destinasi wisata yang tidak lagi terfokus pada 3S (*Sun, Sea, and Sand*). Pola konsumsi mengarah pada beragam jenis kegiatan wisata yang berorientasi pada apresiasi terhadap alam atau budaya lokal dengan tujuan atau motivasi untuk pengkayaan wawasan, petualangan, dan proses pembelajaran, seperti wisata petualangan (*adventure tourism*) - *hiking, trekking, bird watching, wild life viewing*; wisata pedesaan (*village tourism*), dan sebagainya.



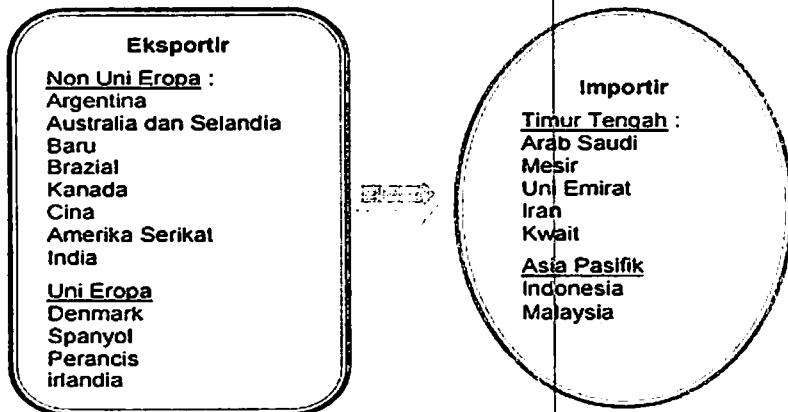
**Gambar 1.1 Perkembangan Orientasi Perjalanan Wisatawan dari Pariwisata Massal Menuju Pariwisata Alternatif**

Pelaku wisatawan alternatif menyadari pentingnya destinasi yang lebih bersahabat dengan alam dan masyarakat lokal. Mengikuti pergeseran tren pariwisata tersebut, wisata alternatif di Indonesia semakin berkembang pesat dan sangat diminati oleh wisatawan nusantara maupun mancanegara.

## **B. POTENSI GLOBAL INDUSTRI PARIWISATA SYARIAH**

Perusahaan konsultan travel pemeringkat industri wisata, wisatawan muslim *Crescentrating Halal Friendly Travel* (Singapura) dan *Dinar-Standard* (Amerika Serikat). Dalam laporannya, menyebutkan pertumbuhan belanja segmen wisatawan muslim dinilai paling cepat sedunia. Bahkan, pertumbuhannya melebihi pertumbuhan segmen wisatawan Amerika Serikat, Cina, dan Perancis. Belanja wisatawan muslim diperkirakan mencapai US \$192 miliar pada 2020, naik pesat dari US \$126 miliar pada 2011. Riset didasarkan pada gaya belanja kaum muslim di 47 negara.

Potensi produk-produk syariah secara global sangat menjanjikan. Nilai konsumsi produk halal (makanan dan minuman, farmasi atau obat-obatan dan perawatan tubuh, dan kosmetika) pada tahun 2010 sudah mencapai US \$2.3 triliun per tahun. Tak terbantahkan lagi bahwa segmen pasar muslim atau pasar syariah sangat besar. Perusahaan-perusahaan dengan merk global seharusnya lebih *concern* pada segmen ini. Berikut negara-negara yang eksis dalam mengembangkan produk-produk syariah dari sisi eksportir dan importir:



Sumber: *Market Intellegent*, ITPC Lyon - France, 2012

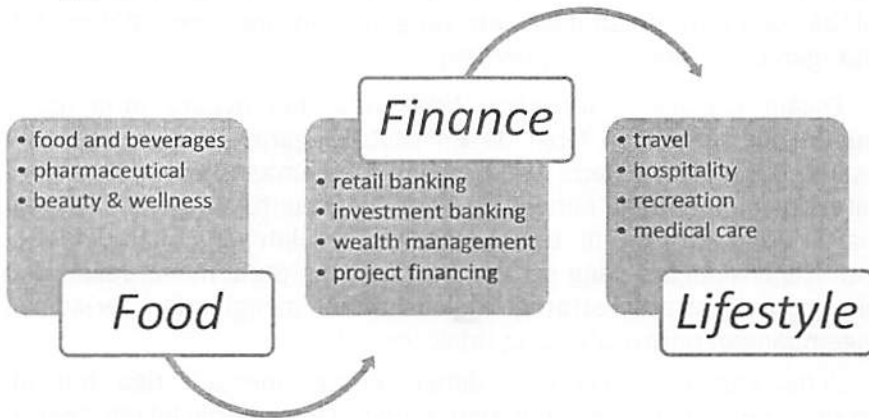
Gambar 1.2 Negara Ekportir dan Negara Importir Produk Halal

Nilai-nilai kehidupan yang berkembang di masyarakat mencakup nilai universal seperti nilai kekeluargaan (*family value*), kesadaran akan kesehatan (*back to nature, go organic, healthy life style*), nilai pelestarian alam, budaya dan lingkungan (*eco-friendly, go green*), dan kode etik pariwisata dunia (*the global code of ethics for tourism*). Semuanya sejalan dengan nilai-nilai dalam sistem etika dan prinsip-prinsip syariah. Sementara itu, esensi dari halal akan menjauhkan semua elemen yang berbahaya dan merusak bagi kehidupan manusia dan lingkungannya. Tujuannya untuk menciptakan produk dan jasa yang memenuhi ketentuan syariah, yang secara universal baik digunakan untuk muslim maupun non-muslim.

Pada masa sebelumnya, produk halal hanya dipandang sebatas produk-produk makanan, minuman, obat-obatan, dan kosmetika yang berlabel syariah. Namun kini, produk halal atau produk syariah telah berkembang jauh. Kaum muslim menuntut adanya produk perbankan syariah, investasi syariah, *wealth management*, maupun pembiayaan yang semua dilandaskan pada ketentuan Al-Qur'an dan Hadist Nabi

Muhammad SAW. Hal ini menunjukkan bahwa kebutuhan dan kesadaran masyarakat terhadap produk syariah semakin meningkat.

Evolusi kebutuhan terhadap produk syariah semakin berkembang. Berawal dari makanan, berkembang ke produk keuangan, selanjutnya kaum muslim membutuhkan produk *lifestyle* yang sesuai dengan konsep syariah. Produk tersebut berupa hotel, tempat rekreasi, dan perawatan rumah sakit. Termasuk di dalamnya sektor logistik, IT, lembaga sertifikasi, dan standarisasi sudah mulai mengakomodir *syariah compliance*, dan nilainya telah mencapai US \$3-4 triliun per tahunnya. Yang tinggi permintaan terhadap produk-produk syariah harus diantisipasi oleh kalangan industri.



Sumber: Crescent Rating

Gambar 1.3 Evolution of The Halal Industry

Menurut CEO Crescenrating Fazal Baharden negara-negara seperti Mesir, Malaysia, dan Indonesia adalah destinasi favorit. Adanya, *booming* pasar muslim membuat banyak negara non-muslim bergerak cepat menangkap peluang tersebut. Mereka memikat wisatawan muslim dengan menyediakan tempat ibadah salah satunya di bandara, restoran halal, dan hotel syariah. Perancis, contohnya, sudah lama dikenal sebagai negara yang pintar menjual romantisme. Setiap tahun paris mampu memikat 76,8 juta orang. Jika berkunjung ke Perancis sudah banyak ditemui tempat ibadah kaum muslim dan restoran dengan label halal. Mulai dari keeksotisan menara Eiffel, butik-butik mewah seperti di Champs-Elysees sampai museum Louvre yang diabadikan dalam buku fiksi terkenal “Da Vinci Code”, karya Dan Brown. Maka tak heran pada tahun 2010 Paris dinobatkan menjadi negara yang paling banyak dikunjungi pelancong, nomor satu di dunia versi *World Tourism Organization* (UNWTO).

### C. PARIWISATA DI NEGARA BERKEMBANG

Banyak negara di dunia sekarang ini yang menganggap pariwisata sebagai sebuah aspek penting dan integral dari strategi pengembangan negara. Setiap literatur pariwisata memberikan ulasan bahwa sektor pariwisata memberikan keuntungan ekonomi terhadap negara yang bersangkutan. Keuntungannya diperoleh dari pendapatan nilai tukar mata uang asing, pendapatan pemerintah, stimulus pengembangan regional, dan penciptaan tenaga kerja serta peningkatan pendapatannya.

Akan tetapi banyak aspek dari pariwisata yang lebih dari sekadar aktivitas ekonomi. Dalam pariwisata terjadi interaksi yang begitu besar dalam masyarakat, ada ketergantungan pelayanan dalam skala luas, fasilitas, serta masukan-masukan yang mendorong kesempatan dan tantangan pada negara yang bersangkutan.

Dalam kegiatan pariwisata, tidak ada dua negara atau lebih, ataupun dua area atau lebih dalam suatu negara, yang menghadapi masalah yang sama pada waktu yang bersamaan. Oleh sebab itu strategi pengembangan pariwisata tidak hanya untuk masalah-masalah yang terjadi pada saat ini, tetapi masalah-masalah yang akan dihadapi nanti. Negara-negara yang sedang berkembang perlu menetapkan dan melaksanakan strategi-strategi khusus untuk menghindari terjadinya pengembangan pariwisata yang tidak terarah.

Jenis kegiatan wisata di dunia terbagi menjadi tiga bagian. Pertama, negara-negara yang bergabung dalam pengelolaan sektor-sektor pariwisatanya, seperti Hawaii, Bermuda, Karibia, Canary Island, dan lain-lain. Kedua, negara-negara yang menganggap sektor pariwisata sebagai sebuah aktivitas penting/sektor penting, misalnya Indonesia, Singapura, Malaysia, UK, USA, negara-negara OECD (*Organization for Economic Cooperation and Development*), China, Thailand, dan lain-lain. Ketiga, negara-negara yang menganggap sektor pariwisata sebagai sektor pendukung, misalnya Iran, Brunei, Saudi Arabia, dan lain-lain.

Alasan mendasar negara memprioritaskan pariwisata yakni agar segala sumber daya yang digunakan dan dialokasikan bisa seefisien mungkin dan mampu memberikan kontribusi yang penting bagi perekonomian negara. Beberapa alasan sebuah negara, khususnya negara yang sedang berkembang merancang kebijakan pariwisata lainnya adalah sebagai berikut:

1. Pariwisata sering dianggap sebagai sebuah sumber penting dari *hard foreign exchange earnings* (pendapatan nilai tukar mata uang asing).
2. Sebagai industri ekspor, pariwisata tidak menghadapi aturan perdagangan dan kuota seperti halnya barang-barang pabrikan, bahan mentah, dan produk-produk pokok kebutuhan dasar.

3. Wisatawan hanya menggunakan infrastruktur alam, misalnya kondisi iklim sejarah, budaya, dan sebagainya yang tidak didesain secara khusus. Dari sudut pandang ekonomi, penggunaan pariwisata terhadap infrastruktur alam mempunyai *marginal cost* yang rendah.
4. Pariwisata mampu memberikan lapangan kerja baru baik di negara sedang berkembang maupun negara maju.
5. Sebagai sebuah aktivitas campuran untuk memenuhi permintaan akan jasa dan produk, pariwisata menjadi pendorong bagi produk lainnya: seperti makanan, cinderamata, dan sebagainya
6. Adanya pariwisata yang maju, menghasilkan permintaan yang meningkat atas akomodasi dan infrastruktur.

## D. PERKEMBANGAN PRODUK INDUSTRI PARIWISATA SYARIAH DI DUNIA

### 1. Argentina

Argentina adalah negara kedua terbesar di Amerika Selatan. Negara ini gencar menjual keindahan alam berupa gletser dan kekayaan budayanya. *Travel agent* Argentina pun mulai menjual paket wisata yang *Halal Friendly*. Wisatawan selain menikmati keindahan alam, mereka juga diajak singgah di masjid terbesar yang ada di Amerika Latin. *Serendipity tailormade* adalah paket yang ditawarkan untuk para pelancong muslim yang melakukan perjalanan ke Argentina. Konsep yang disajikan menjadikan wisatawan muslim merasa nyaman, termasuk ketersediaan tempat sholat dan makanan halal.

### 2. Australia

Negara yang mendapat julukan negeri Kanguru ini terlihat sangat serius menggarap industri pariwisata Syariah. Lembaga *Queenland Tourism* mengeluarkan program pariwisata Syariah sejak Agustus 2012. Program tersebut menyatakan bahwa pemerintah Queensland bersedia memberikan fasilitas yang sesuai dengan kebutuhan wisatawan muslim. Fasilitasnya antara lain berupa kerjasama pemerintah dengan badan usaha (swasta), yaitu beberapa hotel ternama di Australia dengan mengadakan acara buka puasa bersama, menyiapkan tempat-tempat sholat di pusat perbelanjaan dan taman, ketersediaan makanan halal di beberapa hotel ternama, hingga memberikan penunjuk arah kiblat, dan tersedianya kitab suci Al-Qur'an di kamar hotel. Bahkan saat bulan Ramadhan tahun 2011, hotel bintang lima Hilton Surfers Paradise mengubah lantai 15 yang awalnya merupakan *executive lounge* menjadi tempat buka puasa bersama (*ifthar lounge*).

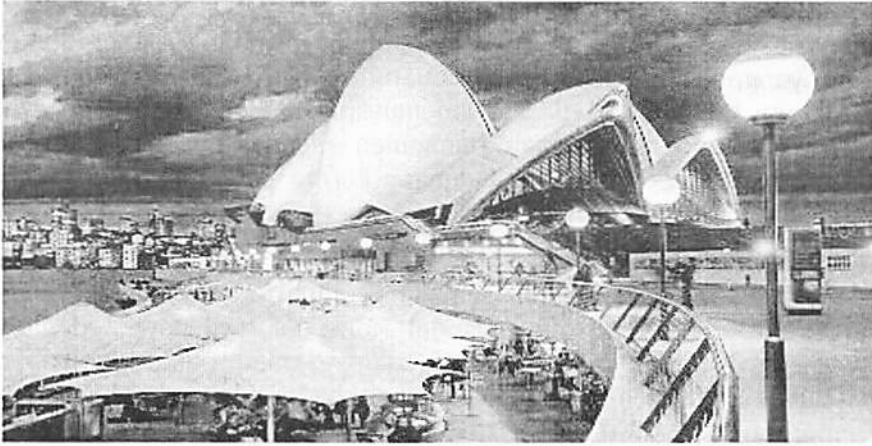
Upaya memfasilitasi wisatawan muslim dari wilayah Timur Tengah maupun dari Negara lainnya terus dilakukan pemerintah Australia dengan berbagai cara. Untuk wisatawan dari wilayah Timur Tengah, disediakan petugas yang mampu berbahasa Arab pada *Visitor's Information Offices*. Beberapa hotel memisahkan *lounge* untuk laki-laki dan perempuan. Demikian juga dengan penginapan, pemerintah Australia menyiapkan banyak apartemen yang dilengkapi dengan petunjuk arah kiblat dan Al-Qur'an. Apartemen yang banyak ditawarkan yaitu apartemen yang memiliki konsep mampu memuat keluarga besar. Hal tersebut sesuai dengan karakteristik wisatawan dari Timur Tengah yang senang membawa keluarga besar ketika berlibur.



Sumber: en.wikipedia.org

Gambar 1.4 *The Cordoba Gateway*



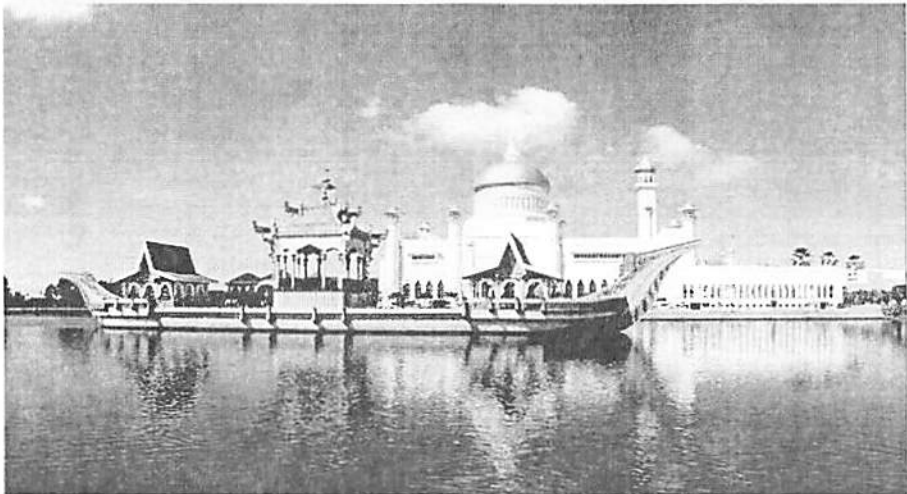


Sumber: en.wikipedia.org

Gambar 1.5 Teluk Sydney dengan *Harbour Highlight Cruise*

### 3. Brunei Darussalam

Negara tetangga yang dipimpin Sultan Hasanah Bolkiah juga telah menjual industri pariwisata syariahnya dalam paket wisata yang ditawarkan. Para wisatawan diajak untuk menikmati pengalaman berkunjung ke berbagai destinasi seperti Masjid Sultan Omar Ali Saifuddien, Masjid Jami Sultan Hasanah Bolkiah, Islamic gallery Sultan Hasanah Bolkiah, Pusat Dakwah, Royal Regalia, Istana Nurul Iman hingga Kampung Ayer, dan tamu Kianggeh pasar tertua di Brunei Darussalam.



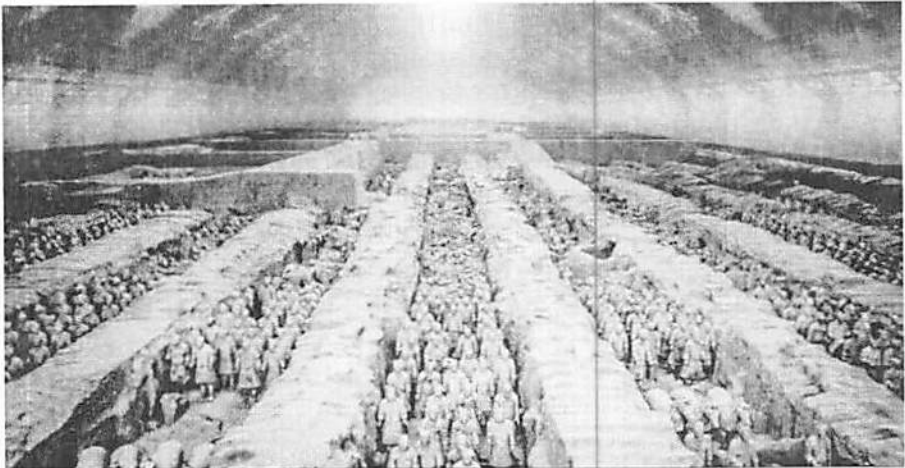
Sumber: en.wikipedia.org

Gambar 1.6 Masjid Sultan Omar Ali Saifuddien di Bandar Seri Begawan

#### 4. China

China adalah salah satu bangsa yang mempunyai salah satu peradaban tertua yang usianya lebih dari ribuan tahun. Melalui *travel agent* Serendipity tailor made, wisatawan muslim akan dibawa menjelajahi obyek wisata seperti lapangan Tiananmen, mengelilingi tembok besar China, hingga mencoba melesat dengan kereta api super cepat. Atau mengunjungi The Terracotta Warriors, yang terletak di wilayah dengan penduduk muslim terbesar di China.

Perjalanan wisata akan semakin sempurna dengan melewati jalur sutera, mulai dari China sampai Tibet. Jalurnya para pedagang Islam sambil menyebarkan agama Islam. Semua paket perjalanan tersebut dikemas dengan tetap mengindahkan kaidah syariah, seperti memperhatikan jadwal sholat, mengambil hikmah dari tempat yang didatangi, maupun tersedianya makanan yang halal selama perjalanan wisata tersebut. Saat ini pemerintah China gencar menghimbau industri perhotelan untuk melengkapi fasilitas kamarnya dengan petunjuk arah kiblat.



Sumber: en.wikipedia.org

Gambar 1.7 The Terracotta Warriors

#### 5. Hongkong

Banyak wisatawan yang datang ke negara ini dan banyak pekerja yang beragama Islam menjadikan Hongkong berubah sebagai negara yang multikultur. Mereka sadar bahwa sebagai negara yang mengandalkan sektor jasa, berusaha sebaik mungkin melayani wisatawan yang datang ke sana. Salah satunya dengan pemenuhan kebutuhan wisatawan muslim terhadap makanan halal dan tempat sholat. Pada jejaring

sosial youtube.com Anthony Lau, CEO Hong Kong *Tourism Board*, menyampaikan hongkong agar dibangun lebih banyak lagi masjid dan restoran di kota untuk memikat wisatawan muslim dunia yang jumlahnya terus meningkat dari tahun ke tahun.



Sumber: en.wikipedia.org

**Gambar 1.8 Kowloon Mosque, Tsim Sha Tsui, Hongkong**

## 6. Indonesia

Indonesia mempunyai populasi muslim terbesar di dunia sehingga sangat kondusif dalam menyambut wisatawan muslim. Didukung oleh fakta bahwa industri dan perdagangan syariah di Indonesia yang meningkat maka jaminan halal dan *sharia compliance*-pun makin meningkat. Selain itu telah hadir pelaku-pelaku industri pariwisata syariah yang cukup mapan dan profesional.

Negara kepulauan yang terbentang di sepanjang garis khatulistiwa ini sangat kaya akan obyek pariwisata. Memiliki lebih dari 300 ragam suku dan etnis dan 742 bahasa dan dialek. Lebih dari 17.100 pulau terbentang sepanjang daratan 1,9 juta km<sup>2</sup>, dan 3,1 juta km<sup>2</sup> luas perairan. Indonesia merupakan negara kepulauan terluas di dunia. Membentang 5.120 km dari timur ke barat, 1.760 km dari utara ke selatan dan memiliki populasi penduduk terbesar keempat di dunia sekitar 237 juta orang.

Indonesia memiliki 8 *World Heritage Cultural Sites* yang bisa menjadi tempat penyelenggaraan Pameran dan Festival Internasional. Menduduki peringkat 39 dari *Cultural Heritage* dari 139 negara oleh WEF dan memiliki daya saing sumber daya alam peringkat 17 dari 139 negara.

Negeri ini juga memiliki keanekaragaman hayati (*Mega Biodiversity*) yang luar biasa. 16% dari binatang reptil dan amphibi di dunia berada di Indonesia, dari 35 spesies primata, 25% endemik, 17% dari burung di dunia, 26% endemik. Sebanyak 121 spesies kupu-kupu 44% endemik, dan 12% dari mamalia di dunia. Khusus Papua, presentase flora endemik mencapai 60-70% dan 36% endemik *Forest Diversity*.

Indonesia memiliki hutan tropis terbesar setelah Brazil dengan 51 Taman Nasional, dan merupakan negara *mega biodiversity* ke-3 setelah Brazil dan Zaire. Sekitar 59% daratan di Indonesia merupakan hutan tropis dan 10% dari total luas hutan di dunia (Stone, 1994). Terdapat sekitar 110 juta hektar hutan Indonesia tercatat sebagai hutan lindung di mana 18,7 juta hektar menjadi daerah konservasi.

Oleh karenanya objek tujuan pariwisata syariah Indonesia sangat beragam diantaranya, *Wisata Alam*, seperti Raja Ampat Papua, Lorenz Papua, Komodo NTT, Ujung Kulon Banten, Taman Nasional Kerinci Seblat Jambi. *Wisata Kebudayaan* seperti Candi Borobudur, Candi Prambanan, dan Sangiran. *Wisata Buatan* seperti, Wisata Kuliner, Wisata Belanja. Daerah tujuan wisata yang sudah populer seperti Bali, Lombok, Bukit Tinggi dan lain-lain juga dapat menjadi bagian dari pariwisata syariah, dengan menyiapkan segala sesuatunya yang memenuhi ketentuan atau karakteristik pariwisata syariah.

Salah satu bentuk pariwisata syariah yang dipersepsikan sangat melekat bahkan menyatu, adalah wisata religi, wisata ziarah, wisata spiritual, dan wisata pengenalan Islam untuk umum beserta peninggalan sejarah dan bangunan masjid yang tersebar hampir di seluruh pelosok nusantara.



Sumber: en.wikipedia.org

Gambar 1.9 Masjid Agung Semarang, Jawa Tengah

## 7. Inggris

Inggris adalah salah satu negara yang pertumbuhan umat Islamnya paling pesat di Eropa, berdasarkan laporan *The Pew Forum on Religion and Public Life* hingga saat ini ada sekitar 2.869.000 muslim di Inggris atau 4,6% dari total penduduk. Jumlah ini melampaui angka sensus 10 tahun sebelumnya yang hanya mencatat sekitar 1.647.000 pemeluk Islam.

Seiring dengan pertumbuhan muslim yang terus meningkat, kebutuhan akan produk halal dan sesuai syariah pun meningkat. Salah satunya jasa industri pariwisata syariah. Salah satu *travel agent* yang menawarkan jasa wisata syariah adalah *Serendipity Travel*. Biro perjalanan ini membuat paket-paket khusus wisata syariah baik di Inggris maupun di negara-negara lain seperti Halal Friendly Thailand, Halal Culinary Sri Lanka, Halal China Tour, hingga Explore Halal Argentina.

*Serendipity Tailor Made*, program wisata yang memastikan paket perjalanannya adalah *halal friendly*, dengan memasukkan jadwal sholat dalam perjalanan, pemilihan destinasi, pemilihan hotel, makanan halal sepanjang perjalanan dan selama tinggal di daerah tersebut. Sebelum berangkatpun, mereka memberikan tips-tips berupa doa-doa pendek untuk para wisatawan serta mengajari sedikit dialek bahasa setempat.



Sumber: en.wikipedia.org

Gambar 1.10 Masjid Greenlane di Birmingham, Inggris

## 8. Jepang

Di Jepang ada tour wisata yang dikhususkan untuk wisatawan muslim. Miyako International Tourist co., Ltd. *Travel agent* yang mempunyai website *www.halal-tour.com* adalah satu-satunya agen perjalanan di Jepang yang menawarkan pariwisata *halal inbound*. Mereka profesional dalam mengurus dan mengatur wisatawan muslim selama di sana. Miyako memahami kekhawatiran dari wisatawan muslim ke Jepang tentang makanan halal, tempat sholat, dan semua aspek yang akan memungkinkan mereka untuk memenuhi syariat agamanya.

Perusahaan tersebut selalu memastikan liburan yang berkualitas tinggi di Jepang berdasarkan standar halal dengan menyediakan kenyamanan maksimal selama perjalanan. Di samping itu, bagi wisatawan muslim yang tertarik pada teknologi mutakhir di Jepang, mereka bisa mengatur kunjungan ke industri seperti Toyota dan Panasonic, atau perusahaan lainnya.



Sumber: en.wikipedia.org

Gambar 1.11 Osaka Castle, Jepang

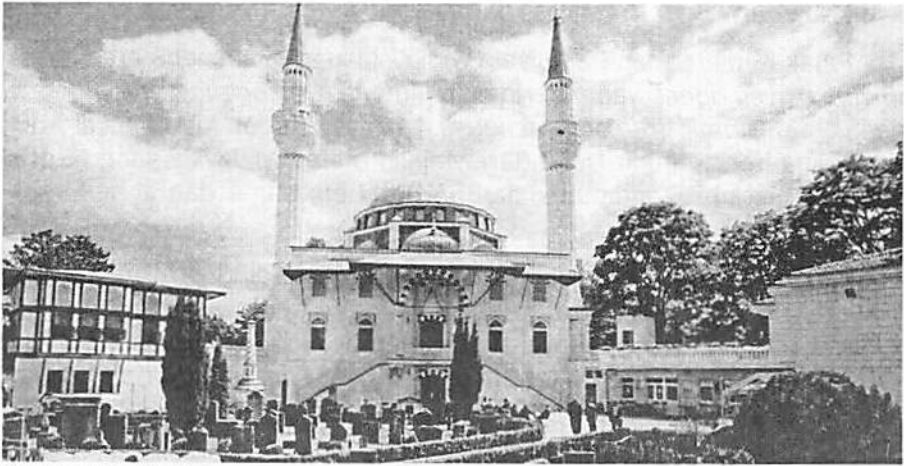
## 9. Jerman

Tempat shalat yang bersih dan nyaman telah dibuka di Terminal 1 di Bandara Munich, Jerman sejak Juni tahun lalu. CEO bandara Munich, Dr Michael Kerkloh, meresmikan tempat ibadah tersebut bersama Mohammed Al Romaithi, Konsul Jenderal Uni Emirat Arab, Ahmad Al Khalifa, kepala Centre Munich Islam, dan Salah Elenany, wakil presiden dari komunitas Arab Bavarian. Tahun lalu, penerbangan dari Timur Tengah menyumbang sebanyak 870.000 kali kedatangan dan keberangkatan penumpang di Bandara Munich, dan lalu lintas penerbangan itu kini



terus bertambah. Kedatangan di Pintu C Terminal 1 berfungsi sebagai pintu gerbang dari dan ke timur tengah. Bandara dilengkapi *signage* dalam bahasa Jerman, Inggris, dan Arab serta terdapat restoran yang menyajikan masakan halal.

Dr Michael Kerkloh senang dengan peningkatan jumlah wisatawan dari negara-negara Arab yang datang ke Jerman dan bersedia memenuhi kebutuhan akan tempat shalat.



Sumber: en.wikipedia.org

Gambar 1.12 Sehitlik Moschee di Berlin

## 10. Malaysia

Pemerintah Malaysia menaruh perhatian serius pada industri pariwisata-nya, karena sektor ini merupakan penghasil devisa kedua terbesar, menghasilkan RM 56,4 miliar= US 18,8 miliar. Dengan total kedatangan wisatawan mancanegara sebanyak 24,6 juta orang di tahun 2010. Menteri Pariwisata Malaysia, DR. Ng Yen Yen menyatakan "*Islamic Tourism*" atau pariwisata syariah, adalah produk pariwisata utama di Malaysia. Pariwisata syariah atau "*Islamic Tourism*" menjadi produk pariwisata yang berkontribusi besar terhadap penghasilan devisa negara Malaysia. Malaysia sebanyak 5,7 juta wisatawan muslim dari berbagai negara datang ke Malaysia. Pemerintah Malaysia melalui Jabatan Kemajuan Islam Malaysia (JAKIM) untuk mempromosikan pariwisata syariah atau "*Islamic Tourism*".

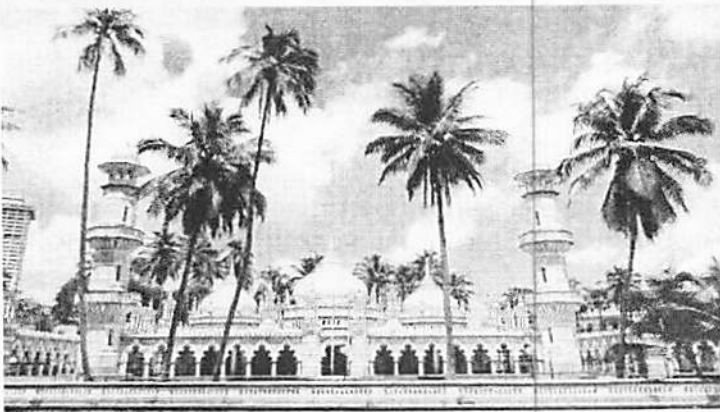
Kementerian Pariwisata Malaysia juga telah membentuk Direktorat baru di kementriannya yaitu direktorat yang dinamakan *Islamic Tourist Center* di tahun 2009 untuk mempromosikan pariwisata Malaysia ke negara-negara Islam dan komunitas Islam dunia. Tahun ini mereka

mengundang praktisi industri pariwisata syariah dari berbagai negara untuk diberikan pemaparan dari program *Islamic Tourist Center* dan para peserta sekaligus diminta membuat program promosi di negara masing-masing untuk menarik wisatawan datang ke Malaysia.

*Islamic Tourism Center (ITC)* terus bekerja sama dengan INHART dan HDC untuk mengembangkan produk dan jasa syariah secara sistematis, menyeluruh dan terpadu, dengan memanfaatkan pengalaman dan pemikiran dari “Best Practices” dari *Islamic tourism* yang ada di dunia.

Pihak Kementerian Pariwisata Malaysia juga telah mempercayakan *official travel agent* yang berjumlah lima *travel agent* berkompeten menangani *Islamic Tourism Packages*. Malaysia sudah mempunyai 366 hotel yang bersertifikat Halal dari Majelis Ulama Malaysia yang terdiri dari 273 bintang 3 sampai 5, dan 53 hotel bintang 1 dan 2, serta 40 *budget hotel* dan *resort*.

Upaya melakukan perbaikan dalam bidang industri pariwisata syariah Direktorat Jenderal Islamic Tourism Center sampai datang ke Indonesia, ke Sofyan Hotel untuk mempelajari operasional Sofyan Hotel yang telah belasan tahun menerapkan prinsip syariah dalam menjalankan bisnisnya.



Sumber: en.wikipedia.org

**Gambar 1.13 Masjid Jamek Kuala Lumpur**

Produksi wisata Malaysia mengandalkan wisata religi, wisata spiritual dan wisata budaya. Ada tiga suku utama di Malaysia, yaitu Melayu, Cina, dan India, yang secara budaya sangat fleksibel terhadap semua wisatawan dari seluruh penjuru di dunia karena masyarakatnya memiliki keragaman suku. Saat ini Malaysia serius untuk menjadikan wisata negeranya sebagai Pusat Halal Dunia dengan menambahkan produk



halal ke dalam program pariwisata syariah sebagai daya tarik Malaysia bagi wisatawan muslim di seluruh dunia.

### 11. New Zealand

Tourism New Zealand dan Christchurch Airport pada September 2012 me-launching buku *The New Zealand Halal, Culinary Heaven for Muslim*. Sebuah panduan makanan halal di Selandia Baru dengan menyediakan informasi pariwisata umum, beserta daftar restoran kafe yang bersertifikat halal. Buku panduan *The New Zealand Halal* didistribusikan secara internasional untuk para wisatawan melalui kedutaan besar Selandia Baru, agen perjalanan dan konsumen di acara-acara promosi lainnya. Sedangkan versi *online*-nya akan diposting pada situs perdagangan. Menurut Tony Everitt, General Manager New Zealand Tourism untuk pasar Asia mengatakan bahwa pengeluaran wisatawan muslim diperkirakan akan meningkat menjadi lebih dari 13% dari pengeluaran pariwisata global pada tahun 2020.

Pasar pariwisata muslim memberikan kesempatan besar bagi industri pariwisata New Zealand. Akan tetapi wisatawan muslim mempunyai persyaratan tertentu, terutama dalam hal makanan dan fasilitas kemudahan untuk beribadah. Indonesia dan Malaysia adalah dua pasar utama yang dituju selain Singapura dan India. New Zealand berkomitmen secara serius meningkatkan posisinya sebagai destinasi wisata yang ramah terhadap wisatawan muslim. Jumlah wisatawan muslim yang datang ke negeri Kiwi ini terus berkembang, seperti wisatawan dari Indonesia yang mengalami peningkatan sampai 141% pada Agustus 2016.



Sumber: en.wikipedia.org

Gambar 1.14 Desa Hobbiton Berlokasi di Matamata, Waikato, Selandia Baru

## 12. Singapura

Singapura adalah negara yang paling bagus pelayanannya terhadap wisatawan, termasuk wisatawan yang beragama Islam. Penerapan *Halal awareness* bagi para pelaku usaha pariwisata cukup tinggi, baik yang pemilik usahanya seorang muslim maupun non-muslim.

Singapura, mempunyai produk wisata syariah lengkap dengan memiliki 2.691 tempat yang terdiri hotel, restoran dan tempat makan yang sudah mendapat sertifikat halal oleh Majelis Ulama Islam Singapura (MUIS). Meskipun sertifikasinya hanya sebatas penyediaan makanan halal. Sedangkan sertifikasi produk pariwisata lainnya belum sejauh Sertifikasi Hotel Syariah oleh Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia.

Badan promosi pariwisatanya juga siap dengan membentuk *Association of Muslim Travel Agent of Singapore (AMTAS)* yang mengenal dan menguasai dan menjalankan Kriteria Pariwisata Syariah secara menyeluruh dan baik. Di negeri yang berjuluk kepala singa ini ada *Crescent Rating Halal Friendly Travel and Tourism Company*, yang menawarkan jasa *management, consultancy* dan *training* untuk membangun *Muslim Friendly Products and Services in Hospitality Industry*. Lembaga ini juga memberikan peringkat *Halal Friendly* di seluruh sektor pariwisata pada berbagai negara.



Sumber: en.wikipedia.org

Gambar 1.15 Kampong Glam, Arab Street, Singapura

## 13. Switzerland

Pada bulan Ramadhan tahun 2011, Tim Travel Experience Swiss bersama Kantor Konsulat Jenderal Swiss di Hotel Hilton Jeddah mengadakan jumpa pers tentang kesiapan negara tersebut menerima wisatawan muslim dari negara Arab. Direktur jenderal konsulat Swiss, Marc-Antoine Nissile, telah bersedia memberi layanan hotel, agen perjalanan

dan operator tur yang memenuhi persyaratan halal termasuk makanan halal. Selama ini Swiss telah mengandalkan turis VIP dari Kerajaan Saudi.

Arab Saudi termasuk negara dengan jumlah pengunjung terbanyak yang berwisata di Swiss. Jumlah wisatawan dari kawasan tersebut meningkat sebesar 19,7 persen menjadi 12.295 pada tahun 2010, dibandingkan dengan tahun sebelumnya.



Sumber: en.wikipedia.org

**Gambar 1.16 Genève Mosque Petit Saconnex**

#### **14. Thailand**

Thailand adalah salah satu negara non-muslim yang paling gencar mempromosikan pariwisatanya untuk menarik wisatawan muslim dunia. Data menunjukkan, pada tahun 2006 wisatawan timur tengah yang datang ke Thailand sebesar 400.000 wisatawan. Sementara yang pergi ke Malaysia sebesar 100.000 orang. Sedangkan sebanyak 90.000 wisatawan datang ke Singapura. Dan Indonesia hanya 40.000 wisatawan, padahal mayoritas agamanya muslim.

Untuk produk-produk halal, selain Malaysia, kini Thailand telah menjadi negara pengeksport produk-produk halal terbesar di kawasan Asia, dan berhasil memperoleh pangsa pasar yang signifikan dan menguntungkan. Negeri gajah putih tersebut mendirikan Halal Science

Center, di Chulalongkorn University (universitas terbaik dan terbesar di Thailand milik pemerintah – setara Universitas Indonesia). Di lembaga ini menyediakan pelayanan ilmiah, akademik, pelatihan, penelitian bagi ilmuwan, pengusaha, ulama, produsen dan organisasi Islam tentang sertifikasi produk halal dan bisnis syariah. Selain itu, menyediakan konsultasi mengenai pembentukan sistem halal-GMP-HACCP-SSOP-ISO untuk produk makanan, minuman, obat-obatan, kosmetik, dan produk lainnya serta manufaktur, restoran dan usaha lainnya. Bahkan menghasilkan sarjana kompeten lulusan di bidang ilmu halal (syariah) yang bekerja sama dengan Fakultas Ilmu Kesehatan, *Chulalongkorn University*.

Kerajaan Thailand pun sangat mendukung dan membiayai pengembangan jasa dan produk syariah. Diantaranya di bidang industri pariwisata. Mereka setiap tahun mengadakan konferensi tahunan untuk para pegiat industri pariwisata syariah, *Phuket Andaman Halal Tourism Conference* di *Royal Paradise and Spa Hotel*. Di Bangkok, ada 10 Hotel bersertifikat Halal, dan beberapa Halal Hotel lain di beberapa tempat di Thailand. Pemerintah sangat menekankan sertifikasi baru pada produk makanan dan minuman halal.



Sumber: en.wikipedia.org

Gambar 1.17 Istana Kerajaan Thailand

Thailand melengkapi sarana *International Airport*nya dengan dua mushola yang indah, besar, dan nyaman. *Crescent Rating*, lembaga independen yang memberi rating *halal friendly* yang berbasis di Singapura menempatkan Bangkok International Airport, Suvarnabhumi sebagai bandara non muslim yang paling bersahabat untuk muslim. Bahkan maskapai nasionalnya, Thai Airways memiliki *Thai Catering*

*Kitchen*, dan mengklaim sebagai: “*The Largest Halal Kitchen in the World.*”

Di bidang kesehatan, Thailand ikut menyambut pasien muslim dari beberapa negara lain. Rumah sakit bertaraf international dapat melayani pasien muslim dengan obat-obatan dan pelayanan yang halal dan masih terus dikembangkan.

## 15. Turki

Turki merupakan negara dengan perpaduan antara budaya Islam dan budaya Barat yang menempati urutan ke-7 negara yang terbanyak mendatangkan turis. Setiap tahun tidak kurang 27 juta orang berkunjung ke negara tersebut. Bahkan, jumlah itu mengalahkan negara Eropa seperti Jerman. Industri pariwisata di Turki telah berkembang pesat.

Pada tahun 2009 sekelompok Muslim yang peduli yang mempunyai pengalaman manajemen senior dari berbagai perusahaan *blue-chip* sepakat untuk membentuk *Crescent Tours* – untuk mengembangkan industri pariwisata yang beretnos Islam (syariah). *Crescent Tours* memiliki reputasi sebagai spesialis pariwisata independen terkemuka di dunia industri pariwisata syariah. Dengan menawarkan liburan yang syariah halal dan *Heritage Tours* Islam.

Semua fasilitas akomodasi yang dioperasikan sesuai dengan norma-norma Islam. Resort dan hotel tidak melayani alkohol dan memiliki kolam renang yang terpisah dan pantai khusus. Tempat rekreasi dan fasilitas spa untuk pria dan wanita pun terpisah.



Sumber: en.wikipedia.org

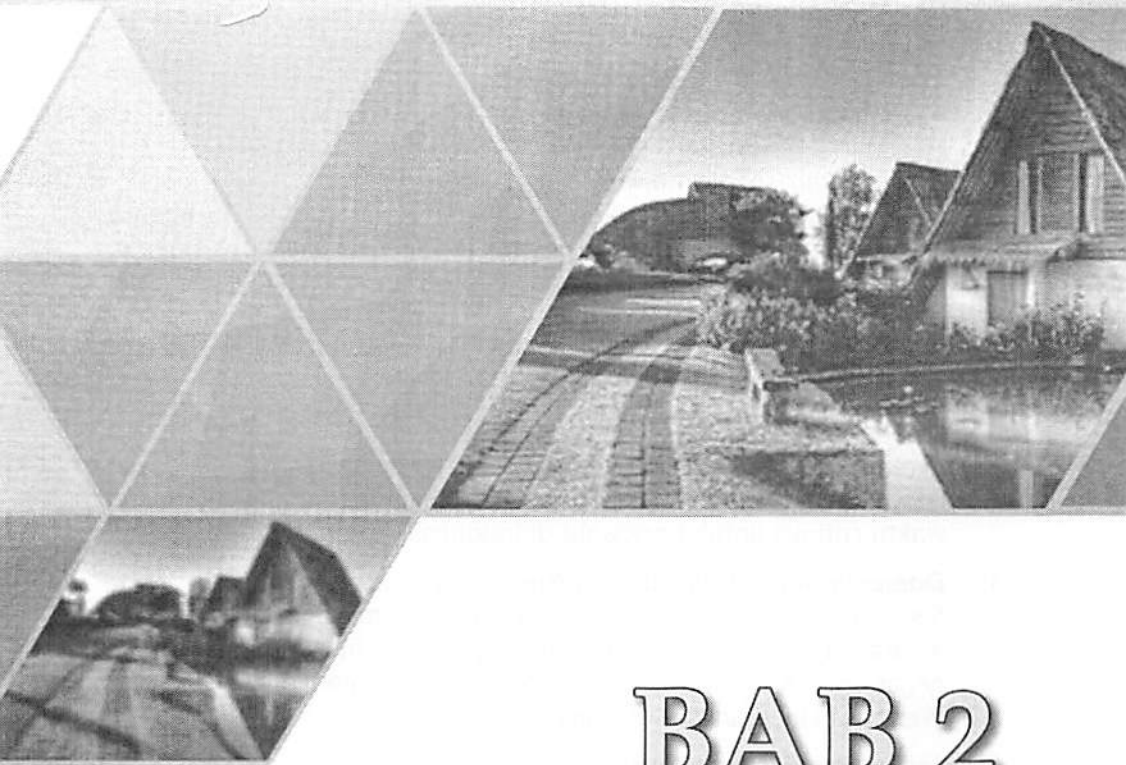
Gambar 1.18 Cappadocia, Turki

Semua program pariwisata yang ditawarkan sesuai dengan norma-norma Islam, adapun programnya antara lain:

- Resorts - Halal & sun beach resorts & spa
- City Breaks – Hotel halal dengan city tour harian
- Heritage – Discovery negara-negara Islam heritage tours
- Health – Resorts thermal halal & spa
- Villas – Luxury private villas dengan kolam renang eksklusif

Sebagai spesialis pariwisata syariah, *Crescent Tours* sangat hati-hati menyesuaikan setiap paket sehingga pelanggan mereka benar-benar mendapatkan paket yang sesuai syariah. Program Crescent Tours mendapatkan penghargaan dari pelanggan sehingga banyak pelanggan baru yang datang karena rekomendasi dari pelanggan lama. Dengan pemahaman yang kuat tentang Muslim Eropa, paket yang dijual meliputi liburan ke Turki, Afrika Utara, Semenanjung Arab, Malta, Bosnia, dan juga Malaysia.





# BAB 2

## STRUKTUR DAN FUNGSI SISTEM KEPARIWISATAAN

### A. WISATAWAN DAN PRAMUWISATA

#### 1. Wisatawan

Kata wisatawan berasal dari bahasa Sangskerta, dari asal kata “wisata” yang berarti perjalanan ditambah dengan akhiran “wan” yang berarti orang yang melakukan perjalanan wisata. Dalam bahasa Inggris, orang yang melakukan perjalanan disebut *traveller*. Sedangkan orang yang melakukan perjalanan untuk tujuan wisata disebut *Tourist*. Organisasi Wisata Dunia (WTO) menyebut wisatawan sebagai pelancong yang melakukan perjalanan pendek. Menurut organisasi ini, wisatawan adalah orang yang melakukan perjalanan ke sebuah daerah atau negara dan menginap minimal 24 jam atau maksimal enam bulan di tempat tersebut.

Wisatawan adalah orang yang melakukan perjalanan untuk berlibur, berobat, berbisnis, berolahraga, menuntut ilmu dengan mengunjungi tempat-tempat yang indah atau sebuah negara tertentu. Adapun jenis-jenis wisatawan berdasarkan sifat perjalanan dan lokasi di mana perjalanan itu dilakukan, dapat diklasifikasikan sebagai berikut: (Yoeti, 1996: 143-145)

- 1) **Foreign Tourist (Wisatawan Asing)**  
Orang asing yang melakukan perjalanan wisata, ke suatu negara lain yang bukan merupakan negara di mana ia biasanya tinggal. Wisatawan asing disebut juga wisatawan mancanegara atau disingkat wisman.
- 2) **Domestic Foreign Tourist**  
Orang asing yang berdiam atau bertempat tinggal di suatu negara karena tugas, dan melakukan perjalanan wisata di wilayah negara di mana ia tinggal. Misalnya, staf kedutaan Belanda yang mendapat cuti tahunan, tetapi ia tidak pulang ke Belanda, dan menggunakan waktu cutinya untuk berwisata di Indonesia (tempat ia bertugas).
- 3) **Domestic Tourist (Wisatawan Nusantara)**  
Seorang warga negara suatu negara yang melakukan perjalanan wisata dalam batas wilayah negaranya tanpa melewati perbatasan negaranya. Misalnya, orang Indonesia berwisata ke Danau Toba. Wisatawan ini disingkat wisanus.
- 4) **Indigenous Foreign Tourist**  
Warga negara suatu negara tertentu, yang karena tugasnya atau jabatannya berada di luar negeri, pulang ke negara asalnya dan melakukan perjalanan wisata di wilayah negaranya sendiri. Misalnya, warga negara Perancis yang bertugas sebagai konsultan di perusahaan asing di Indonesia, ketika liburan ia kembali ke Perancis dan melakukan perjalanan wisata di sana. Jenis wisatawan ini merupakan kebalikan dari *Domestic Foreign Tourist*.
- 5) **Transit Tourist**  
Wisatawan yang sedang melakukan perjalanan ke suatu negara tertentu yang terpaksa singgah pada suatu pelabuhan/airport/stasiun bukan atas kemauannya sendiri.
- 6) **Business Tourist**  
Orang yang melakukan perjalanan untuk tujuan bisnis bukan wisata tetapi perjalanan wisata akan dilakukannya setelah tujuannya yang utama selesai. Jadi perjalanan wisata merupakan tujuan sekunder.

## 2. Prasarana dan Sarana Wisata

Agar suatu obyek wisata dapat dijadikan sebagai salah satu obyek wisata yang menarik dan banyak dikunjungi oleh wisatawan, maka faktor yang sangat menunjang adalah kelengkapan sarana dan prasarana obyek wisata tersebut. Karena sarana dan prasarana sangat diperlukan untuk mendukung dari pengembangan obyek wisata. Menurut Yoeti (1996:, p.186), mengatakan: "Prasarana kepariwisataan adalah semua fasilitas



yang memungkinkan agar kepariwisataan dapat hidup dan berkembang sehingga dapat memberikan pelayanan yang memuaskan berbagai kebutuhan wisatawan". Prasarana tersebut antara lain:

- 1) Perhubungan: jalan raya, rel kereta api, pelabuhan udara dan laut
- 2) Instalasi pembangkit listrik dan instalasi air bersih
- 3) Sistem komunikasi, baik itu telepon, telegraf, radio, televisi
- 4) Pelayanan kesehatan baik itu puskesmas maupun rumah sakit
- 5) Pelayanan keamanan baik itu pos satpam penjaga obyek wisata maupun pos-pos polisi untuk menjaga keamanan di sekitar obyek wisata
- 6) Pelayanan wisatawan baik berupa pusat informasi ataupun kantor pemandu wisata
- 7) Pom bensin, dan lain-lain.

Sarana kepariwisataan adalah perusahaan-perusahaan yang memberikan pelayanan kepada wisatawan, baik secara langsung maupun tidak langsung dan hidup serta kehidupannya tergantung pada kedatangan wisatawan (Yoeti, 1996:199). Sarana kepariwisataan tersebut adalah:

- 1) Perusahaan akomodasi: hotel, losmen, bungalow
- 2) Perusahaan transportasi: pengangkutan udara, laut atau kereta api dan bus-bus yang melayani khusus pariwisata saja.
- 3) Rumah makan, restoran, depot atau warung-warung yang berada di sekitar obyek wisata dan memang mencari mata pencaharian berdasarkan pengunjung dari obyek wisata tersebut.
- 4) Toko-toko penjual cinderamata khas dari obyek wisata tersebut yang mendapatkan penghasilan hanya dari penjualan barang-barang cinderamata khas obyek tersebut, dan lain-lain.

Dalam pengembangan sebuah obyek wisata sarana dan prasarana tersebut harus sebaik mungkin. Suatu obyek wisata yang dapat membuat wisatawan betah untuk melakukan wisata kembali akan menarik banyak pengunjung. Dampaknya dirasakan oleh komunitas di sekitar obyek wisata tersebut maupun pemerintah daerah, dengan meningkatnya kesejahteraan ekonomi.

### **3. Pramuwisata**

Pramuwisata adalah seseorang yang memberi penjelasan serta petunjuk kepada wisatawan dan *traveler* lainnya tentang segala sesuatu yang hendak dilihat dan disaksikan bilamana mereka berkunjung pada suatu objek, tempat, atau daerah tertentu.

Jenis pramuwisata berdasarkan bidang keahliannya dibagi menjadi:

1. Pramuwisata Umum (*General Guide*) adalah pramuwisata yang mempunyai pengetahuan mengenai kebudayaan, kekayaan alam, dan aspirasi kehidupan bangsa/penduduk secara umum, yang memiliki ijin untuk memberikan bimbingan perjalanan dan penerangan kepariwisataan dengan mempergunakan satu atau beberapa bahasa tertentu ke wisatawan, baik secara perseorangan atau berkelompok.
2. Pramuwisata Khusus (*Special Guide*) adalah pramuwisata yang mempunyai pengetahuan yang khusus dan mendalam mengenai objek wisata seperti kebudayaan, arkeologi, sejarah, teknik, perdagangan, keagamaan, ilmiah, margasatwa, perburuan, dan lain-lain, yang memiliki ijin untuk membimbing perjalanan dengan memberikan penerangan kepada wisatawan baik perseorangan atau berkelompok dengan menggunakan satu bahasa atau beberapa bahasa tertentu.
3. Pembimbing Darma Wisata (*Tour Conductor*) adalah pramuwisata senior yang mempunyai tanda pramuwisata untuk memimpin perjalanan suatu kelompok wisatawan yang melakukan perjalanan di suatu wilayah atau suatu negara guna memberikan asistensi perjalanan, bimbingan dan penerangan mengenai objek wisata kebudayaan dari penduduk atau bangsa di wilayah yang dikunjungi.
4. Pramuwisata Pengemudi (*Guide Driver*) adalah pramuwisata yang mempunyai kartu tanda pramuwisata untuk memberikan bimbingan dan penerangan umum mengenai objek wisata, kebudayaan, kekayaan alam, dan aspirasi kehidupan bangsa kepada para wisatawan, selain sebagai pengemudi kendaraan umum, seperti taksi, bis, *touring choarh*, dan lain-lain.

## B. BENTUK-BENTUK PARIWISATA

Ada berbagai bentuk pariwisata apabila ditinjau dari berbagai segi. Berikut adalah bentuk-bentuk pariwisata dalam berbagai segi:

1. Bentuk pariwisata dari segi jumlahnya:
  - a. *Individual Tour* (wisata perorangan), yaitu suatu perjalanan wisata yang dilakukan oleh satu orang atau sepasang suami-istri.
  - b. *Family Group Tour* (wisata keluarga) yaitu suatu perjalanan wisata yang dilakukan oleh serombongan keluarga yang masih mempunyai hubungan kekerabatan satu sama lain.
  - c. *Group Tour* (wisata rombongan), yaitu suatu perjalanan wisata yang dilakukan bersama-sama dengan dipimpin oleh seorang yang bertanggungjawab atas kebutuhan dan keselamatan

seluruh anggota kelompok wisata. Sekelompok paling sedikit 10 orang, dan sering dilengkapi dengan adanya diskon dari perusahaan principal bagi orang yang kesebelas. Potongan harga antara 25% hingga 50% dari biaya transportasi dan penginapan normal.

2. **Bentuk pariwisata dari segi kepengaturannya:**

- a. ***Pre-arranged Tour*** (wisata berencana), yaitu suatu perjalanan wisata yang jauh hari sebelumnya telah diatur transportasi, akomodasi, dan objek-objek yang akan dikunjungi. Biasanya wisata jenis ini diatur oleh suatu lembaga yang khusus mengurus, mengatur, maupun menyelenggarakan perjalanan wisata yang bekerja sama dengan semua instansi atau lembaga yang terkait dengan kepentingan tersebut.
- b. ***Package Tour*** (wisata paket atau paket wisata), yaitu suatu produk perjalanan wisata yang dijual oleh suatu Perusahaan Biro Perjalanan atau Perusahaan Transport yang bekerjasama dimana harga paket wisata tersebut telah mencakup biaya perjalanan, hotel, ataupun fasilitas lainnya yang memberikan kenyamanan bagi konsumen (wisatawan). Paket wisata tersebut merupakan komposisi perjalanan yang disusun dan dijual guna memberikan kemudahan dan kepraktisan dalam perjalanan wisata.
- c. ***Coach Tour*** (wisata terpimpin), yaitu suatu paket perjalanan eksekursi yang dijual oleh biro perjalanan dengan dipimpin oleh seorang pemandu wisata dan merupakan perjalanan wisata yang diselenggarakan secara rutin, dalam jangka waktu yang telah ditetapkan dan dengan rute perjalanan tertentu.
- d. ***Special Arranged Tour*** (wisata khusus), yaitu suatu perjalanan wisata yang disusun secara khusus guna memenuhi permintaan seorang langganan atau sesuai dengan kepentingannya.
- e. ***Optional Tour*** (wisata tambahan/manasuka), yaitu suatu perjalanan wisata tambahan di luar rute yang telah disusun dan dilakukan atas permintaan pelanggan.

3. **Bentuk pariwisata dari segi maksud dan tujuannya:**

- a. ***Holiday Tour*** (wisata liburan), yaitu suatu perjalanan wisata yang diselenggarakan dan diikuti oleh anggotanya untuk berlibur, dan bersenang-senang.
- b. ***Familiarization Tour*** (wisata pengenalan), yaitu suatu perjalanan yang dimaksudkan guna mengenal lebih lanjut bidang atau daerah yang mempunyai keterkaitan dengan pekerjaannya. Misalnya, sebuah biro perjalanan luar negeri

menyelenggarakan perjalanan wisata bagi karyawan-karyawannya ke Indonesia guna mengenal lebih jauh objek-objek wisata yang ada di Indonesia. Hal ini bertujuan agar nantinya mereka dapat memberikan informasi yang lebih tepat dan akurat mengenai objek wisata di Indonesia.

- c. **Education Tour** (wisata pendidikan), yaitu suatu perjalanan wisata yang dimaksudkan untuk memberikan pengetahuan, gambaran maupun studi perbandingan mengenai bidang kerja yang dikunjungi. Wisata jenis ini disebut juga sebagai *study tour* atau perjalanan kunjungan pengetahuan.
- d. **Scientific Tour** (wisata pengetahuan), yaitu perjalanan wisata yang tujuan pokoknya adalah untuk memperoleh pengetahuan atau penyelidikan terhadap suatu bidang ilmu pengetahuan. Misalnya kunjungan wisata melihat perkembangbiakan rumput laut, melihat gerhana matahari total, menyelidiki kehidupan komodo, melihat orang hutan di hutan Kalimantan, dan lain-lain.
- e. **Pileimage Tour** (wisata keagamaan), yaitu perjalanan wisata yang dimaksudkan guna melakukan ibadah keagamaan, misalnya perjalanan Umroh oleh sebuah Konsorsium Biro Perjalanan PATANU (Pantravel Tunas Indonesia dan Natrabu), tour ke Lourdes di Perancis Selatan, tour mengikuti upacara perayaan Waisak di Candi Borobudur, Pawon, Mendut, dan lain-lain.
- f. **Special Mission Tour** (wisata kunjungan khusus), yaitu suatu kunjungan wisata yang dilakukan dengan suatu maksud khusus, misalnya misi dagang, misi kesenian, dan lain-lain.
- g. **Special Programme Tour** (wisata program khusus), yaitu suatu perjalanan wisata yang dimaksudkan untuk mengisi kekosongan khusus, misalnya *Laddies Programme*, suatu kunjungan ke suatu objek wisata oleh para istri yang suaminya sedang mengikuti rapat konvensi atau pertemuan khusus.
- h. **Hunting Tour** (wisata perburuan), yaitu suatu kunjungan wisata yang dimaksudkan untuk menyelenggarakan perburuan binatang yang telah diijinkan oleh penguasa setempat sebagai hiburan semata-mata. Contohnya berburu babi di hutan Sumatera, berburu Kanguru di Australia, atau memancing di beberapa wahana laut atau sungai.

#### 4. Bentuk pariwisata dari segi penyelenggaraannya:

- a. **Ekskursi** (*Excursion*), yaitu suatu perjalanan wisata jarak pendek yang ditempuh kurang dari 24 jam guna mengunjungi satu atau lebih objek wisata.

- b. Safari Tour, yaitu suatu perjalanan wisata yang diselenggarakan secara khusus dengan perlengkapan maupun peralatan khusus pula yang tujuan maupun objeknya bukan merupakan objek kunjungan wisata pada umumnya. Misalnya, perjalanan wisata bahari ke Baluran di Jawa Timur, safari Tour ke Ujung Kulon, safari tour ke Pulau Komodo di Nusa Tenggara Timur, dan lain-lain.
- c. *Cruise Tour*, yaitu perjalanan wisata dengan menggunakan kapal pesiar mengunjungi objek-objek wisata bahari dan objek wisata di darat tetapi menggunakan kapal pesiar sebagai basis pemberangkatannya.
- d. *Youth Tour* (wisata remaja), yaitu kunjungan wisata yang penyelenggaraannya khusus untuk para remaja yang menurut golongan umur yang ditetapkan oleh hukum negara masing-masing. Di Indonesia, umumnya yang dianggap remaja adalah mereka yang masih dalam pendidikan Sekolah Menengah Atas, atau mereka yang usianya di bawah 21 tahun, dan belum kawin.
- e. *Marine Tour* (wisata bahari), yaitu suatu kunjungan ke objek wisata, khususnya untuk menyaksikan keindahan lautan, seperti *wreck-diving* (menyelam) dengan perlengkapan selam lengkap.

### C. SISTEM KEPARIWISATAAN

Pariwisata adalah suatu aktivitas yang kompleks, yang dapat dipandang sebagai suatu sistem yang besar. Melihat pariwisata sebagai sebuah sistem, berarti terdapat analisis mengenai berbagai aspek kepariwisataan. Hal ini tidak terlepas dari subsistem yang lain seperti ekonomi, politik, sosial, budaya, isu lingkungan, ekologi dan lain-lain, antara satu sama lain saling ketergantungan dan saling terkait (*interconnectedness*). Sebagai sebuah sistem, antarkomponen dalam sebuah sistem tersebut terjadi hubungan interdependensi, yang berarti bahwa perubahan dalam salah satu subsistem akan menyebabkan terjadinya perubahan pada subsistem yang lain, sampai akhirnya kembali ditemukan harmoni yang baru. Menurut Mill and Morrison (1985), pariwisata merupakan sistem dari berbagai elemen yang tersusun seperti sarang laba-laba: *"like a spider's web-touch one part of it and reverberations will be felt throughout*.

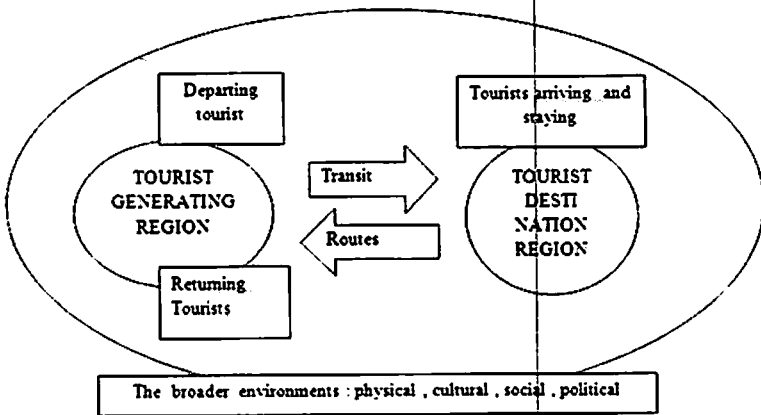
Fannel (1999) menjelaskan bahwa pariwisata merupakan suatu sistem yang dapat dipandang sebagai: *... the interrelated system that includes tourists and the associated services that are provided and utilised (facilities, attractions, transportation, and accommodation) to aid in their movement"* (1994: 4)

Dilihat dari perspektif teori dependensi atau teori konflik, sistem pariwisata merambah sampai internasional melalui korporasi internasional (airline, usaha BPW, rantai hotel), pemerintah, dan lembaga nonpemerintah (PATA, IATA, IUOTO). Struktur seperti ini merupakan pengulangan dari struktur industri yang mengandalkan penanaman modal asing di Dunia Ketiga, melalui MNCS (*Multi National Corporations*), yang pada akhirnya akan menghasilkan hubungan *dominant-dependent* dalam teori dependensi.

Sementara itu dari perspektif teori konsensus (struktural-fungsional), sistem pariwisata dunia merupakan suatu bentuk hubungan yang saling terkait, sehingga terjadi distribusi pendapatan dan peningkatan hubungan antarbangsa. Meskipun sama-sama memandang pariwisata sebagai suatu sistem yang besar, ada perbedaan di antara para ahli mengenai elemen-elemen utama, yaitu:

1. daerah asal (*origin*)
2. daerah tujuan (*destination*), dan
3. daerah antara (*routes perjalanan*).

Secara sederhana, gambaran sistem pariwisata menurut Leiper seperti terlihat pada Gambar 2.1



Gambar 2.1 Sistem Pariwisata menurut Leiper (1979)

Sistem pariwisata secara sederhana juga digambarkan oleh Mathieson dan Wall (1982), yang melihat bahwa sistem pariwisata terdiri atas tiga elemen, yaitu (1) elemen dinamis, yaitu perjalanan wisatawan, (2) elemen statis, yaitu keberadaan di destinasi, dan (3) elemen konsekuensial, yaitu berbagai dampak yang timbul.

Selanjutnya, menurut Mill dan Morrison (1985, cf. Fennel, 1999), sistem pariwisata terdiri dari empat komponen utama, yaitu:

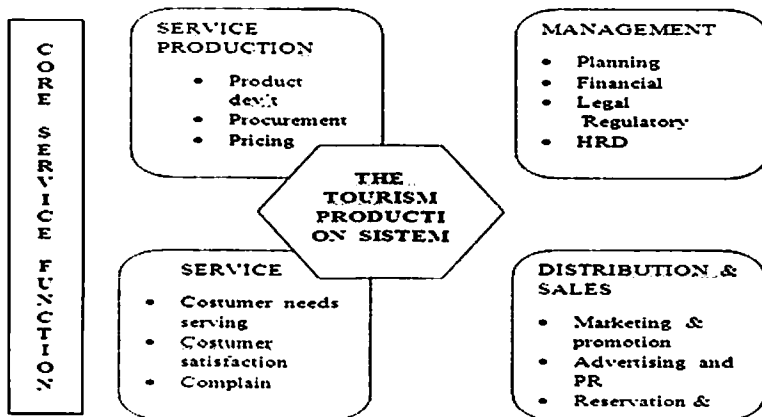
1. *market (reaching the marketplace),*
2. *travel (the purchase of travel products),*
3. *destination (the shape of travel demand) dan*
4. *marketing (the selling of travel).*

Gambaran keempat komponen yang saling terkait ini digambarkan seperti terlihat pada Gambar 2.2



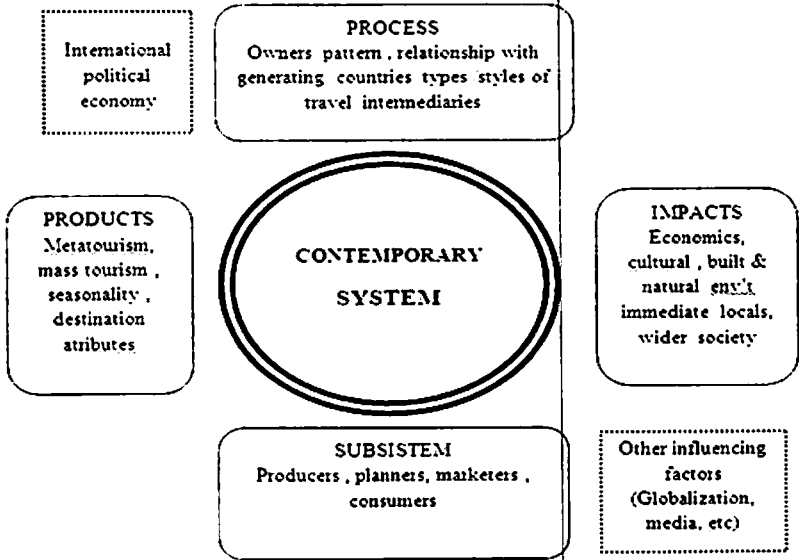
Gambar 2.2 Sistem Pariwisata menurut Mill dan Morrison (1985)

Poon (1993) melihat sistem pariwisata dengan perspektif yang berbeda pula, yang lebih menekankan pada aspek pemasaran pariwisata. Menurutnya sistem pariwisata terdiri atas (1) subsistem produksi, (2) subsistem deliverti, (3) subsistem manajemen, dan (4) subsistem distribusi dan penjualan, yang terlihat pada Gambar 2.3.



Gambar 2.3 Sistem Pariwisata menurut Poon (1993)

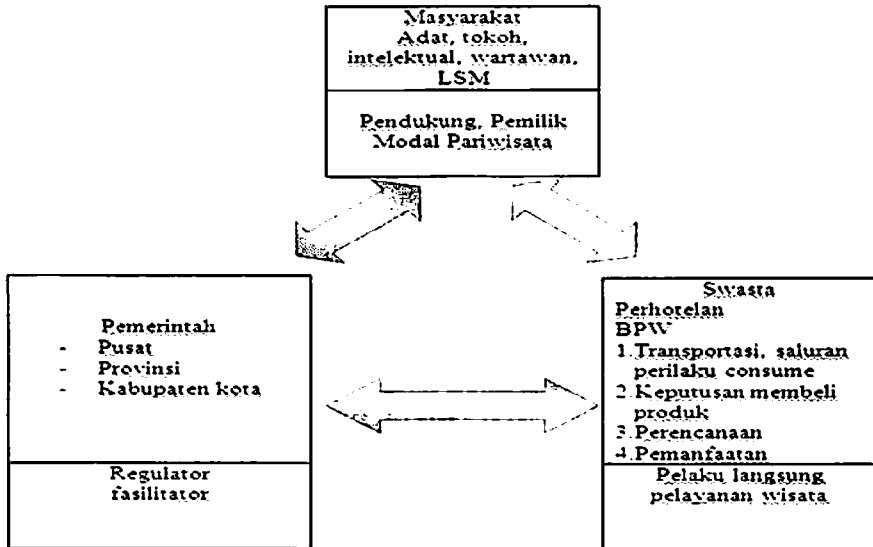
Model sistem pariwisata yang lebih komprehensif, dengan melihat proses dan dampak dari pariwisata, tetapi dengan penekanan pada daerah tujuan wisata, dikembangkan oleh Burns dan Holden (1995), seperti pada Gambar 2.4.



Gambar 2.4 Sistem Pariwisata menurut Burns dan Holden (1995)

Dalam sistem pariwisata, ada banyak aktor yang berperan dalam menggerakkan sistem. Aktor tersebut adalah insan-insan pariwisata yang ada pada berbagai sektor. Secara umum, insan pariwisata dikelompokkan dalam tiga pilar utama, yaitu: (1) masyarakat, (2) swasta, dan (3) pemerintah. Yang termasuk masyarakat adalah masyarakat umum yang ada pada destinasi, sebagai pemilik sah dari berbagai sumber daya yang merupakan modal pariwisata, seperti kebudayaan. Dimasukkan ke dalam kelompok masyarakat ini juga tokoh-tokoh masyarakat, intelektual, LSM dan media masa. Selanjutnya dalam kelompok swasta terdiri dari asosiasi usaha pariwisata dan para pengusaha, sedangkan dalam kelompok pemerintah mencakup berbagai wilayah administrasi, mulai dari pemerintah pusat, negara bagian, provinsi, kabupaten, kecamatan, dan seterusnya.





**Gambar 2.5 Sektor Pariwisata dalam Tiga Pilar Utama**

## D. DAERAH ASAL WISATAWAN, TRANSIT, DAN TUJUAN WISATA

### 1. Daerah Asal Wisatawan

Inti dari sistem pariwisata internasional terdapat di negara-negara yang menghasilkan wisatawan, selanjutnya, menyebar ke berbagai daerah tujuan wisata. Ada berbagai faktor penting yang menjadi perhatian di daerah asal wisatawan (*tourist generating countries*), karena berbagai faktor tersebut menentukan besarnya potensi pasar. Jackson (1989) melihat bahwa faktor penting yang menentukan di daerah asal wisatawan antara lain jumlah penduduk (*population size*), kemampuan *financial* masyarakat (*financial means*), waktu senggang yang dimiliki (*leisure time*), sistem transportasi, dan sistem pemasaran pariwisata yang ada.

Berbagai faktor di atas akan menentukan permintaan pariwisata (*tourism demand*), yaitu jumlah orang yang bepergian, atau ingin bepergian, dengan menggunakan fasilitas dan layanan pariwisata di tempat yang bukan merupakan tempat kerja atau tempat tinggalnya (Mathsion dan Wall, 1982). Terkait dengan *tourism demand*, dikenal istilah *effective* atau *actual demand* (permintaan yang terealisasi secara efektif) dan *suppressed demand* (potensi permintaan yang tidak terealisasi, karena alasan-alasan tertentu).

Selain itu perlu memperhatikan *travel propensity* yang ada pada suatu masyarakat (negara), yaitu presentase populasi yang melakukan

perjalanan wisata dalam satu tahun. *Travel propensity* dipengaruhi oleh situasi makro internasional, seperti kemajuan ekonomi dunia (dan negara yang bersangkutan), situasi politik dan keamanan, disamping karakteristik populasi itu sendiri. Faktor-faktor personal juga menentukan *travel propensity* seseorang, seperti tahapan dalam siklus hidup, gaya hidup, jenis pekerjaan, serta faktor-faktor personal lainnya (motivasi perjalanan, rasa ingin tahu, jiwa petualang, dan seterusnya). Disamping faktor makro (kondisi dunia) dan faktor mikro (personal), terdapat faktor-faktor intermedier seperti harga, sistem transportasi, fasilitas akomodasi, dan aktivitas kalangan industri pariwisata di dalam pemasaran dan promosi juga sangat berpengaruh (Boniface dan Cooper, 1987).

Faktor tahapan dalam siklus hidup belakangan ini mendapatkan perhatian serius, karena siklus tahapan hidup sangat menentukan *travel propensity* seseorang untuk melakukan perjalanan wisata. Orang yang baru saja menikah akan mempunyai keinginan untuk melakukan perjalanan yang berbeda dengan seseorang yang sudah mempunyai anak, terutama kalau anak-anaknya masih kecil, meskipun mereka mungkin mempunyai waktu atau dukungan finansial yang sama. Secara sosiologis, tahapan hidup seseorang secara umum di negara penghasil wisatawan adalah seperti di bawah ini:

**Tabel 2.1 Tahapan Hidup Seseorang (atau Keluarga) Secara Umum**

Tahap dalam siklus hidup	Umur (tahun)
1. <i>Dependent</i> (masa kanak-kanak sampai remaja, masih tergantung pada orang tua)	Kurang dari 18
2. <i>Bachelor</i> (masa muda, sudah mempunyai penghasilan sendiri, dan belum kawin)	Kurang dari 24
3. <i>Young married</i> (baru kawin, dan belum mempunyai anak)	Kurang dari 28
4. <i>Full nest I</i> (anak-anak masih kecil, berumur kurang dari 5 tahun)	Kurang dari 35
5. <i>Full Nest II</i> (anak-anak sudah besar, tetapi masih bergabung dengan orang tua)	Kurang dari 50
6. <i>Empty Nest I</i> (anak-anak sudah bekerja, pisah dengan orang tua, tetapi orang tuanya masih aktif bekerja)	Kurang dari 65
7. <i>Empty Nest II</i> (anak-anak sudah kawin, pisah dengan orang tua, dan orang tua sudah memasuki usia pensiun)	Lebih dari 65
8. <i>Survivor</i> (menjalani sisa-sisa hidup, hidup hanya dengan suami/istri, atau hidup sendirian)	--

Sedangkan Graburn (1982) melihat bahwa *cultural self-confidence* juga sangat menentukan keputusan seseorang untuk melakukan perjalanan atau tidak. Bagi masyarakat tertentu, bepergian merupakan

suatu nilai positif, bahkan sebagai salah satu bentuk 'inisiasi' dari eksistensi seseorang. Sebaliknya pada masyarakat lain, bepergian ke luar daerah tidak mendapatkan penghargaan, sehingga tidak memotivasi seseorang untuk melakukan perjalanan wisata, dan cenderung menggunakan *disposable income*-nya untuk kepentingan lain. *Cultural self confidence* juga mempengaruhi pilihan terhadap destinasi yang akan dikunjungi. Pilihan tersebut antara *nostalgia* (yaitu mengunjungi destinasi yang telah dikenal) dan *serendipity* (mengunjungi destinasi yang belum dikenal, dengan harapan untuk mendapatkan hal-hal baru yang menggairahkan dan mengejutkan).

Faktor lainnya adalah dorongan untuk melakukan ritual *inversion*, yaitu pembalikan praktik atau keluarnya seseorang dari rutinitas keseharian, sangat menentukan dorongan untuk melakukan perjalanan wisata. Ritual *inversion* tersebut hanya dilakukan di luar masyarakatnya sendiri, atau di luar tempat tinggal atau tempat kerja sehari-hari. Semakin ketat rutinitas kehidupan sehari-hari seseorang yang dapat menimbulkan stress dan alienasi dari kehidupan sosial, seperti yang terjadi di negara-negara industri, maka semakin tinggi pula keinginannya untuk melepaskan diri (*escape*), dengan melakukan ritual *inversion*, dan hal ini berarti melakukan perjalanan wisata.

## 2. Daerah Transit (*Route*)

Daerah transit adalah daerah (umumnya kota) yang sebenarnya bukan tujuan akhir (*destination*) perjalanan wisata, tetapi wisatawan dapat menikmati daerah tersebut beberapa waktu, baik dalam perjalanan menuju ke DTW (daerah tempat wisata) maupun dalam perjalanan ke daerah asal. Daerah transit, secara geografis umumnya terdapat di antara negara (daerah) asal wisatawan, menuju negara/daerah tujuan wisata yang berkaitan dengan jalur transportasi (penerbangan, kereta api, bus dll).

Daerah transit dicirikan dengan kuatnya *transport link* dan letaknya yang strategis. Dengan letak yang strategis dan jaringan transportasi yang baik, maka daerah transit berperan sebagai *hub* atau *destination point* yang menyebarkan wisatawan ke DTW-DTW di sekitarnya. Karena jadwal kedatangan dan keberangkatan sarana transportasi (umumnya penerbangan) yang tidak selalau berantai, maka wisatawan sering kali harus berada di daerah transit beberapa hari. Keberadaan wisatawan ditangkap oleh daerah tersebut. Dengan pengembangan fasilitas dan atraksi untuk wisatawan. Pada akhirnya daerah (kota) transit tersebut seakan-akan menjadi DTW juga, dengan *length of stay* yang rata-rata sangat singkat (1-2 hari). Untuk kawasan Asia Pasifik, daerah transit

yang terkenal yaitu Singapura dan Hongkong, sedangkan untuk kawasan Eropa adalah Frankfurt dan Zurich.

### 3. Daerah Tujuan Wisata (DTW)

Di dalam melakukan kajian secara sosiologis terhadap wisatawan, pertanyaan yang sangat penting adalah "mengapa seseorang melakukan perjalanan wisata", dan "faktor-faktor apa yang menjadi penarik atau pendorong" sehingga seseorang rela melakukan perjalanan yang begitu jauh dengan menghabiskan dana yang begitu besar. Pertanyaan senada juga dapat dikemukakan tatkala mengkaji elemen daerah tujuan wisata dalam sistem pariwisata. Mengapa suatu daerah menjadi destinasi dan yang lainnya tidak serta faktor-faktor apa yang perlu dilihat di dalam elemen destinasi ini.

Pada dasarnya, destinasi merupakan interaksi antarberbagai elemen pokok. Menurut Leiper (1990), tiga komponen pokok yang harus dikelola dengan baik oleh suatu destinasi adalah wisatawan, wilayah (objek dan atraksi), dan informasi mengenai wilayah:

*"a tourist destination is a sistematic arrangement of three elements: a person with touristic needs, a nucleus (any feature or characteristic of a place they might visit) and at least one marker (information) about nucleus"*  
(Leiper, 1990: 381).

Perkembangan suatu daerah menjadi destinasi wisata dipengaruhi oleh beberapa faktor, seperti:

1. *attractive to client,*
2. *facilities and attraction,*
3. *geographic location,*
4. *transport link,*
5. *political stability,*
6. *healthy environment,*
7. *no government restriction* (Jackson, 1989).

Suatu destinasi harus menyediakan kebutuhan yang diperlukan oleh wisatawan, agar tujuan kunjungan seorang wisatawan dapat terpenuhi. Jackson (1989) menyebutkan bahwa ada empat elemen utama untuk mencapai tujuan umum dan khusus dari wisatawan, yaitu *facilities, accomodation, transportation, dan attraction*. Selanjutnya Smith (1988) mengklasifikasikan berbagai kebutuhan barang dan jasa yang harus disediakan oleh suatu daerah tujuan wisata ke dalam enam kelompok besar, yaitu:

1. *Transportation,*
2. *Travel service,*

3. *Accommodation,*
4. *Food service,*
5. *Activities and attractions (recreation/culture/entertainment ),*
6. *Retail goods.*

Atraksi (objek dan daya tarik) merupakan komponen yang sangat vital, karena atraksi merupakan faktor utama seorang wisatawan mengunjungi suatu daerah tujuan wisata. Menurut Gunn (1972: 24), "*the attractions represent the most important reasons for travel to destinations*".

Menurut MacCannel (1989: 41), *tourism attraction* merupakan *empirical relationships between a tourist, a site, and a marker*. *Tourist* adalah representasi dari komponen human (manusia); *site* meliputi wilayah destinasi atau entitas fisik; dan *the marker* merupakan sekumpulan informasi yang digunakan oleh wisatawan untuk mengidentifikasi serta memberikan makna terhadap suatu destinasi. Tetapi menurut Lew (1987), dalam hubungannya *tourist-site-marker*, pada akhirnya semuanya merupakan *attraction*, termasuk *service* dan *facilities*, yang menjadi penyebab utama seorang wisatawan berkunjung. Menurut Lew prioritas diberikan pada aspek pokok dari suatu atraksi, yaitu:

1. Aspek *Ideographic*: mendeskripsikan keunikan dari suatu lokasi, yang umumnya berasosiasi dengan wilayah kecil.
2. Aspek *Organizational*: fokusnya adalah wilayah, kapasitas, dan struktur organisasi terkait.
3. Aspek *Cognitive*: unsur informasi dan pelayanan, yang membuat seorang wisatawan benar-benar merasa sebagai wisatawan (*a place that foster the feeling of being a tourist*).

Atraksi bukan hanya terletak pada suatu daerah kecil, melainkan ada pada skala yang bertingkat atau dalam hirarki, mulai dari objek yang sangat kecil dan spesifik di dalam lokasi tersebut, sampai ke seluruh negara dan benua. Bagian atas hirarki atraksi dikenal sebagai *attraction core* (atraksi inti, seperti Menara Eiffel di Paris) dan *attraction periphery* (Paris di benua Eropa di mana Menara Eiffel berada).

Terkait dengan perkembangan suatu daerah tujuan wisata, Noronha (1977), mengembangkan teori Greenwood, yang membagi perkembangan suatu destinasi (DTW) dalam tiga fase, yaitu (1) *discovery*, (2) *Local response and initiative*, dan (3) *institutionalization*. Pada fase pertama, perkembangan pariwisata terjadi secara spontan dan sporadis, karena adanya respon masyarakat untuk mengakomodasi wisatawan yang mulai mengunjungi daerahnya. Pada fase kedua, inisiatif masyarakat lokal sudah intensif dan ada peran pemerintah

dalam pengaturannya. Pada akhirnya sistem pariwisata dikuasai atau didominasi oleh pihak luar (fase III), di saat pariwisata sudah menjadi "industri" yang berskala internasional. Pada fase tersebut, masyarakat lokal menjadi terpinggirkan, di mana manfaat yang didapatkan dari pariwisata sudah jauh lebih kecil dibandingkan manfaat yang bocor keluar.

Model yang dikembangkan oleh Noronha bersifat linier, dan tidak dapat kembali (*irreversible*). Model lain yang bersifat siklik dikembangkan oleh Butler (1980), dengan istilah *Destination area lifecycle*, yang mencangkup tujuh fase, yaitu: (1) eksplorasi, (2) keterlibatan, (3) pembangunan, (4) konsolidasi (5) stagnasi, (6) penurunan, dan (7) peremajaan.

Tabel 2.2 *Destination Lifecycle*

<p><i>Exploration</i> (Eksplorasi, penemuan)</p>	<p>Daerah tujuan wisata mulai ditemukan, dan dikunjungi secara terbatas dan sporadis khususnya bagi wisatawan petualang. Pada tahap ini terjadi kontak yang tinggi antara wisatawan dengan masyarakat lokal, karena wisatawan menggunakan fasilitas lokal yang sudah tersedia. Karena jumlah yang terbatas dan frekuensi yang jarang, maka dampak sosial-budaya dan sosial-ekonomi pada tahap ini masih sangat kecil.</p>
<p><i>Involvement</i> (Keterlibatan)</p>	<p>Dengan meningkatnya jumlah kunjungan, maka sebagian masyarakat lokal mulai menyediakan berbagai fasilitas yang memang khusus diperuntukkan bagi wisatawan. Kontak antarwisatawan dengan masyarakat lokal masih tinggi, dan masyarakat sudah mengubah pola-pola sosial yang ada untuk merespon perubahan ekonomi yang terjadi. Di sinilah mulainya suatu daerah menjadi destinasi wisata, yang ditandai dengan adanya advertensi atau promosi.</p>
<p><i>Development</i> (Pembangunan)</p>	<p>Investasi mulai masuk, serta mulai munculnya pasar pariwisata secara sistematis. Daerah semakin terbuka secara fisik, dan advertensi (promosi) semakin intensif, fasilitas lokal sudah tersisih atau digantikan oleh fasilitas yang benar-benar turistik dengan standar internasional, dan atraksi buatan sudah mulai dikembangkan menambahkan atraksi yang asli alami. Berbagai barang dan jasa impor sudah menjadi keharusan, termasuk tenaga kerja asing, untuk mendukung perkembangan industri pariwisata yang pesat.</p>
<p><i>Consolidation</i> (Konsolidasi)</p>	<p>Pariwisata sudah dominan dalam struktur ekonomi daerah, dan dominasi ekonomi ini dipegang oleh jaringan internasional atau <i>major chains and franchises</i>. Jumlah kunjungan wisata masih naik, tetapi pada tingkat yang lebih rendah. Pemasaraan semakin gencar dan diperluas untuk mengisi berbagai fasilitas yang sudah dibangun. Fasilitas lama sudah mulai ditinggalkan atau tidak laku.</p>
<p><i>Stagnation</i> (Stagnasi)</p>	<p>Kapasitas berbagai faktor telah terlampaui (di atas daya dukung, <i>carrying capacity</i>), sehingga menimbulkan masalah ekonomi, sosial, dan lingkungan. Kalangan industri sudah mulai bekerja berat untuk memenuhi kapasitas dari fasilitas yang dimiliki, khususnya dengan mengharapkan <i>repeater guests</i> atau wisata konvensi/bisnis. Pada fase ini, atraksi buatan sudah menggantikan atraksi asli alami (baik-budaya maupun alam), citra awal sudah meluntur, dan destinasi tidak lagi populer</p>

Pasca-Stagnasi	
Bagian 1: <i>Decline</i> (Penurunan)	Wisatawan sudah beralih ke destinasi baru atau pesaing dan yang tinggal hanya sisa-sisa khususnya wisatawan yang datang untuk berakhir pekan. Banyak fasilitas wisata sudah beralih atau dialihkan fungsinya untuk kegiatan non-pariwisata sehingga destinasi semakin tidak menarik bagi wisatawan. Partisipasi lokal mungkin meningkat lagi, terkait dengan harga yang merosot turun dengan melemahnya pasar. Destinasi bisa berkembang menjadi destinasi kelas rendah ( <i>a tourism slum</i> ) atau sama sekali secara total kehilangan diri sebagai destinasi wisata.
Bagian 2: <i>Rejuvenation</i> (Peremajaan)	Perubahan secara dramatis bisa terjadi (sebagai hasil usaha dari berbagai pihak), menuju perbaikan atau peremajaan. Peremajaan ini bisa terjadi karena adanya inovasi dalam pengembangan produk baru, atau menggali dan memanfaatkan sumberdaya alam dan budaya yang sebelumnya belum dimanfaatkan.

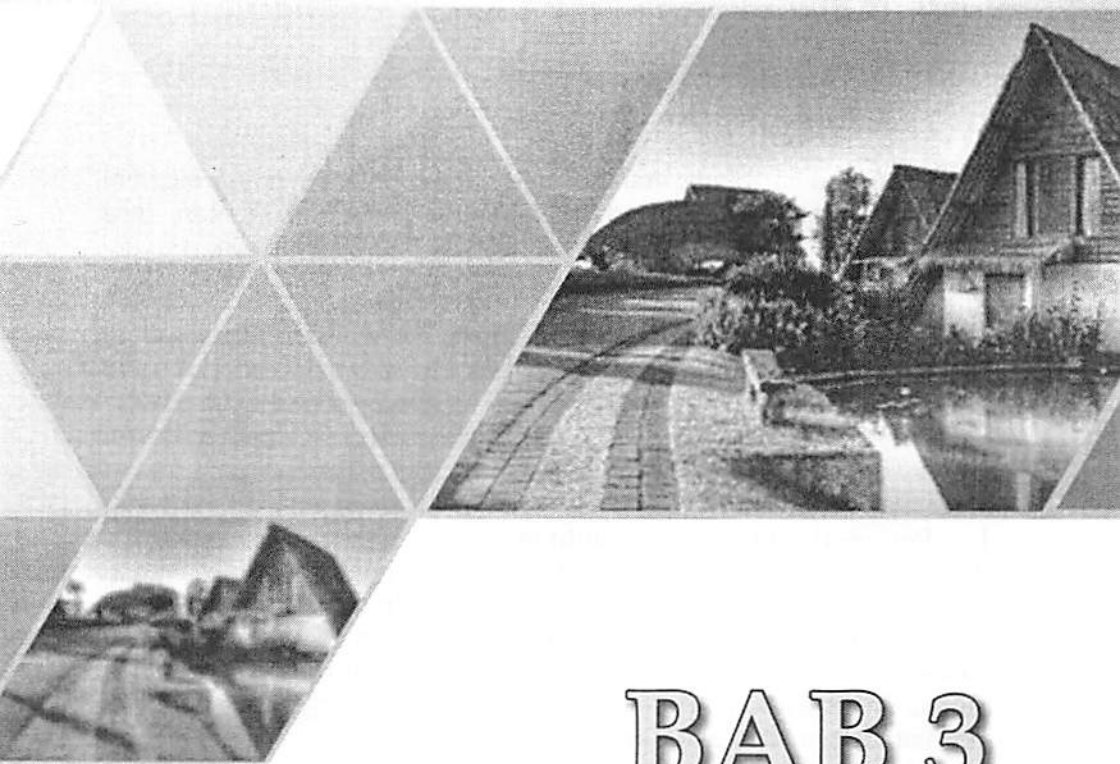
Sumber: Butler, R (1980), dari "The Canadian Geographer", Vol.24, No.1

Model yang dikembangkan oleh Butler tersebut banyak dipakai sebagai rancangan di dalam penelitian. Namun, ada beberapa kritik terkait model *destination lifecycle* antara lain seperti di bawah ini.

1. Model tidak memberikan batasan yang jelas, kapan suatu tahap selesai, dan kapan tahap lainnya di mulai. Tanpa pembatasan yang jelas maka sulit untuk melakukan identifikasi telah sampai di tahapan mana.
2. Model tidak mengaitkan suatu destinasi dengan lingkungan strategis yang lebih luas seperti kompetisi, substitusi, perubahan, selera konsumen, ataupun lingkungan sosial-politik serta kebijakan pemerintah setempat.
3. Model tidak mampu memberikan prakiraan atau *forecasting* ke depan.







# BAB 3

## PERAN SEKTOR PARIWISATA DALAM PEREKONOMIAN

### A. INDUSTRI DAN EKONOMI PARIWISATA

Pariwisata berasal dari bahasa Sangsakerta, yang terdiri dari dua suku kata, yaitu “pari” dan “wisata”. Pari berarti banyak, berkali-kali atau berputar-putar, sedangkan wisata berarti perjalanan, bepergian yang sinonim dengan kata “travel” dalam bahasa Inggris (Yoeti, 1996: 112). Menurut Undang-undang Nomor 9 Tahun 1990 tentang Kepariwisata Bab I Pasal I; dinyatakan bahwa wisata adalah kegiatan perjalanan atau sebagian dari kegiatan tersebut yang dilakukan secara sukarela serta bersifat sementara untuk menikmati obyek dan daya tarik wisata.

Definisi yang luas, pariwisata adalah perjalanan dari satu tempat ke tempat lain, bersifat sementara, dilakukan perorangan maupun kelompok, sebagai usaha mencari keseimbangan atau keserasian dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup dalam dimensi sosial, budaya, alam dan ilmu. Sedangkan dalam literatur lainnya, pariwisata merupakan

salah satu industri yang mampu menyediakan pertumbuhan ekonomi yang cepat dalam hal penyediaan lapangan kerja, pendapatan, taraf hidup, dan dalam efek *multiplier* sektor bagi produksi lainnya.

Menurut arti terminologi, pariwisata dapat terbentuk apabila ada pelaku wisata (*demand*) yang memang mempunyai motivasi untuk melakukan perjalanan wisata, ketersediaan infrastruktur pendukung, keberadaan obyek wisata dan atraksi wisata yang didukung dengan sistem promosi dan pemasaran yang baik serta pelayanan terhadap para pelaku wisata (*supply*).

### 1. Pariwisata dari Sisi Permintaan

*World Tourism Organization*, WTO (1995) mendefinisikan permintaan pariwisata sebagai permintaan terhadap barang dan jasa yang muncul karena adanya kegiatan pariwisata. Pihak yang melakukan permintaan adalah wisatawan sebagai konsumen, pemerintah dan swasta dalam rangka investasi dan promosi wisata. Terdapat tiga elemen dasar permintaan pariwisata, antara lain:

- 1) Permintaan aktual atau efektif
- 2) *Suppressed demand* (permintaan yang ditunda)
- 3) Tidak ada permintaan

Dari ketiga elemen dasar tersebut, permintaan aktual merupakan permintaan terealisasi, sehingga dapat diukur atau didefinisikan secara jelas. Sedangkan kedua elemen lainnya masih merupakan permintaan yang sulit untuk dianalisa, karena belum terealisasi transaksinya.

### 2. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Permintaan Pariwisata

Pariwisata lebih banyak dilakukan ketika pendapatan meningkat. Di saat banyak keluarga yang memasuki kelompok pendapatan tinggi, maka permintaan untuk berwisata meningkat lebih cepat dari pendapatan. Permintaan dalam kepariwisataan dibagi dua, yaitu:

- 1) *Potensial Demand*, yaitu sejumlah orang yang berpotensi untuk melakukan perjalanan wisata, dan
- 2) *Actual Demand*, adalah orang-orang yang melakukan perjalanan wisata pada suatu daerah tujuan wisata (Yoeti, 2008). Sedangkan permintaan dalam industri pariwisata ditentukan oleh beberapa faktor yang dikelompokkan dalam *general demand* dan *specific demand* sebagai berikut:
  - a. *General Demand Factor*
    - *Purchasing Power*  
Kekuatan untuk membeli banyak barang ditentukan oleh pendapatan yang siap dibelanjakan (*disposable*

*income*) yang erat kaitannya dengan standar hidup dan intensitas perjalanan yang dilakukan. Semakin tinggi pendapatan seseorang maka semakin tinggi pula kemungkinan seseorang untuk melakukan perjalanan wisata.

- ***Demographic Structure and Trends***  
Permintaan pariwisata ditentukan oleh besarnya jumlah penduduk, pertumbuhan penduduk, serta struktur usia penduduk. Jumlah penduduk yang banyak dengan pendapatan per kapita yang kecil akan memperkecil kemungkinan/kesempatan melakukan perjalanan wisata. Usia penduduk yang masih muda dengan pendapatan relatif tinggi cenderung akan melakukan perjalanan wisata dibandingkan dengan penduduk yang berusia pensiun.
- ***Social and Culture Factors***  
Industrialisasi yang menyebabkan meningkatnya pemerataan pendapatan dalam masyarakat sehingga waktu senggang pun meningkat, yang menyebabkan orang-orang berkecenderungan sering melakukan perjalanan wisata.
- ***Travel Motivation and Attitudes***  
Motivasi untuk melakukan perjalanan wisata sangat erat hubungannya dengan kondisi sosial dan budaya masyarakatnya. Masih eratnyahubungankekeluargaan masyarakat dan tradisi saling berkunjung satu dengan yang lain sehingga meningkatkan permintaan untuk melakukan perjalanan wisata.
- ***Opportunities to travel and Tourism Marketing Intensity***  
Adanya *Meeting, Incentive, Convention* dan *Exhibition* (MICE) membuka kesempatan untuk melakukan perjalanan wisata karena biaya perjalanan yang telah ditanggung perusahaan, dan adanya kesempatan bersama keluarga untuk ikut melakukan perjalanan wisata.

b. ***Determining Specific Demand Factors***

Faktor-faktor penentu permintaan yang lebih spesifik dari daerah tujuan wisata tertentu yang hendak dikunjungi adalah sebagai berikut:

- **Harga**  
Secara umum, *price differentiation* berlaku dalam kepariwisataan sebagai suatu strategi dalam

pemasaran. Faktor harga sangat menentukan dalam persaingan antara sesama operator. Bila perbedaan dalam kesediaan fasilitas tidak berbeda jauh, wisatawan cenderung akan memilih harga paket wisata yang lebih murah.

- **Daya Tarik Wisata**

Daya tarik yang terdapat di daerah tujuan wisata yang akan dikunjungi sangat mempengaruhi pemilihan daerah tujuan wisata. Orang tidak mau mengunjungi daerah wisata dengan daya tarik biasa saja, karena mereka harus membayar dan meluangkan waktu untuk melakukan perjalanan wisata. Daya tarik tujuan wisata dapat di dukung dengan fasilitas dan infrastruktur yang lengkap dan memadai.

- **Kemudahan Berkunjung**

Kemudahan transportasi ke daerah tujuan wisata yang akan dikunjungi akan mempengaruhi pilihan wisatawan. Tersedianya prasarana yang memadai akan menjadi faktor penting dalam menentukan perjalanan wisata yang akan dilakukannya. Wisatawan akan mempertimbangkan hal-hal seperti; bandara yang bersih dan nyaman, jalan yang mulus menuju obyek wisata, transportasi yang mudah dan nyaman, dan lain sebagainya.

- **Informasi dan Layanan Sebelum Kunjungan**

Faktor *Tourism Information Service* sangat penting untuk diketahui wisatawan karena dapat memberikan gambaran dan penjelasan tentang tempat-tempat yang akan dikunjungi wisatawan, kendaraan yang akan dipakai, waktu dan apa saja yang perlu dibawa, pelayanan pemesanan tiket, perpanjangan visa, penukaran valuta asing, dan sebagainya.

- **Citra**

Wisatawan memiliki kesan dan harapan tersendiri tentang daerah tujuan wisata yang akan dikunjungi. Kunjungan wisata yang dilakukan diharapkan terhindar dari pikiran negatif seperti bencana alam atau bom sehingga akan meninggalkan kesan yang baik saat mereka kembali ke daerah/negara asalnya. Keramahtamahan penduduk di daerah tujuan wisata menjadi pertimbangan dalam menciptakan citra yang bagus di mata wisatawan.

### 3. Pariwisata dari Sisi Penawaran

Penawaran pariwisata merupakan suatu keinginan dari pengelola pariwisata untuk menawarkan hal-hal yang menarik dari obyek wisata yang dikelola baik dari segi keunikan obyek wisata tersebut maupun pemandangan/cenderamata yang ada di daerah obyek wisata tersebut pada tingkat harga yang telah ditentukan.

### 4. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Penawaran Pariwisata

Ada empat aspek yang harus diperhatikan dalam penawaran pariwisata. Faktor-faktor yang mempengaruhi penawaran pariwisata tersebut adalah sebagai berikut (Yoeti,1996: 165):

- 1) *Attraction* (daya tarik)  
Daerah tujuan wisata (selanjutnya disebut DTW) untuk menarik wisatawan pasti memiliki daya tarik, baik daya tarik berupa alam, masyarakat, dan budayanya.
- 2) *Accesable* (transportasi)  
*Accesable* dimaksudkan agar wisatawan domestik dan mancanegara dapat dengan mudah menjangkau ke tempat wisata.
- 3) *Amenities* (fasilitas)  
*Amenities* memang menjadi salah satu syarat daerah tujuan wisata agar wisatawan nyaman tinggal lebih lama di DTW.
- 4) *Ancillary* (kelembagaan)  
Adanya lembaga pariwisata, membuat wisatawan akan semakin sering mengunjungi dan mencari DTW karena merasakan keamanan, (*protection of tourism*), dan terlindungi.

Suatu obyek pariwisata harus memenuhi tiga kriteria agar obyek tersebut diminati oleh pengunjung, diantaranya:

- 1) *Something to see* adalah obyek wisata tersebut harus mempunyai sesuatu yang bisa dilihat atau dijadikan tontonan oleh pengunjung wisata. Obyek tersebut harus mempunyai daya tarik khusus yang menarik minat wisatawan untuk berkunjung di obyek tersebut.
- 2) *Something to do* adalah agar wisatawan yang melakukan pariwisata di sana bisa mendapatkan perasaan senang, bahagia, *relax*, dengan menggunakan fasilitas rekreasi baik itu arena bermain ataupun tempat makan, terutama makanan khas dari tempat tersebut sehingga mampu membuat wisatawan lebih betah tinggal di sana.
- 3) *Something to buy* adalah fasilitas untuk wisatawan berbelanja yang pada umumnya adalah ciri khas atau *icon* dari daerah tersebut, agar dapat dijadikan oleh-oleh.

## B. KONTRIBUSI PARIWISATA TERHADAP EKONOMI NASIONAL

### 1. Pariwisata Sebagai Sektor Ekonomi yang Sedang Tumbuh

Industri pariwisata sering dianggap sebagai jawaban untuk menghadapi berbagai masalah ekonomi Indonesia. Kesulitan ekonomi yang diakibatkan oleh ekspor non-migas yang menurun, impor yang naik, dan pembangunan ekonomi yang timpang, dipandang dapat diatasi dengan industri pariwisata karena industri pariwisata dapat menciptakan lapangan kerja baru yang memberikan lebih banyak peluang ekonomi. Industri pariwisata juga menjadi sarana untuk menjaga dan memperbaiki lingkungan dan mendorong pembangunan ekonomi regional. Bagi Indonesia, diharapkan pariwisata dapat menyumbang neraca pembayaran, meningkatkan pengertian internasional, menumbuhkan rasa saling menghormati dan toleransi.

Aspek ekonomi pariwisata tidak hanya berhubungan dengan kegiatan ekonomi yang langsung berkaitan dengan kegiatan pariwisata, seperti usaha perhotelan, restoran, dan penyelenggaraan paket wisata. Akan tetapi, banyak kegiatan ekonomi lainnya yang berhubungan erat dengan pariwisata, seperti transportasi, telekomunikasi, dan bisnis eceran.

Di samping menjadi mesin penggerak ekonomi, pariwisata juga merupakan wahana yang menarik untuk mengurangi angka pengangguran mengingat berbagai jenis wisata dapat ditempatkan dimana saja (*footlose*). Oleh sebab itu pembangunan wisata dapat dilakukan di daerah yang pengaruh penciptaan lapangan kerjanya paling menguntungkan.

Pariwisata di Indonesia telah dianggap sebagai salah satu sektor ekonomi penting. Bahkan sektor tersebut diharapkan dapat menjadi penghasil devisa nomor satu. Dalam situasi demikian muncul pertanyaan: kebijaksanaan mana yang lebih baik, mengikuti cara Nusa Dua ataukah Pantai Kuta agar kegiatan pariwisata dapat menghasilkan manfaat ekonomi yang paling banyak bagi negara dan juga bagi masyarakat? Apakah pengembangan kegiatan pariwisata dilakukan di segenap wilayah Indonesia atau hanya di beberapa daerah tertentu yang dianggap paling siap? Ada niat untuk menarik wisatawan dalam jumlah besar, sebelumnya harus disadari bahwa jumlah yang besar dan hanya terkonsentrasi di tempat-tempat tertentu dapat menurunkan kualitas kehidupan masyarakat yang pada akhirnya justru akan menghilangkan daya tarik daerah tersebut. Perlu disadari bahwa keindahan lingkungan alam dapat terganggu bila jumlah dan kualitas perilaku wisatawan yang berkunjung ke daerah tersebut tidak dapat dikendalikan secara efektif.

Pengembangan pariwisata di suatu daerah tertentu perlu melibatkan penduduk setempat sehingga mereka dapat ikut berperan dan menarik manfaat dari kegiatan tersebut. Pengembangan pariwisata memerlukan modal. Modal dapat berasal dari pemerintah maupun swasta. Dalam situasi di mana pemerintah terpaksa harus bekerja dengan sumber daya yang amat terbatas, diharapkan pihak swasta dapat berperan lebih besar dengan ikut mendanai pembangunan berbagai prasarana, terutama yang berkaitan langsung dengan pembangunan objek atau daerah tujuan wisata.

Bagi investor swasta, keikutsertaan dalam pembangunan prasarana wisata jelas merupakan beban investasi tersendiri. Namun demikian, investor mendapatkan imbalan berupa hak tertentu. Di mana pemberian hak tersebut hendaknya tidak mengganggu kepentingan pihak lain. Kebijakan yang menjamin perlakuan terhadap investor, hendaknya direncanakan dengan cermat dan dengan mempertimbangkan hak dan kebutuhan dari pihak lainnya, termasuk hak dan kebutuhan wisatawan dan masyarakat setempat. Dengan adanya keikutsertaan pihak swasta dalam pembangunan prasarana wisata, maka modal publik dapat dipusatkan pada proyek yang menciptakan sinergi bersama-sama dengan proyek yang telah dirintis oleh sektor swasta. Hal tersebut berarti di masa mendatang dapat diharapkan akan ada kerja sama antara pemerintah dan sektor wisata.

Ada beberapa masalah mendasar yang berkaitan dengan kebijaksanaan pariwisata. Misalnya, masih harus ada kesepakatan mengenai perimbangan biaya untuk promosi dan pembangunan yang didanai sektor publik. Dengan pendanaan pemerintah tersebut telah betul-betul melancarkan pembangunan pariwisata atau justru menyebabkan pelaku industri wisata menjadi kurang peka terhadap kebutuhan wisatawan sehingga mereka menjadi kurang aktif dalam memberikan layanan yang terbaik bagi wisatawan.

Banyak anggapan bahwa kebijaksanaan pariwisata baik secara nasional maupun daerah, seperti dirancang khusus untuk kepentingan operator wisata saja. Pemerintah sebaiknya lebih peka terhadap kebutuhan dan keinginan wisatawan, operator wisata, serta masyarakat dalam menghadapi perbedaan kepentingan. Pemerintah harus berupaya menyeimbangkan perbedaan kepentingan sehingga pariwisata bisa memberikan manfaat bagi semua pihak yang berkepentingan secara adil. Hal tersebut dapat tercapai bila kegiatan pariwisata bersifat ramah lingkungan. Borley (1992) menyatakan bahwa lingkungan memiliki nilai intrinsik yang jauh melebihi nilainya sebagai aset pariwisata. Agar aset pariwisata dapat dinikmati oleh generasi mendatang dan agar bertahan

dalam jangka panjang, lingkungan seharusnya tidak dipertaruhkan hanya karena pertimbangan jangka pendek.

Namun demikian, kegiatan wisata juga dapat membawa dampak negatif. Pariwisata sering dianggap sebagai penyebab macetnya lalu lintas, kerusakan lingkungan, kehancuran warisan budaya bangsa, dan membawa masuk nilai budaya dan kebiasaan yang negatif.

## **2. Mengapa Diperlukan Kebijakan Pariwisata?**

Pariwisata dipandang sebagai suatu kegiatan ekonomi sehingga pariwisata harus dicermati seperti kegiatan ekonomi lainnya. Seperti halnya dengan kegiatan ekonomi lainnya, isu yang berkembang di sektor ini pun berkaitan dengan sumber daya dan dana. Dalam kondisi tersebut orang harus memilih: antara pariwisata dengan kegiatan lainnya, antara berbagai jenis pariwisata, dan antara daerah tujuan wisata yang satu dengan daerah tujuan wisata lainnya.

Dampak negatif kegiatan pariwisata terhadap kelestarian lingkungan dan warisan budaya nasional, adalah hal-hal yang banyak digunakan sebagai alasan campur tangan pemerintah. Pembangunan pariwisata memerlukan dukungan kebijakan pariwisata yang tepat, yang mampu menjadi pijakan dan panduan bagi tindakan strategik di masa mendatang. Hal tersebut penting bagi pembangunan pariwisata yang berkelanjutan. Misalnya, pasar wisata sering terdapat di daerah yang memiliki keunggulan komparatif karena keindahan alamnya. Karena daerah itu mampu menarik begitu banyak wisatawan maka lalu lintas menjadi macet, terjadi polusi dan juga kerusakan terhadap lingkungan yang sebenarnya merupakan dasar keunggulan daerah tersebut. Sementara itu pihak swasta dengan kepemilikan swasta dapat memecahkan masalah tersebut dengan menarik biaya dari para wisatawan yang datang ke objek wisata tersebut dan memanfaatkan sebagian pendapatannya untuk menjaga nilai pasarnya.

Namun sebagian besar pasar wisata adalah milik publik atau umum, seperti taman, pantai dan pegunungan. Aset seperti itu seringkali masih dianggap sebagai aset alamiah yang tidak perlu dipelihara. Dengan kata lain pasar wisata dengan tidak adanya hak kepemilikan, maka tidak layak diberi kebijakan. Dalam situasi seperti itu masyarakat setempat seringkali memerlukan tindakan kolektif dari pemerintah sebagai pilihan yang paling nyata dan populer. Namun tindakan kolektif tersebut dapat menjadi kontroversial karena cenderung membedakan orang atas dasar kemampuannya dalam membayar.

Pariwisata dapat menimbulkan pertentangan hak, terutama antara



hak daerah dan pusat terhadap orang luar atau asing. Persengketaan semacam itu sering diselesaikan melalui proses politik dan pasar politik (*political markets*). Dalam kaitan ini terdapat bahaya, yaitu bahwa kegagalan pasar akan dimanfaatkan untuk membenarkan dan menjadi alasan bagi setiap bentuk campur tangan pemerintah, baik di tingkat daerah maupun nasional. Situasi ini akan menjadi lahan subur untuk terjadinya kolusi antara kepentingan pribadi-pribadi tertentu dengan jabatan publik. Jelaslah bahwa isu-isu tersebut hanya bisa diselesaikan dengan kebijaksanaan publik yang dapat menengahi kebutuhan dan keinginan yang saling bertentangan dari berbagai pihak yang berkepentingan.

Luasnya kegiatan pariwisata terutama di tingkat internasional dengan situasi dimana batas antarnegara semakin hilang, telah menjadikan pariwisata sebagai suatu kegiatan penting yang turut mempengaruhi hubungan internasional. Peran pariwisata dalam mempengaruhi hubungan internasional sering diabaikan, padahal sangat penting. Perannya mencangkup pertama, aliran wisatawan lintas batas negara mempunyai dampak politik yang nyata dan dapat mempengaruhi integrasi regional seperti tampak di negara-negara Eropa (Lijphart, 1964 dalam Richer, 1989) seperti halnya di kawasan Asia Tenggara yakni antara negara-negara Asean.

Kedua, aliran wisatawan sering dianggap sebagai peramal kerjasama internasional. Richter (1989) menyatakan bahwa aliran wisatawan merupakan peramal yang handal bagi bantuan ekonomi, meskipun terdapat hubungan yang kecil, atau negatif antara arah dan besarnya aliran wisatawan dengan kemungkinan dukungan politik dari negara tuan rumah untuk situasi politik negara asal wisatawan.

Ketiga, menurut Richter, pemerintah cenderung memakai pariwisata sebagai barometer diplomatik mengenai keakraban dan keterikatan dengan negara lain. Misalnya, Indonesia dan negara Asean lainnya tidak menuntut visa dari wisatawan yang berasal dari sesama negara Asean, tetapi menuntut visa dari wisatawan yang berasal dari negara selain ASEAN.

Keempat, beberapa negara memanfaatkan pariwisata untuk mengembangkan niat baik politik, selain prospek ekonominya. Kegiatan pariwisata direncanakan untuk menghasilkan pemberitaan yang baik yang diperlukan negara tersebut.

Kelima, pariwisata sering dimanfaatkan sebagai senjata politik. Misalnya, dengan melarang penduduknya mengunjungi suatu negara tertentu. Peran pariwisata yang banyak dalam hubungan internasional tidak dapat diabaikan begitu saja tetapi harus dipersiapkan dan dikelola dengan baik.

### 3. Area-Area Kebijakan

Kebijakan-kebijakan pariwisata haruslah mempertimbangkan faktor ekonomi dan faktor-faktor non ekonomi. Tanpa tujuan dan sasaran yang jelas justru akan mengakibatkan perencanaan pengembangan tampak seperti tanpa koordinasi dan tidak akan memberikan hasil yang memuaskan. Beberapa area penting yang perlu dipertimbangkan dalam menetapkan kebijakan pariwisata yakni sebagai berikut:

1. Pengembangan pariwisata dilakukan oleh pemerintah atau swasta?

Di banyak negara berkembang, pihak swasta belum memiliki pengalaman yang cukup, belum memiliki sumber daya, dan bahkan mungkin belum tertarik untuk menanam investasi di sektor pariwisata. Di negara-negara di Asia Selatan, pemerintah mengambil peran aktif di dalam mengembangkan kegiatan pariwisata. Perhatian mereka lebih difokuskan pada pengaruh kegiatan pariwisata internasional terhadap masyarakat lokal. Berbagai dampak non-ekonomi dari pariwisata, serta dampak sosial budaya dan lingkungan, lebih diprioritaskan penanganannya oleh para pembuat kebijakan. Di negara-negara yang sudah maju pun masih terdapat pembatasan-pembatasan dalam kegiatan pariwisata, khususnya pada jenis-jenis pariwisata tertentu, yang dilakukan di lokasi-lokasi yang tertentu pula.

2. Pariwisata Internasional atau Domestik?

Kebanyakan negara berkembang lebih mengutamakan pengembangan pasar wisata internasional karena alasan-alasan tertentu. Namun pasar domestik tidak boleh diabaikan, karena pariwisata domestik mempunyai peranan penting dalam memperkuat identitas nasional dan nilai kebangsaan. Di India penguatan identitas nasional yang dilakukan melalui kegiatan pariwisata domestik telah menjadi bagian penting yang ikut menentukan kebijakan. Sedangkan di Australia peringatan 200 tahun masyarakat Australia dan Tahun Wisata Bangsa-Bangsa merupakan contoh nyata dari kegiatan pariwisata yang digunakan sebagai sarana untuk memperkuat identitas nasional suatu bangsa.

3. Skala Pengembangan Pariwisata

Banyak negara telah mencoba untuk menetapkan sasaran kebijakannya guna memaksimalkan jumlah wisatawan yang berkunjung. Sebagai contoh, daerah tujuan wisata utama Indonesia adalah pulau Bali. Sekitar 60% dari seluruh wisatawan yang datang ke Indonesia berkunjung ke Bali.

Pemerintah Indonesia mengambil kebijakan menggunakan Bali sebagai pusat penyebaran (*point of distribution*). Dari Bali ini pengunjung diarahkan agar mengunjungi pulau-pulau lainnya. Dengan adanya kebijakan tersebut maka diharapkan daerah lain juga dapat berkembang kegiatan pariwisatanya.

#### 4. Pariwisata Tertutup

Pariwisata tertutup memisahkan wisatawan dari masyarakat umum. Pengembangan pariwisata tertutup ini bertujuan untuk mendapatkan keuntungan dari nilai tukar mata uang asing tanpa mempengaruhi kebudayaan-kebudayaan asli akibat datangnya wisatawan asing. Sekitar tahun 60-an, Tanzania menyukai pengembangan pariwisata tertutup untuk melindungi kebudayaan Afrika dari pengaruh wisatawan asing. Pada tingkatan resor, terdapat beragam jenis pariwisata tertutup, misalnya Butlins Holiday Camps di Inggris, Club Med di banyak negara, dan lain-lain. Jenis-jenis pengembangan tersebut diangkat untuk alasan-alasan perlindungan budaya masyarakat sosial yang eksklusif atau kadang juga untuk mencegah kerusakan alam. Ada beberapa perbedaan dalam pengembangan pariwisata tertutup yang dilakukan oleh negara-negara berkembang, di mana terdapat celah pendapatan antara pendatang dan tuan rumah yang sangat besar dan ada perbedaan kebudayaan dan sosial yang dapat mengancam. Hal tersebut membuktikan bahwa kebijakan pariwisata antara negara yang sedang berkembang dengan negara yang sudah maju berbeda dampaknya meskipun kebijakannya sama. Pengoptimalan potensi pariwisata berhubungan dengan kebutuhan:

- a. Sasaran pengembangan untuk sektor pariwisata, dan
- b. Formulasi kebijakan untuk menetapkan sasaran-sasaran tersebut.

Kedua tahap penyusunan kebijakan pariwisata mengikutsertakan intervensi pemerintah. Sedangkan sektor swasta tidak diikutsertakan dalam penentuan kebijakan. Perbedaan-perbedaan utama dalam ketertarikan, pendekatan dan motivasi untuk melakukan investasi pariwisata antara sektor pemerintah dan swasta dalam perencanaan pariwisata adalah untuk meminimalkan konflik-konflik potensial dan untuk menggambarkan *framework* pengembangan dimana sektor swasta akan terlibat. Hal tersebut memberi gambaran bahwa tanpa keterlibatan pemerintah dalam perencanaan pariwisata maka pengembangan industri pariwisata akan mengalami kekosongan arah, dan inisiatif jangka pendek yang mungkin akan membahayakan potensi jangka panjang.

### **C. KONTRIBUSI PARIWISATA TERHADAP EKONOMI DAERAH**

Otonomi Daerah sudah berlangsung sejak 1 Januari 2001, membuat pemerintah daerah sibuk mengatur daerahnya masing-masing agar sesuai dengan aspirasi dan kebutuhan masyarakat. Penyelenggaraan otonomi daerah harus dilaksanakan atas dasar prinsip-prinsip demokrasi, peran serta masyarakat, pemerataan dan keadilan, serta memperhatikan potensi-potensi yang dimiliki oleh daerah. Oleh karena itu, pembangunan yang dilakukan oleh pemerintah harus menentukan prioritas pembangunannya sesuai dengan potensi yang dimiliki oleh daerahnya masing-masing yang salah satunya adalah potensi dalam sektor pariwisata.

Pengembangan sektor pariwisata akan berhasil dengan baik, apabila masyarakat luas berperan atau ikut serta secara aktif. Agar masyarakat luas lebih berperan serta dalam pembangunan kepariwisataan, maka masyarakat perlu diberi pemahaman tentang apa yang dimaksud dengan pariwisata serta manfaat dan keuntungan-keuntungan apa yang akan diperoleh. Disamping itu, masyarakat juga harus mengetahui hal-hal yang merugikan dengan adanya pariwisata tersebut.

Secara historis, tujuan pemerintah serta asosiasi industri dalam hal upayanya mengembangkan potensi dalam sektor pariwisata adalah untuk menjadikan sektor pariwisata tersebut sebagai sumber penghasil devisa dan penerimaan negara, serta mampu menciptakan lapangan kerja. Saat ini, pemerintah menyadari bahwa potensi pada sektor pariwisata adalah alat untuk membangun perekonomian suatu daerah dimana sektor pariwisata berada.

Pariwisata merupakan suatu gejala sosial yang sangat kompleks, yang menyangkut manusia seutuhnya dan memiliki berbagai macam aspek yang penting. Aspek tersebut diantaranya aspek sosiologis, aspek psikologis, aspek ekonomis, aspek ekologis, dan aspek-aspek yang lainnya. Diantara aspek tersebut, aspek yang mendapat perhatian yang paling besar dan hampir merupakan satu-satunya aspek yang dianggap sangat penting adalah aspek ekonomisnya.

Menurut Hutabarat (1992), peranan pariwisata saat ini mencakup: pertama, peranan ekonomi yaitu, sebagai sumber devisa negara; kedua, peranan sosial yaitu, sebagai penciptaan lapangan pekerjaan; dan yang terakhir adalah peranan kebudayaan yaitu, memperkenalkan kebudayaan dan kesenian. Ketiga poin di atas dapat dijelaskan, yaitu sebagai berikut:

a. Peran Ekonomi

- Meningkatkan pendapatan masyarakat dan pemerintah. Peningkatan pendapatan masyarakat dan pemerintah berasal dari pembelanjaan dan biaya yang dikeluarkan wisatawan selama perjalanan dan persinggahannya seperti untuk hotel, makan dan minum, cenderamata, angkutan dan sebagainya. Selain itu, mendorong peningkatan dan pertumbuhan pembangunan di sektor lain. Salah satu ciri khas pariwisata adalah sifatnya yang tergantung dan terkait dengan bidang pembangunan sektor lainnya.
- Pengembangan pariwisata berpengaruh positif pada perluasan peluang usaha dan kerja. Peluang usaha dan kerja tersebut lahir karena adanya permintaan wisatawan. Dengan demikian, kedatangan wisatawan ke suatu daerah akan membuka peluang bagi masyarakat tersebut untuk menyediakan hotel, wisma, *homestay*, restoran, warung, angkutan, dan lain-lain. Peluang usaha tersebut memberikan kesempatan kepada masyarakat lokal untuk bekerja dan sekaligus dapat menambah pendapatan yang dapat menunjang kehidupan rumah tangganya.

b. Peran Sosial

- Sarana dan prasarana seperti hotel, restoran, dan perusahaan perjalanan adalah usaha-usaha yang "padat karya". Untuk menjalankan jenis usaha tersebut dibutuhkan tenaga kerja dan semakin banyak wisatawan yang berkunjung, makin banyak pula lapangan kerja yang tercipta. Di Indonesia penyerapan tenaga kerja yang bersifat langsung adalah dibidang perhotelan, biro perjalanan, pemandu wisata, instansi pariwisata pemerintah yang memerlukan tenaga terampil. Pariwisata juga menciptakan tenaga kerja di bidang yang tidak langsung berhubungan, seperti bidang konstruksi dan jalan.

c. Peran Kebudayaan

- Mendorong pelestarian budaya dan peninggalan sejarah. Indonesia memiliki beraneka ragam adat istiadat, kesenian, peninggalan sejarah yang selain menjadi daya tarik wisata juga menjadi modal utama untuk mengembangkan pariwisata. Oleh karena itu, pengembangan pariwisata harus mengupayakan agar modal utama tersebut tetap terpelihara, dilestarikan dan dikembangkan.
- Mendorong terpeliharanya lingkungan hidup. Kekayaan dan keindahan alam seperti flora dan fauna, taman laut, lembah

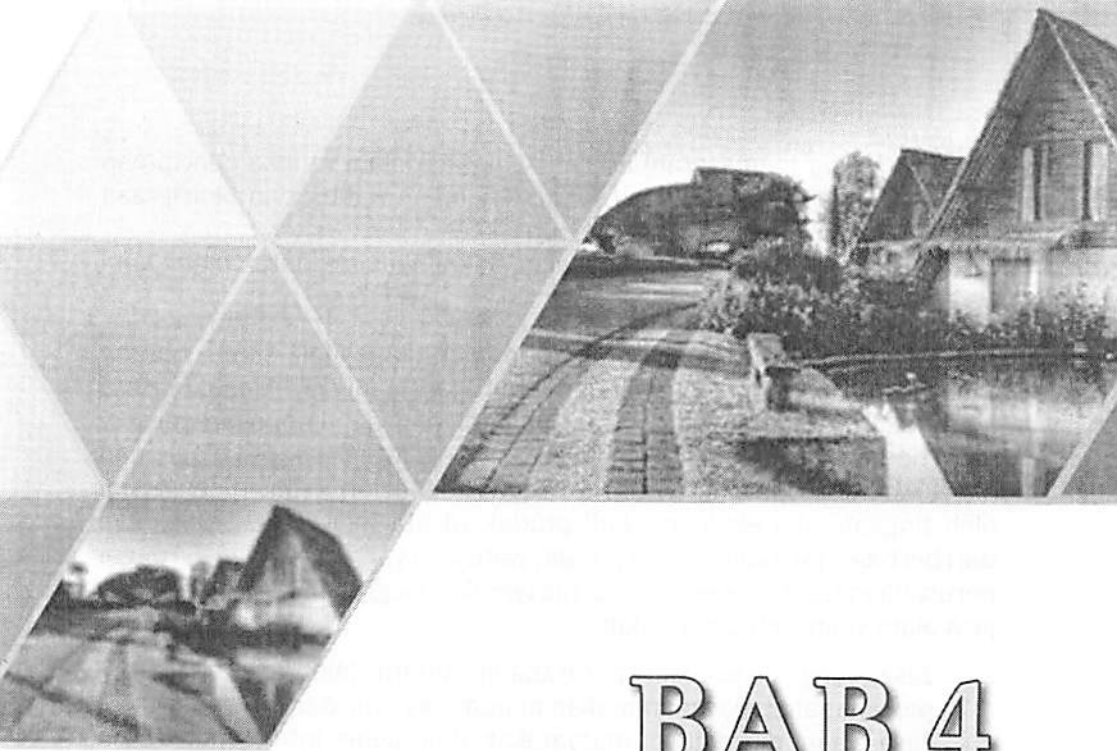
hijau pantai dan sebagainya, merupakan daya tarik wisata. Daya tarik tersebut harus terus dipelihara dan dilestarikan.

- Wisatawan selalu menikmati segala sesuatu yang khas dan asli. Hal tersebut mendorong masyarakat untuk memelihara apa yang menjadi ciri khas untuk diperlihatkan kepada wisatawan.

Perkembangan pariwisata dapat dilihat dari indikator pertumbuhan kunjungan wisatawan asing dan domestik serta pertumbuhan pendapatan dari subsektor perdagangan, hotel, dan sumbangannya terhadap kinerja perekonomian. Indikator kinerja perekonomian adalah pertumbuhan PDRB dan pertumbuhan penyerapan tenaga kerja. Meningkatnya kunjungan wisatawan dan belanja wisatawan akan menciptakan dampak langsung terhadap subsektor perdagangan, hotel, dan restoran. Selanjutnya sesuai dengan teori basis ekonomi, teori basis ekspor, dan teori sektor pemimpin (*leading sector*). Perkembangan pariwisata memberikan pengaruh yang berantai terhadap sektor-sektor ekonomi lainnya, baik yang langsung memasok barang dan jasa untuk keperluan sektor pariwisata maupun yang tidak langsung yakni melalui efek pengganda sehingga PDRB dan total penyerapan tenaga kerja meningkat.

Peningkatan kinerja perekonomian dapat mempengaruhi perubahan struktur ekonomi. Perubahan struktur ekonomi dinilai dengan indikator struktur produksi, yaitu penurunan rasio produksi sektor pertanian terhadap produksi sektor nonpertanian. Perubahan struktur penyerapan tenaga kerja adalah penurunan rasio total tenaga kerja sektor pertanian terhadap penyerapan tenaga kerja sektor nonpertanian.

Peningkatan kinerja perekonomian berpengaruh terhadap kesejahteraan masyarakat. Indikator kesejahteraan masyarakat adalah peningkatan pendapatan per kapita, peningkatan harapan hidup dan peningkatan penduduk melek huruf. Meningkatnya pendapatan per kapita menyebabkan akses terhadap kesehatan dan pendidikan pun akan meningkat. Kesejahteraan masyarakat di samping dipengaruhi oleh peningkatan kinerja perekonomian juga dipengaruhi oleh perubahan struktur ekonomi. Pergeseran kontribusi sektor pertanian ke nonpertanian akan mengakibatkan akses terhadap pendidikan dan kesehatan pun meningkat.



# BAB 4

## POTENSI DAN TANTANGAN PENGEMBANGAN PARIWISATA

### A. PRODUK-PRODUK WISATA

#### 1. Definisi Produk Wisata

Pada umumnya yang dimaksud dengan *product* adalah sesuatu yang dihasilkan melalui suatu proses produksi. Tujuan akhir dari suatu proses produksi adalah suatu barang (produk) yang dapat digunakan untuk berbagai tujuan guna memenuhi kebutuhan manusia.

Usaha untuk memenuhi kebutuhan manusia dalam ilmu ekonomi, dikelompokkan dalam tiga bagian yaitu *Production*, *Marketing*, dan *Consumption*, antara lain:

1. *Production* (produksi) adalah suatu rangkaian kegiatan yang berhubungan dengan penciptaan suatu barang atau jasa dalam bentuk yang diinginkan (*Form Utility*).

2. *Marketing* (pemasaran) adalah kegiatan dalam rangka penciptaan kegunaan tempat (*Place Utility*), kegunaan waktu, dan penciptaan kegunaan kepemilikan.
3. *Consumption*, disebut pemakaian, yakni aktivitas untuk memenuhi kebutuhan manusia.

Yang dimaksud dengan *utility* adalah kapasitas suatu barang atau jasa untuk dapat memenuhi kebutuhan manusia. Produk wisata merupakan suatu rangkaian jasa yang tidak hanya mempunyai segi-segi yang bersifat ekonomis, tetapi juga yang bersifat sosial, psikologis dan alam, walaupun produk wisata itu sendiri sebagian besar dipengaruhi oleh tingkah laku ekonomi. Jadi produk wisata merupakan rangkaian dari berbagai jasa yang saling terkait, yaitu jasa yang dihasilkan berbagai perusahaan (segi ekonomis), jasa masyarakat (segi sosial/psikologis) dan jasa alam yakni sebagai berikut:

- a. Jasa yang disediakan perusahaan antara lain jasa angkutan, penginapan, pelayanan makan minum, jasa tur dan sebagainya.
- b. Jasa yang disediakan masyarakat dan pemerintah antara lain berbagai prasarana utilitas umum, kemudahan, keramah-tamahan, adat istiadat, seni budaya, dan sebagainya.
- c. Jasa yang disediakan alam antara lain pemandangan alam, pegunungan, pantai, gua alam, taman laut, dan sebagainya.

Produk wisata juga merupakan gabungan dari berbagai komponen antara lain:

1. Atraksi suatu daerah tujuan wisata
2. Fasilitas/amenities yang tersedia.
3. Aksesibilitas ke dan dari daerah tujuan wisata.

Ciri-ciri suatu produk wisata:

1. Hasil atau produk wisata tidak dapat dipindahkan. Karena itu dalam penjualannya tidak mungkin produk ini dibawa konsumen. Sebaliknya, konsumen (wisatawan) yang harus datang ke tempat di mana produk itu dihasilkan. Hal ini berlainan dengan industri barang di mana hasil atau produknya dapat dipindahkan kemana barang tersebut diperlukan oleh konsumen.
2. Produksi dan konsumsi terjadi pada tempat dan saat yang bersamaan. Tanpa adanya konsumen yang membeli produk atau jasa maka tidak akan terjadi produksi.
3. Produk wisata tidak menggunakan standar ukuran fisik tetapi menggunakan standar pelayanan yang didasarkan atas suatu kriteria tertentu.



4. Konsumen tidak dapat mencoba contoh produk itu sebelumnya, bahkan tidak dapat mengetahui atau menguji produk itu sebelumnya.
5. Hasil atau produk wisata banyak bergantung pada manusia dan hanya sedikit yang menggunakan mesin.
6. Produk wisata merupakan usaha yang mengandung risiko besar.

Perubahan situasi perekonomian, politik, sikap suatu masyarakat, akan mempengaruhi investasi di bidang pariwisata. Citra wisata dan kesan (*image*) perjalanan seorang wisatawan disuatu daerah pada hakekatnya tergantung pada produk wisata yang tersedia. Jadi pada hakikatnya definisi produk wisata adalah: "Keseluruhan pelayanan yang diperoleh dan dirasakan atau dinikmati wisatawan sejak ia meninggalkan tempat tinggalnya, sampai ke daerah tujuan wisata yang dipilihnya dan kembali ke rumah di mana ia berangkat semula".

## 2. Produk-produk Wisata di Daerah Istimewa Yogyakarta

Produk-produk wisata yang berpotensi dikembangkan terutama di Daerah Istimewa Yogyakarta adalah Ekowisata. Ekowisata atau Ekoturisme merupakan salah satu kegiatan pariwisata yang berwawasan lingkungan dengan mengutamakan aspek konservasi alam, aspek pemberdayaan sosial budaya ekonomi masyarakat lokal serta aspek pembelajaran dan pendidikan.

Ekowisata dimulai ketika dirasakan adanya dampak negatif pada kegiatan pariwisata konvensional. Dampak negatif dikemukakan dan dibuktikan oleh para ahli lingkungan, tapi juga para budayawan, tokoh masyarakat dan pelaku bisnis pariwisata itu sendiri. Dampak tersebut berupa kerusakan lingkungan, terpengaruhnya budaya lokal secara tidak terkontrol, berkurangnya peran masyarakat setempat dan persaingan bisnis yang mulai mengancam lingkungan, budaya dan ekonomi masyarakat setempat.

Awalnya ekowisata dijalankan dengan cara membawa wisatawan ke objek wisata alam yang eksotis, ramah lingkungan. Sedang pada proses kunjungan sebelumnya, pelayanan memanjakan wisatawan namun memberikan dampak negatif pada lingkungan.

## 3. Sejarah Ekowisata

Kegiatan ekowisata yang pertama adalah kegiatan safari (berburu hewan di alam bebas) yang dilakukan oleh para petualang dan pemburu di Afrika. Kegiatan tersebut marak dilakukan pada awal 1900. Pemerintahan Kenya mengambil kesempatan dengan membuka peluang bisnis dari kegiatan safari tersebut. Pemerintah Kenya yang

baru merdeka, dengan sumber daya flora dan fauna yang dimilikinya menjual kegiatan petualangan safari kepada para pemburu yang ingin merasakan sensasi padang safana dan mamalia Afrika yang liar dan eksotis. Pemerintah Kenya menjual satu ekor singa sebagai buruan seharga USS27.000 pada tahun 1970. Pada akhirnya pemerintah sadar bahwa perburuan yang tidak terkendali dapat mengakibatkan kepunahan spesies flora atau fauna dan mengganggu keseimbangan ekosistem yang ada. Pemerintah Kenya pun melakukan banyak perubahan di dalam pelaksanaan kegiatan safari dan mulai menerapkan konsep-konsep ekowisata modern di dalam industri pariwisatanya.

Di Afrika, evolusi kegiatan ekowisata menarik untuk dipelajari. Seperti kegiatan perburuan binatang (singa, kerbau, gajah, badak, dan lain sebagainya) yang sebelumnya dianggap dapat mengganggu kelestarian suatu spesies ternyata kalau dilakukan secara selektif justru dapat meningkatkan populasi spesies tersebut atau spesies yang lainnya. Kesimpulan didapatkan dari fakta bahwa banyak kelompok keluarga singa yang didominasi oleh jantan yang sudah tua berhenti berkembang biak dan tidak lagi melahirkan anak-anak singa yang baru. Ternyata hal tersebut diakibatkan oleh kualitas sperma yang dimiliki oleh si jantan yang telah tua dan tidak baik lagi (mandul) atau tidak lagi memiliki birahi yang tinggi. Membunuh singa jantan yang tua ternyata membuka peluang bagi singa jantan yang muda, sehat dan produktif untuk memimpin kelompok tersebut dan kembali meneruskan garis keturunannya. Semenjak itu kegiatan perburuan singa dan beberapa spesies lainnya mulai diadakan kembali di Kenya dengan spesifikasi dan pengawasan yang ketat dari petugas taman nasional.

Pada akhir tahun 1970 gagasan ekowisata mulai dianggap sebagai suatu alternatif kegiatan wisata tradisional. Tahun 1980-an beberapa badan dunia, peneliti, pencinta lingkungan, ahli-ahli dibidang pariwisata dan beberapa negara mulai mencoba merumuskan dan mulai menjalankan kegiatan tersebut dengan caranya masing-masing.

Rumusan mengenai ekowisata pernah dikemukakan oleh Hector Ceballos-Lascurain pada tahun 1987 sebagai berikut:

*"Ekowisata adalah perjalanan ke tempat-tempat yang masih alami dan relatif belum terganggu atau tercemari dengan tujuan untuk mempelajari, mengagumi dan menikmati pemandangan, flora dan fauna, serta bentuk-bentuk manifestasi budaya masyarakat yang ada, baik dari masa lampau maupun masa kini".*

Bagi kebanyakan orang, terutama para pencinta lingkungan, rumusan yang dikemukakan oleh Hector Ceballos-Lascurain tersebut

berjumlah cukup untuk menggambarkan dan menerangkan kegiatan ekowisata. Rumusan kemudian disempurnakan oleh *The International Ecotourism Society* (TIES) pada awal tahun 1990, sebagai berikut: "Ekowisata adalah kegiatan wisata alam yang bertanggung jawab dengan menjaga keaslian dan kelestarian lingkungan dan meningkatkan kesejahteraan penduduk setempat". Penjelasan tersebut sebenarnya hampir sama dengan yang diberikan oleh Hector Ceballos-Lascurain yaitu sama-sama menggambarkan kegiatan wisata di alam bebas atau terbuka, hanya saja menurut TIES dalam kegiatan ekowisata terkandung unsur-unsur kepedulian, tanggung jawab dan komitmen terhadap keaslian dan kelestarian lingkungan serta kesejahteraan masyarakat setempat. Ekowisata merupakan upaya untuk memaksimalkan dan sekaligus melestarikan potensi sumber daya alam dan budaya masyarakat setempat untuk dijadikan sebagai sumber pendapatan yang berkesinambungan.

Pada awal 1980-an, Costa Rica dipilih oleh PBB sebagai proyek percontohan kegiatan ekowisata. Belajar dari pengalaman di Kenya, pelaksanaan kegiatan di Costa Rica melibatkan berbagai pihak, diantaranya pemerintah, swasta, masyarakat dan badan lingkungan hidup internasional. Proyek tersebut dinilai berhasil dan menjadi contoh bagi pelaksanaan kegiatan ekowisata diseluruh dunia. Saat ini pemerintah Costa Rica memobilisasi masyarakatnya untuk berperan aktif dalam kegiatan ekowisata. Tidak ada hotel berbintang dan bandara internasional yang dibangun di dekat objek wisata alam. Penginapan wisatawan dilakukan di rumah-rumah masyarakat yang terbuka untuk ditinggali sementara oleh para wisatawan (sekarang disebut *home stay* atau rumah singgah). Masyarakatpun tidak menyediakan menu masakan internasional kepada para wisatawan, mereka menyuguhkan masakan tradisional dengan standar kebersihan yang tinggi. Pemerintah Costa Rica yakin bahwa peserta ekowisata bukan hanya tertarik kepada eksotisme alam dari negaranya, tetapi juga tertarik kepada eksotisme kebudayaan dan cara hidup masyarakatnya.

Perkembangan ekowisata di dunia secara umum cukup cepat dan mendapat prioritas dari pemerintahan masing-masing negara yang melaksanakannya. Walaupun dimulai dari Afrika, ekowisata berkembang pesat dan berevolusi secara menakjubkan justru di Amerika Latin. Di beberapa negara Amerika Latin (terutama yang dialiri oleh sungai Amazon), kegiatan mengunjungi objek wisata alam berkembang menjadi kegiatan penyelamatan lingkungan hidup (konservasi). Dalam perkembangannya, ternyata banyak peserta ekowisata yang tertarik dan ingin berkontribusi di dalam penyelamatan alam (flora dan fauna) dari kerusakan lingkungan yang semakin parah. Beberapa lembaga

atau organisasi yang bergerak di bidang lingkungan hidup menangkap peluang ini dan mulai mengadakan kegiatan reboisasi bersama masyarakat luas termasuk peserta ekowisata, hingga penggalangan dana dan penanaman pohon yang dapat diikuti melalui media internet.

Keanekaragaman hayati di aliran sungai Amazon juga membuka peluang bagi kegiatan penelitian (yang semula tertutup) menjadi sebuah penelitian yang sifatnya terbuka dan bisa diikuti oleh wisatawan dengan kriteria tertentu. Kegiatan penelitian berupa pendataan spesies dan dampak kerusakan lingkungan, saat ini kegiatan tersebut telah menjadi salah satu paket kegiatan ekowisata. Kehidupan suku terasing Indian dengan budayanya yang unik di aliran sungai Amazon juga mengundang daya tarik wisatawan yang kemudian menjadi peluang yang di organisir oleh masyarakat, biro wisata, dan pemerintah untuk menarik wisatawan agar mau menetap untuk mempelajari dan mengetahui lebih lanjut kehidupan dan budaya dari masyarakat Indian.

## **B. PENINGKATAN DAYA SAING PARIWISTA NASIONAL DAN DAERAH**

Peraturan Menteri Pendidikan Nasional No. 41 Tahun 2007 tentang standar proses, mendefinisikan daya saing sebagai kemampuan untuk menunjukkan hasil yang lebih baik, lebih cepat atau lebih bermakna. Kemampuan yang dimaksud adalah (1) kemampuan memperkokoh pangsa pasarnya, (2) kemampuan menghubungkan dengan lingkungannya, (3) kemampuan meningkatkan kinerja tanpa henti, (4) kemampuan menegakkan posisi yang menguntungkan.

### **Teori Daya Saing**

Menurut Porter (1995) daya saing dapat didefinisikan sebagai kemampuan suatu perusahaan dalam industri untuk menghadapi berbagai kondisi lingkungan. Daya saing ditentukan oleh keunggulan bersaing suatu perusahaan dan sangat bergantung pada tingkat sumber daya relatif yang dimilikinya yang disebut keunggulan kompetitif. Selanjutnya, Porter menjelaskan pentingnya daya saing karena tiga hal berikut: (1) mendorong produktivitas dan meningkatkan kemampuan mandiri, (2) dapat meningkatkan kapasitas ekonomi, baik dalam konteks regional ekonomi maupun kuantitas pelaku ekonomi sehingga pertumbuhan ekonomi meningkat, (3) kepercayaan bahwa mekanisme pasar dapat menciptakan efisiensi.

#### **a. Cara Menentukan Daya Saing**

Berbagai cara dapat dilakukan untuk menilai daya saing, antara lain:

1) **Harga yang murah**

Harga murah artinya tidak sekadar murah, namun tetap mempertahankan kualitas. Kualitas sama tapi harga yang lebih murah tentu saja lebih menguntungkan konsumen. Akan lebih baik lagi bila harga murah tetapi mampu memberikan kualitas yang lebih baik dibandingkan pesaing. Umumnya perusahaan yang menawarkan produk yang lebih murah adalah perusahaan yang umumnya dapat melakukan efisiensi. Dalam istilah Michael Potter, perusahaan mempunyai keunggulan dari segi biaya (*cost leadership*). Dengan efisiensi tersebut, perusahaan memperoleh margin yang sama atau lebih besar meskipun menetapkan harga yang murah karena biayanya yang lebih kecil.

2) **Diferensiasi**

Melakukan diferensiasi berarti menawarkan atau melakukan hal yang berbeda dibandingkan dengan pesaing. Sesuatu yang ditawarkan berbeda, akan memberikan perhatian bagi konsumen. Berbeda bukan hanya sekadar berbeda, misalnya berbeda hanya dalam kemasan. Perbedaan tersebut haruslah unik, atau bisa memberikan nilai tambah yang tidak bisa diberikan oleh produk pesaing.

3) **Pelayanan**

Pelayanan dapat dijadikan suatu keunggulan kompetitif bagi perusahaan. Perusahaan yang dapat memberikan *service excellence* dapat memuaskan pelanggan dan meningkatkan loyalitas pelanggan. Perusahaan-perusahaan bersaing terutama dalam memanjakan pelanggannya, dengan memberikan pelayanan yang terbaik.

Berbagai pendekatan yang digunakan dalam studi yang berkaitan dengan peningkatan daya saing kepariwisataan meliputi: (1) Pendekatan Pembangunan Pariwisata Berkelanjutan; (2) Pendekatan Pengembangan Wilayah; (3) Pendekatan Kesesuaian Antara Penawaran dan Permintaan; (4) Pendekatan Pemberdayaan Komunitas Lokal; (5) Pendekatan Keterkaitan ke Dalam dan ke Luar; (6) Pendekatan Pengembangan Pariwisata Tanpa Batas; dan (7) Pendekatan Ekowisata. Berikut beberapa pendekatan pembangunan pariwisata diantaranya:

- **Pendekatan Pembangunan Pariwisata Berkelanjutan**

Dalam Agenda 21 disebutkan bahwa definisi pembangunan berkelanjutan adalah *"usaha untuk memenuhi kebutuhan sekarang tanpa mengurangi kemampuan generasi yang akan datang dalam memenuhi kebutuhan"*

mereka" (*World Commission Environment and Development, 1987*). Untuk dapat mencapai tujuan berkelanjutan WCED mensyaratkan harus dipenuhinya: (1) peningkatan potensi produksi dengan pengelolaan yang ramah terhadap lingkungan hidup; dan (2) menjamin terciptanya kesempatan yang merata dan adil bagi semua orang.

Berbagai isu lingkungan yang terjadi telah memicu munculnya landasan pemikiran dan perspektif ekologi yang dikenal dengan pemikiran tentang model pembangunan berkelanjutan (*sustainable development model*). Konsep tersebut dasarnya merupakan suatu bentuk keprihatinan mendalam terhadap konsekuensi jangka panjang dari adanya bentuk tekanan yang besar terhadap daya dukung alam, serta kerusakan lingkungan.

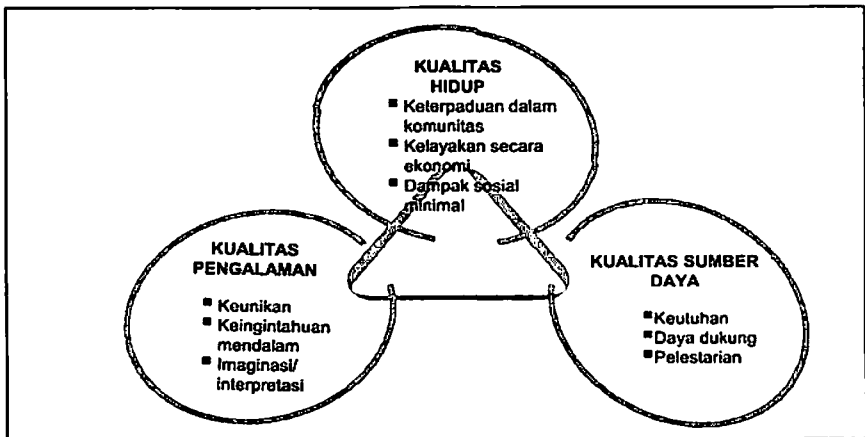
Pembangunan pariwisata berkelanjutan dapat diwujudkan dalam proses pembangunan yang menyangkut aspek lingkungan alam, aspek lingkungan sosial ekonomi dan budaya masyarakat. Oleh karena itu, pendekatan konservasi akan menjadi fokus dalam setiap usaha pembangunan yang memanfaatkan sumberdaya alam. Pembangunan pariwisata berkelanjutan sebagai pembangunan yang dapat menjamin terpenuhinya kebutuhan generasi sekarang tanpa mempertaruhkan generasi mendatang untuk memenuhi kebutuhan mereka. Pembangunan kebudayaan dan pariwisata yang berwawasan lingkungan merupakan pembangunan yang menjunjung tinggi kehormatan dan kesadaran terhadap nilai keseimbangan ekologis dan etnologis, prinsip pelestarian serta nilai manfaat jangka panjang yang berkelanjutan. Melalui konsep pembangunan yang bermuara pada perwujudan kebudayaan dan pariwisata yang berwawasan lingkungan, maka akan tercipta suatu sistem yang sinergis sehingga tercapai tujuan dan sasaran pembangunan pariwisata berkelanjutan yaitu pelaksanaan pembangunan ekonomi secara terpadu dengan pembangunan lingkungan hidup.

Mekanisme pembangunan pada dasarnya berlangsung di suatu kawasan dalam suatu wilayah tertentu selalu akan memiliki pengaruh terhadap wilayah yang melingkupinya baik berupa efek langsung (*direct effect*), efek tak langsung (*indirect effect*) maupun efek ikutan (*induced effect*). Sehubungan dengan hal tersebut kebijakan serta arahan dan program-program implementasi pembangunan yang direkomendasikan akan bertumpu pada tatanan:

- Layak secara ekonomi (*economically viable*)
- Berwawasan lingkungan (*environmentally sustainable*)
- Diterima secara sosial (*socially acceptable*)
- Dapat diterapkan secara teknologis (*tecnologically appropriate*)
- Kelayakan secara politis (*politically viable*)

Pendekatan pengembangan pariwisata berkelanjutan menghendaki ketaatan pada azas-azas perencanaan sebagai berikut:

- Prinsip pengembangan pariwisata yang berpijak pada aspek pelestarian lingkungan hidup dan berorientasi ke depan (jangka panjang), serta berpola lintas sektoral
  - Penekanan pada nilai manfaat yang besar bagi masyarakat lokal/ setempat
  - Prinsip pengelolaan aset geografis dan sumber daya alam yang tidak merusak tapi melestarikan
  - Penekanan pada optimalisasi peran pers dalam memacu perkembangan kegiatan pariwisata daerah
  - Kesesuaian antara kegiatan pengembangan pariwisata dengan skala, kondisi dan karakter suatu kawasan yang akan dikembangkan.
  - Keselarasan yang sinergis antara kebutuhan wisatawan, lingkungan hidup dan masyarakat lokal dengan bermuara pada pengembangan apresiasi yang lebih peka pada warisan budaya, lingkungan hidup, jati diri bangsa dan nilai-nilai agama.
  - Antisipasi yang tepat dan monitoring terhadap proses perubahan yang terjadi akibat program pariwisata yang berorientasi memperkuat potensi lokal dan kemampuan masyarakat sekitar.
- Pendekatan pembangunan pariwisata berkelanjutan dibangun oleh 3 komponen utama yang digambarkan sebagai berikut:



Sumber: Puspar UGM, 2002

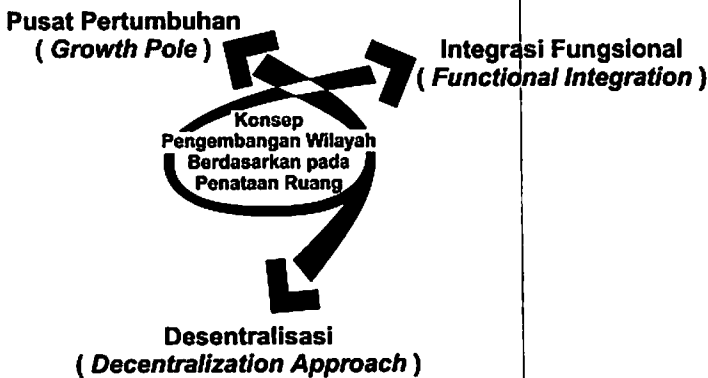
Gambar 4.1 Diagram Pembangunan Pariwisata Berkelanjutan

Dalam diagram ini konsep pembangunan pariwisata berkelanjutan melibatkan tiga komponen utama yaitu kualitas hidup, kualitas pengalaman, dan kualitas sumberdaya secara sinergis.

- **Pendekatan Pengembangan Wilayah**

Tiga konsep utama dalam pengembangan wilayah yang mengacu pada penataan ruang, yaitu pusat pertumbuhan (*growth pole*), integrasi fungsional (*functional integration*), dan pendekatan desentralisasi (*decentralization approach*) termasuk teori-teori yang sangat relevan diterapkan dalam program pengembangan pariwisata. Sebagai industri jasa, pariwisata dimaksudkan menjadi penggerak kegiatan perekonomian wilayah dalam pengertian yang luas, sehingga perlu disediakan secara lengkap fasilitas-fasilitas perkotaan/pelayanan yang memadai untuk membantu kelancaran kegiatan.

Konsep pusat pertumbuhan, mengembangkan wilayah sebagai pusat pertumbuhan berdasarkan potensi yang dimilikinya (area strategis, ekonomi, produk, *image*, dan sebagainya) serta mengintegrasikan pusat tersebut dalam pengembangan sistem infrastruktur pendukung yang efisien. Konsep integrasi fungsional, alternatif pendekatan yang mengutamakan adanya integrasi yang diciptakan secara sengaja di berbagai pusat pertumbuhan karena adanya fungsi-fungsi yang komplementer. Sedangkan konsep desentralisasi, mencegah terjadinya aliran ke luar (*outflow*) dari sumber dana dan sumber daya manusia (*braindrain*). Melalui ketiga konsep tersebut diharapkan pengelola wilayah (dengan daerah yang lebih kecil) memiliki kewenangan lebih dalam memutuskan jenis strategi dan kebijakan untuk daerahnya.



Sumber : Puspar UGM, 2002

**Gambar 4.2 Diagram Konsep Pengembangan Wilayah Berdasarkan Penataan Ruang**

- **Pendekatan Pemberdayaan Komunitas Lokal**

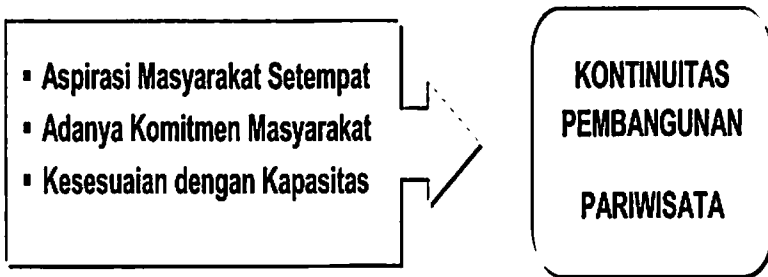
Pariwisata merupakan fenomena yang kompleks, bukan sekadar kegiatan dengan obyek utama industri pelayanan yang melibatkan manajemen produk dan pasar, tetapi juga merupakan proses dialog antara wisatawan



sebagai tamu (*guest*) dan masyarakat setempat sebagai tuan rumah (*host*). Kegiatan pengembangan yang terkait dengan karakteristik masyarakat namun hanya menggunakan pendekatan sepihak dari sisi pasar merupakan konsep yang tidak proporsional. Suatu kegiatan pengembangan terhadap suatu lokasi komunitas tertentu di mana karakter masyarakat secara fisik sosial budaya merupakan sumber daya utama. Oleh karenanya, pengembangan perlu memandang masyarakat yang berlatar belakang seniman, swasta, dan budayawan sebagai sumber daya yang berkembang dinamis untuk berkembang sebagai subyek bukan hanya sekadar obyek.

Pendekatan tersebut perlu ditempuh, sebab masyarakat lokal adalah orang-orang yang paling tahu mengenai kondisi sosial budaya setempat. Dalam setiap kegiatan pembangunan harus memperhitungkan nilai-nilai sosial budaya yang berkembang di sekitar obyek wisata. Oleh karena itu, setiap keputusan perencanaan harus mencerminkan masyarakat lokal yang secara aktif ikut terlibat di dalamnya.

Dengan keterlibatan masyarakat sejak awal, hal tersebut akan lebih menjamin kesesuaian program pengembangan dengan aspirasi masyarakat setempat, kesesuaian dengan kapasitas yang ada, serta menjamin adanya komitmen masyarakat karena adanya rasa memiliki yang kuat. Karena konsep pendekatan tersebut dalam jangka panjang akan memungkinkan tingkat kontinuitas yang tinggi karena pengembangan pariwisata melibatkan masyarakat dalam proses pengambilan keputusan.



**Gambar 4.3 Diagram Hubungan Antara Pengembangan Masyarakat Lokal dengan Pembangunan Pariwisata**

Pendekatan pemberdayaan masyarakat lokal perlu didasarkan pada kriteria sebagai berikut:

- Memajukan taraf hidup masyarakat sekaligus melestarikan identitas budaya dan tradisi lokal.
- Meningkatkan pendapatan secara ekonomis sekaligus distribusi pendapatan merata bagi penduduk lokal.

- Berorientasi pada pengembangan usaha berskala kecil dan menengah dengan daya serap tenaga kerja besar dan berorientasi pada teknologi tepat guna.
- Mengembangkan semangat kompetisi sekaligus kooperatif.
- Memanfaatkan pariwisata seoptimal mungkin sebagai agen penyumbang tradisi budaya dengan dampak sosial seminimal mungkin.

Dari berbagai potensi maupun kendala yang ada dalam upaya pengembangan pariwisata, diharapkan pembangunan pariwisata lebih terencana dengan baik. Arah kebijakan dan strategi pengembangan tersebut secara internal meliputi pengembangan atraksi dan objek wisata yang berbasis pada potensi alam dan pengembangan fasilitas pendukung wisata, sistem transportasi (aksesibilitas), sarana prasarana, promosi dan pemasaran, sumber daya manusia dan rencana investasi.

## C. POLA PENGEMBANGAN PARIWISATA

### 1. Pola Perjalanan dan Kebutuhan Wisatawan

Untuk melakukan perjalanan wisata dengan tujuan luar negeri, seorang wisatawan harus memenuhi persyaratan tertentu, yaitu:

- a. Memiliki tanda bukti diri (*identity card*) yang disebut passport yang dikeluarkan oleh pejabat negara dimana wisatawan tersebut berdomisili/menetap.
- b. Memiliki ijin untuk meninggalkan negaranya dan bepergian keluar negeri, biasa disebut ijin keluar, atau *exit-permit*.
- c. Memiliki surat ijin untuk memasuki negara tujuan wisata dan tinggal di negara tersebut. Surat ini disebut Visa. Visa dikeluarkan oleh pejabat kedutaan atau kantor perwakilannya negara yang akan dikunjungi. Kewajiban memiliki visa bagi wisatawan asing yang berasal dari negara-negara tertentu yang akan berkunjung di Indonesia telah dihapuskan (bebas visa). Kebijakan bebas visa dimaksudkan untuk memberikan kemudahan bagi wisatawan asing yang berasal dari negara-negara sahabat (32 negara) dan sekaligus sebagai upaya untuk menarik lebih banyak wisatawan asing ke Indonesia.
- d. Memiliki surat keterangan bebas dari penyakit tertentu yang ditunjukkan dengan kartu bukti kesehatan yang disebut "kartu kuning" atau *Health-Sertificate*. Ketentuan tersebut bertujuan untuk memberikan perlindungan kepada penduduk dari bahaya penularan penyakit yang dibawa wisatawan.
- e. Setelah tiba di wilayah lintas batas dua negara (*border*) wisatawan akan diperiksa oleh petugas Bea Cukai/*Douane* di pelabuhan

udara, pelabuhan laut, dan pos-pos penjagaan perbatasan, baik di negara asalnya maupun di negara tujuannya. Pemeriksaan lintas batas yang meliputi urusan Pabean, Keimigrasian dan Karantina (*Costum, Imigration, dan Quarantine C.I.Q*) dimaksudkan untuk mencegah penyelundupan dan masuknya barang-barang terlarang yang mungkin dibawa wisatawan.

Selama bepergian dari suatu negara ke negara lain wisatawan tentu membutuhkan berbagai fasilitas/sarana wisata. Gambaran mengenai kebutuhan wisatawan dan fasilitas yang diperlukan pada umumnya adalah sebagai berikut:

- a. Kebutuhan akan transportasi dari dan ke negara yang dikunjungi, baik yang berupa angkutan darat, udara maupun laut. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut diperlukan fasilitas/sarana jasa angkutan internasional.
- b. Kebutuhan akan penginapan dengan tarif dan pelayanan yang sesuai dengan budgetnya. Fasilitas yang diperlukannya adalah jasa akomodasi seperti hotel, losmen, dan jenis penginapan lainnya.
- c. Kebutuhan akan makanan/minuman. Untuk memenuhi kebutuhan tersebut perlu pelayanan makan-minum, baik berupa makanan khas daerah setempat (*local food*) maupun makanan ala negara asal wisatawan. Sarana yang harus tersedia antara lain bar, restaurant, rumah makan, dan lain-lain.
- d. Kebutuhan untuk melihat dan menikmati objek wisata, atraksi wisata serta tour ke tempat-tempat yang menarik. Kunjungan wisatawan di suatu daerah terutama karena adanya atraksi wisata yang menarik, di samping karena dorongan rasa ingin tahu (*curiosity*). Fasilitas yang diperlukan jasa angkutan dan pelayanan perjalanan seperti biro perjalanan, *guide*, dan angkutan wisata.
- e. Kebutuhan akan hiburan dan kegiatan rekreasi di waktu senggang. Fasilitas yang diperlukan adalah tempat-tempat hiburan, amuaementpark, entertainment, tempat golf, kolam renang, dan lain-lain.
- f. Kebutuhan barang-barang cinderamata yang spesifik dan khas buatan masyarakat setempat yang dapat dijadikan kenang-kenangan perjalanannya atau sebagai oleh-oleh. Untuk memenuhi kebutuhan ini diperlukan toko-toko cinderamata (*Souvenir Shop*) sebagai penyalur produk kreasi seni para pengrajin setempat.
- g. Kebutuhan mendapatkan barang-barang konsumsi/keperluan pribadi. Fasilitas yang diperlukan adalah tersedianya toko-toko serba ada atau toko biasa dengan harga yang bersaing.

Bagi wisatawan nusantara, masalah yang dihadapi hampir sama. Perbedaannya adalah bahwa wisatawan nusantara tidak perlu

memiliki dokumen-dokumen lintas batas dan angkutan internasional. Bagi wisatawan mancanegara, selain kebutuhan di atas, mereka juga memerlukan *service/pelayanan* lainnya, antara lain: penukaran valuta asing, pelayanan dokumentasi perjalanan, pelayanan informasi, *barbershop*, *beauty parour*, dan lain-lain yang merupakan fasilitas penunjang.

## 2. Strategi Pengembangan Kepariwisata Nasional

Strategi pengembangan kepariwisataan bertujuan untuk mengembangkan produk dan pelayanan yang berkualitas, ramah lingkungan, bersinergi, berdaya saing, dan menarik.

Langkah Pokok:

1. Dalam jangka pendek dititikberatkan pada optimasi, terutama untuk:
  - a. Mempertajam dan memantapkan citra kepariwisataan;
  - b. Meningkatkan mutu tenaga kerja;
  - c. Meningkatkan kemampuan pengelolaan;
  - d. Memanfaatkan produk yang ada;
  - e. Memperbesar saham dari pasar pariwisata yang telah ada.
2. Dalam jangka menengah dititikberatkan pada konsolidasi, terutama dalam:
  - a. Memantapkan citra kepariwisataan Indonesia;
  - b. Mengkonsolidasikan kemampuan pengelolaan;
  - c. Mengembangkan dan diversifikasi produk;
  - d. Mengembangkan jumlah dan mutu tenaga kerja.
3. Dalam jangka panjang dititikberatkan pada pengembangan dan penyebaran dalam:
  - a. Pengembangan kemampuan pengelolaan;
  - b. Pengembangan dan penyebaran produk dan pelayanan;
  - c. Pengembangan pasar pariwisata baru;
  - d. Pengembangan mutu dan jumlah tenaga kerja.

## 3. Sapta Kebijaksanaan Pengembangan Pariwisata

- a. Promosi  
Promosi pada hakikatnya merupakan pelaksanaan upaya pemasaran. Promosi pariwisata harus dilaksanakan secara selaras dan terpadu, baik di dalam negeri maupun di luar negeri.
- b. Aksesibilitas  
Aksesibilitas merupakan salah satu aspek penting yang mendukung pengembangan pariwisata, karena menyangkut pengembangan lintas sektoral.

- c. **Kawasan Pariwisata**  
Pengembangan kawasan pariwisata dimaksudkan untuk:
    - 1. Meningkatkan peran serta daerah dan swasta dalam pengembangan pariwisata;
    - 2. Memperbesar dampak positif pembangunan.
    - 3. Mempermudah pengendalian terhadap dampak lingkungan.
  - d. **Wisata bahari**  
Wisata bahari merupakan salah satu jenis produk wisata yang sangat potensial untuk dikembangkan. Jenis wisata ini memiliki keunggulan komparatif yang sangat tinggi terhadap produk wisata sejenis di luar negeri mengingat Indonesia sebagai negara kepulauan.
  - e. **Produk Wisata**  
Upaya untuk dapat menampilkan produk wisata yang bervariasi dan mempunyai kualitas daya saing yang tinggi.
  - f. **Sumber Daya Manusia**  
Sumber daya manusia merupakan salah satu modal dasar pengembangan pariwisata. Sumber daya manusia haruslah memiliki keahlian dan ketrampilan yang diperlukan untuk memberikan jasa pelayanan pariwisata.
  - g. **Kampanye Nasional Sadar Wisata**  
Kampanye nasional sadar wisata pada hakikatnya adalah upaya memasyarakatkan Sapta Pesona yang turut menegakkan disiplin nasional dan jati diri bangsa Indonesia melalui kegiatan kepariwisataan.
- 4. Pola Kebijakan Pengembangan Pariwisata**
- a. **Kebijaksanaan Umum**  
Pola kebijakan umum ini meliputi:
    - 1) Kebijakan untuk menjaga keseimbangan antara peran serta pemerintah, swasta, dan masyarakat.
    - 2) Kebijakan pengembangan industri wisata.
    - 3) Kebijakan pengembangan objek wisata, atraksi wisata, taman rekreasi, dan hiburan umum.
    - 4) Kebijakan pengembangan sarana dan prasarana.
    - 5) Kebijakan untuk menjaga keseimbangan antara arus wisatawan dengan kemampuan menampung, melayani dan menyelenggarakan kepariwisataan sehingga tidak melebihi kapasitasnya.
    - 6) Kebijakan pengelolaan.
    - 7) Kebijakan pembinaan.
    - 8) Kebijakan hukum.

- b. Arah Pola Kebijaksanaan Pengembangan Jalur Wisatawan  
Pola Kebijaksanaan pengembangan jalur wisatawan diarahkan kepada pengembangan jalur wisatawan mancanegara dan nusantara yang sekaligus dapat meningkatkan jumlah/diversifikasi paket wisata yang didasarkan pada perkembangan objek wisata.
- c. Pola Kebijakan Pengembangan Obyek Wisata  
Pola kebijakan pengembangan obyek wisata meliputi:
  - a. Prioritas pengembangan obyek.
  - b. Pengembangan pusat-pusat penyebaran kegiatan wisatawan.
  - c. Meningkatkan kegiatan penunjang pengembangan obyek wisata.
  - d. Kebijakan Pengembangan Sarana dan Prasarana
- d. Kebijakan pengembangan sarana dan prasarana wisata meliputi:
  - a. Akomodasi.
  - b. Restoran.
  - c. Usaha rekreasi dan taman hiburan umum.
  - d. Gedung pertemuan.
  - e. Perkemahan.
  - f. Pondok Wisata.
  - g. Mandala Wisata.
  - h. Pusat Informasi Wisata.
  - i. Pramuwisata.
- e. Pola kebijakan pengembangan pemasaran berpedoman kepada:
  - a. Peningkatan jumlah dan lama tinggal wisatawan.
  - b. Meningkatkan kerjasama yang terpadu antar berbagai sektor.
  - c. Mempercepat perkembangan pasar wisata domestik.
- f. Kebijakan Pengembangan Kelembagaan, meliputi:
  - a. Penyerahan urusan kepariwisataan.
  - b. Pemantapan kedudukan lembaga pemerintah daerah.
  - c. Peningkatan profesionalisme pelaksanaan tugas.
  - d. Pertimbangan jenis dan kelas lembaga.
  - e. Kemampuan bekerja sama.
- g. Kebijakan Pengembangan Industri.  
Penanaman modal diarahkan pada:
  - a. Penyerapan tenaga kerja, peningkatan mutu dan kemampuan tenaga kerja Indonesia.
  - b. Pengembangan struktur industri dengan prioritas usaha yang menghasilkan barang ekspor non-migas.
  - c. Peranannya sebagai wahana pengembangan teknologi dan memacu pertumbuhan/perkembangan daerah.

## 5. Perkembangan Kepariwisata

Prospek perkembangan kepariwisataan di kawasan Asia Pasifik sangat bagus. Hal ini disebabkan oleh pertumbuhan ekonomi negara-negara di kawasan ini yang terhitung paling tinggi di dunia. Dengan demikian, kawasan Pacific Rim merupakan kawasan yang paling menjanjikan pada decade 2000-an.

Putaran Uruguay, APEC, AFTA, dan ASEM merupakan kesepakatan multilateral politik dan perdagangan yang akan menciptakan globalisasi yang tidak dapat dihindarkan. Globalisasi telah merombak format politik pembangunan kepariwisataan di seluruh dunia, baik di negara maju maupun di negara berkembang. Terobosan teknologi di segala bidang telah mempengaruhi pembangunan dan pengembangan kepariwisataan. Demikian juga dengan konsep dan teori tentang pengembangan pariwisata, yang telah diberlakukan antara lain dengan pendekatan sosiologi. Interaksi sosiologis dalam pengembangan kepariwisataan mengakibatkan timbulnya eksternalitas positif maupun negatif. Oleh karena itu pendekatan multidisiplin harus diberlakukan dalam pembangunan dan pengembangan kepariwisataan yang semakin kompleks.

Agar Indonesia mampu menghadapi persaingan interregional maupun internasional, maka peran pemerintah sebagai pelaku dan fasilitator dipandang sangat perlu untuk menjamin terlaksananya pembangunan dan pengembangan kepariwisataan yang berkelanjutan dengan mengikutsertakan dan mengoptimalkan para pelaku pembangunan (*stakeholders*) di sektor ini. Dengan demikian akan tercipta produk wisata yang berdaya saing tinggi.

Konsep *community based planning* merupakan alternatif yang dipandang dapat diterapkan secara konsisten dan terarah bagi 25 daerah tujuan wisata yang terbesar di tanah air. Sesuai dengan konsep tersebut, pemerintah telah menetapkan beberapa kebijaksanaan pokok yang mempunyai pengaruh besar bagi konstelasi kepariwisataan nasional, telah ditetapkan 15 negara sebagai pasar utama kepariwisataan Indonesia dengan segala bentuk implikasinya. Namun kenyataannya penetapan tersebut kurang menguntungkan karena belum tersegmentasi dengan spesifik dan terurai secara psikografis. Dengan demikian, prinsip segmentasi *posteriori* belum dapat diberlakukan bagi kepariwisataan nasional. Kebijakan kepariwisataan yang adapun belum dapat dioperasikan dengan baik oleh para pelaku kepariwisataan nasional, baik oleh sektor publik maupun swasta di daerah.

Berdasarkan pada fakta tersebut maka diperlukan *reorientation* segmentasi pasar kepariwisataan nasional melalui penerapan konsep

kesesuaian produk dan pasar (*product-market matching*) untuk menuju kepada *customer solution* sebagai langkah awal revitalisasi kebijaksanaan pemasaran pariwisata nasional.

## 6. Isu-Isu Kepariwisataaan

Sesuai dengan Garis-Garis Besar Haluan Negara (GBHN), Kepariwisataaan Indonesia diarahkan menjadi sektor andalan. Dengan ditetapkannya target tersebut maka pembangunan kepariwisataaan Indonesia diharapkan dapat dijalankan secara optimal melalui otonomi daerah, baik di tingkat I maupun tingkat II. Sebagai pedoman pembangunan kepariwisataaan tersebut telah di-tetapkan UU No.9 Tahun 1990.

Dalam pelaksanaan pembangunan kepariwisataaan, Indonesia memiliki banyak peluang dan tantangan yang kalau dilihat sebagai suatu totalitas memiliki posisi yang semakin kuat karena ada diferensiasi produk wisata yang cukup beragam. Namun dari 25 daerah tujuan wisata yang terbanyak dikunjungi ada di Indonesia, konsentrasi pembangunan kepariwisataaan hanya terjadi di beberapa daerah tujuan wisata saja seperti Bali, DKI Jakarta, Riau, Sumatera Utara, DI Yogyakarta, dan Sulawesi Selatan. Pemerintah memberi dukungan dalam pembinaan dan pengelolaan kepariwisataaan daerah melalui PP No. 24 Tahun 1979, yaitu pemberian otonomi daerah, walau kenyataannya kinerja pembinaan dan pengelolaannya belum terwujud secara optimal.

Di samping itu, terdapat strategi pembangunan kepariwisataaan Indonesia yang membagi Indonesia menjadi 2 kawasan, yaitu kawasan Barat Indonesia (KBI) dan Kawasan Timur Indonesia (KTI) sebagaimana yang telah dicanangkan oleh Bappenas. Adapun alasan utama pembagian tersebut adalah agar dapat menciptakan produk wisata secara utuh, memiliki nilai dan berdaya saing tinggi.

Adapun beberapa problematika dan tantangan yang dihadapi Indonesia saat ini berkaitan dengan kepariwisataaan adalah:

- a. Pada peta kekuatan intraregional, jumlah wisatawan yang datang ke Indonesia masih berada di bawah Malaysia, Singapura, dan Thailand. Indonesia menjadi daerah tujuan wisata kedua setelah Malaysia, Singapura, dan Thailand.
- b. Teknologi informasi telah mengubah format produk dan pola kepariwisataaan dunia.
- c. Adanya AFTA, APEC, dan ASEM memberikan warna baru dalam format politik pembangunan dan kepariwisataaan dunia.
- d. Faktor imigrasi dan transfer tenaga kerja terampil dan ahli dari negara-negara maju akan melanda Negara-negara berkembang. Hal



ini akan memberikan dampak negatif terhadap tenaga kerja lokal akibat kurang bersaingnya sumber daya manusia kepariwisataan Indonesia.

Menyadari kondisi tersebut, maka diperlukan konsep untuk mengantisipasi hal-hal di atas. Salah satu konsep yang dapat digunakan adalah konsep *Value Creation* yang ditetapkan oleh C.K Achalad. Pada konsep tersebut terdapat 3 aspek yang perlu diperhatikan dalam pengembangan pariwisata. Ketiga aspek tersebut adalah *performance gap*, *ability gap*, dan *opportunity gap*. Dalam aplikasinya terhadap kepariwisataan Indonesia, hal-hal yang harus dilakukan adalah:

- a. Mengadakan restrukturisasi sumber daya manusia mengingat kurangnya kinerja instansi berwenang dalam membina dan mengelola kepariwisataan daerah.
- b. Mengadakan rekonfigurasi produk-produk pariwisata Indonesia melalui pembangunan kawasan KBI dan KTI. Hal ini dilakukan untuk mempertajam *image* Indonesia di pasar kepariwisataan Internasional.
- c. Mengadakan revitalisasi strategi pengembangan kepariwisataan baik di tingkat daerah maupun nasional.

Terlepas dari semua permasalahan tersebut, kepariwisataan Indonesia sangat berpeluang untuk dikembangkan meskipun ditemui berbagai masalah mendasar yang perlu ditangani. Berkaitan dengan masih kurangnya kinerja dan posisi kepariwisataan, pendidikan pariwisata diharapkan mampu memberikan kontribusi yang berarti berupa sumbangan-sumbangan pemikiran maupun tindakan nyata yang dibutuhkan untuk pengembangan di bidang kepariwisataan, khususnya dalam penyediaan sumber daya manusia kepariwisataan yang berkualitas.

#### **D. PEMIKIRAN-PEMIKIRAN MENGENAI KEPARIWISATAAN INDONESIA DI MASA MENDATANG**

Dalam upaya meningkatkan daya saing wisata Indonesia, ada beberapa hal yang perlu dilakukan, diantaranya:

1. Perlu adanya pemberlakuan *community-based planning* untuk menggerakkan para pelaku kepariwisataan di daerah, yakni pemerintah, swasta, dan masyarakat.
2. Dibutuhkan tindakan untuk merancang sistem informasi pasar sebagai dasar serta arahan yang berguna bagi promosi kepariwisataan nasional.

3. Dibutuhkan konsep *product-market matching* melalui pelaksanaan segmentasi *posteriori* pada daerah tujuan wisata baik di KBI maupun di KTI melalui peningkatan kemampuan dan peran *stakeholder* pariwisata pada seluruh tingkatan.
4. Dibutuhkan tindakan proaktif untuk memanfaatkan momentum kerja sama internasional yang telah terbentuk, seperti Indonesia-Malaysia-Singapura (IMS-GT) dan Indonesia-Malaysia-Thailand (IMT-GT) untuk meningkatkan kepariwisataan.
5. Adanya kesenjangan pertumbuhan KBI dan KTI membutuhkan campur tangan pemerintah dalam mengatur mekanisme kepariwisataan regional melalui penerapan orientasi baru kebijaksanaan (pemasaran) kepariwisataan regional yang mampu menyentuh setiap daerah tujuan wisata secara merata.
6. Bersandar pada perbedaan tipologi produk dan pasar, pelaksanaan strategi penempatan (*positioning*) bagi daerah tujuan wisata KBI dan KTI harus berpedoman pada basis penciptaan nilai beda (*differentiation*) dan nilai baru (*value creation*) yang disesuaikan dengan harapan, minat, dan penempatan pasar (*market place*) guna menampilkan nilai-nilai kompetitif yang dimiliki setiap daerah tujuan wisata.
7. Untuk mempercepat terbentuknya citra tunggal (*single image*) daerah tujuan wisata, maka perlu pemberlakuan pengelompokkan daerah tujuan wisata dengan menggabungkan produk unggulan yang memiliki kedekatan profil.
8. Strategi pemasaran oleh pusat hendaknya mampu dilaksanakan sampai pada tingkatan yang lebih rendah, termasuk oleh daerah tujuan wisata.



# BAB 5

## PERAN PEMERINTAH DALAM PENGEMBANGAN SEKTOR PARIWISATA

### A. KEBIJAKAN PENGEMBANGAN KEPARIWISATAAN

Sektor pariwisata berperan penting dalam meningkatkan pertumbuhan ekonomi, menciptakan lapangan kerja, dan mengurangi kemiskinan. Pariwisata merupakan salah satu sektor yang besar kontribusinya. Berdasarkan laporan *World Travel and Tourism Council (WTTC)*, pada tahun 2010 sektor pariwisata mempekerjakan kurang lebih 235 juta orang di seluruh dunia serta berkontribusi sebesar 9,3 persen dari produk domestik bruto (PDB) global. Di Indonesia, sektor pariwisata berkontribusi sebesar 9,1 persen dari PDB dan secara langsung dan tidak langsung mempekerjakan kurang lebih 8,9 juta orang (*multiplier effect*).

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif menyatakan bahwa Indonesia memiliki sumber daya alam, manusia, dan budaya yang melimpah serta tersebar luas di berbagai daerah. Hal tersebut

Dari sisi *inbound tourist*, kuantitas kunjungan wisman ke Indonesia menunjukkan tren meningkat sejak tahun 2000. Menurut studi, jumlah kunjungan wisman ke Indonesia dipengaruhi secara positif oleh PDB negara asal wisatawan dan harga pariwisata negara pesaing (Lumaksono *et al.*, 2012). PDB negara asal wisman merupakan faktor di luar jangkauan kebijakan Indonesia. Akan tetapi, peluang untuk mendatangkan lebih banyak wisman dapat dilakukan dengan mengembangkan pariwisata yang kompetitif. Oleh karena itu, penetapan kebijakan pengembangan destinasi dan pemasaran menjadi kunci dalam meraih kesuksesan. Melihat faktor harga pariwisata dapat menentukan jumlah kunjungan wisman, maka diperlukan pembenahan terutama di bidang infrastruktur. Seperti data yang dipublikasikan *World Economic Forum* bahwa pada tahun 2011, indikator *business environment & infrastructure* pariwisata Indonesia berada di urutan ke-86 dari 139 negara. Peningkatan infrastruktur pariwisata harus menjadi prioritas Kemenparekraf. Pembenahan infrastruktur pariwisata dan penunjangnya, seperti fasilitas di objek wisata, bandara, pelabuhan, jalan raya, akomodasi, dan akses internet merupakan aspek penting dalam pengembangan destinasi pariwisata.

Infrastruktur pariwisata perlu segera ditingkatkan mengingat bahwa sekitar 47,6% konsumsi wisman dikeluarkan untuk biaya akomodasi, angkutan domestik, dan jasa rekreasi yang berkaitan langsung dengan ketersediaan infrastruktur di Indonesia (Nesparnas, 2011). Kondisi infrastruktur yang baik akan membuat wisman merasa nyaman berlama-lama tinggal di Indonesia sehingga dapat meningkatkan pengeluaran mereka selama di Indonesia.

Dalam satu tahun implementasi kebijakan pengembangan destinasi dan pemasaran pariwisata, terdapat beberapa fakta yang menunjukkan keberhasilan. Jumlah kunjungan wisman selama tahun 2012 mengalami peningkatan mencapai lebih dari delapan juta wisatawan. Berdasarkan perhitungan cepat Tim Dampak Ekonomi Kemenparekraf, rata-rata pengeluaran wisman di Indonesia pada tahun 2012 meningkat 1,4% dibanding 2011 dan devisa pariwisata Indonesia naik menjadi US\$9,12 miliar atau tumbuh sebesar 6,6% dari tahun 2011.

## **B. KEBIJAKAN PEMERINTAH DALAM PENGEMBANGAN KEPARIWISATAAN NASIONAL**

Penataan ruang pada dasarnya merupakan sebuah pendekatan dalam mengembangkan wilayah yang bertujuan untuk mendukung komisi, ekonomi, sosial budaya, dan lingkungan serta ditunjang dengan beberapa

sarana prasarana dalam pengembangan daerah-daerah pariwisata yang berada di daerah kepulauan Indonesia.

Penataan ruang dapat menunjang kepariwisataan nasional yang tidak hanya memberikan arahan lokasi investasi, tetapi juga harus memberikan jaminan terpeliharanya ruangan/daerah pengembangan pariwisata yang berkualitas dan mempertahankan keberadaan objek-objek pariwisata sebagai aset besar bangsa. Keterbatasan dukungan sarana dan prasarana penunjang harus diatasi karena dukungan sarana dan prasarana merupakan faktor penting keberlanjutan penyelenggaraan kegiatan pariwisata, seperti penyediaan akses, akomodasi, angkutan wisata dan sarana prasarana pendukung lainnya. Masih banyak kawasan wisata yang sangat berpotensi, tetapi belum didukung oleh sarana dan prasarana yang memadai. Selain itu sarana dan prasarana yang dibangun terbatas pada kepentingan lokal saja dan belum dapat melayani kebutuhan pariwisata diluar lokasi. Seperti penyediaan angkutan wisata hanya di area kawasan saja, tetapi sarana angkutan untuk mencapai kawasan tersebut dari luar belum tersedia.

Selain didukung oleh penataan ruang dan sarana-sarana yang menunjang, dalam kegiatan pengembangan pariwisata juga didukung oleh beberapa *resources*, yakni sumber daya manusia, sumber keuangan dan sumber materi atau fisik. Ketiga sumber tersebut sangat berkaitan satu sama yang lainnya. Oleh karena itu, ketiganya harus benar-benar bisa dipenuhi, karena pengembangannya sangat berpengaruh besar bagi kepariwisataan nasional.

## **1. Kebijakan dan Strategi Pemerintah dalam Mengembangkan Kepariwisataan**

Adapun beberapa kebijakan & strategi pemerintah untuk pengembangan pariwisata adalah sebagai berikut:

- a. Pengembangan wilayah dengan pendekatan pengembangan ekosistem, yaitu penataan ruang yang dilakukan dengan pendekatan secara terpadu, terkoordinasi, berkelanjutan dan berwawasan lingkungan.
- b. Peningkatan keterkaitan fungsi pengembangan kegiatan pariwisata yang baik dengan sektor lainnya untuk memberikan nilai efisiensi yang tinggi dan percepatan pertumbuhan ekonomi wilayah.
- c. Pengembangan pariwisata harus dikaitkan dengan pengembangan ekonomi nasional, wilayah dan lokal. Pada tingkat nasional sektor pariwisata harus berperan sebagai *prime mover*.

- d. Pengembangan pariwisata harus diupayakan dapat melibatkan seluruh *stakeholder*. Dalam konteks ini peran masyarakat terlibat dimulai dari sektor hulu (memberikan kegiatan produksi yang ekstraktif) sampai dengan hilir (kegiatan produksi jasa).
- e. Pemanfaatan rencana pengembangan wilayah secara nasional harus terkait dengan Rencana Tata Ruang Wilayah Nasional (RTRWN). Didalam RTRWN diberikan arahan-arahan fungsi lindung dan budidaya. Kawasan lindung dapat dioptimalkan sebagai kawasan yang memberikan dukungan bagi kegiatan pengembangan pariwisata (*forets tourism*). Sedangkan kawasan budidaya dapat memberikan alokasi ruang untuk pengembangan pariwisata, terutama dengan kawasan-kawasan andalan yang sektor unggulannya adalah pariwisata.
- f. Pengembangan dukungan sarana-prasarana transportasi secara terpadu intermoda dan terkait dengan struktur pengembangan wilayah.

## 2. Kegiatan-Kegiatan yang Dapat Diambil dalam Pengembangan Kepariwisata Nasional di Wilayah-Wilayah Indonesia

Kegiatan pemerintah yang berorientasi pada pengembangan pariwisata di wilayah-wilayah mencakup:

- a. Pemanfaatan RTRWN, RTRW Provinsi /Kab/Kota untuk mendukung pengembangan pariwisata terutama dalam penyesuaian dengan arahan alokasi pemanfaatan ruang.
- b. Peningkatan koordinasi lintas sektoral dalam pembangunan pariwisata untuk mewujudkan keserasian dan keterpaduan program-program sektor yang dapat meminimalkan konflik-konflik antar sektor yang terjadi.
- c. Pengembangan jaringan transportasi nasional, wilayah, dan lokal untuk mendukung pengembangan pariwisata terutama pengembangan jaringan transportasi darat, laut, dan udara termasuk juga arahan pengembangan alokasi bandara dan pelabuhan.
- d. Peningkatan peran serta masyarakat dalam pengembangan pariwisata dari proses perencanaan dan pelaksanaan pembangunan.
- e. Peningkatan keterpaduan program dengan keterlibatan berbagai sektor dalam pengembangan pariwisata.
- f. Penyusunan rencana tata ruang yang lebih detail untuk pengembangan pariwisata dengan mengacu kepada arahan RTRWN dan RTRW Provinsi untuk tingkat yang lebih makro, dan mengacu kepada arahan RTRW dan RDTR Kawasan di Kabupaten/ Kota untuk tingkat yang lebih detail.

- g. Pemanfaatan standar teknis sektoral dalam menyusun rencana detail/inci pengembangan kawasan pariwisata.

Dalam mendukung berkembangnya pariwisata nasional, berikut merupakan hal-hal yang perlu segera dikerjakan oleh pemerintah, yaitu:

1. Menyediakan Infrastruktur

Salah satu contoh penambahan infrastruktur jalan yakni jalan yang mengarah ke Bali Barat. Ini untuk memudahkan dan mempercepat transportasi dari Denpasar ke kawasan Bali Barat seperti Jembrana. Kawasan pariwisata di Jembrana masih membutuhkan kedatangan wisatawan. Pengembangan infrastruktur jalan untuk sektor pariwisata di kawasan Bali Barat juga masih sangat terbatas. Ini menyebabkan wisatawan membutuhkan waktu yang lebih lama untuk berkunjung ke kawasan pariwisata di Jembrana. Dari Bandara ke Sanur termasuk dari Bandara ke Nusa Dua juga sering terjadi kemacetan. Pemerintah perlu mengupayakan jalan layang atau alternatif jalan lain terutama di titik kemacetan. Pembuatan jalan tersebut bisa menekan dampak kemacetan terhadap pariwisata Bali khususnya di seputar Bandara Ngurah Rai. Dengan akses jalan yang memadai, wisatawan lebih mudah dan lebih cepat untuk berlibur ke kawasan Bali Utara, Bali Barat, dan Bali Timur. Dengan penyebaran wisatawan ke seluruh Bali, hal tersebut dapat mendorong pembangunan sarana pariwisata lainnya seperti hotel dan restoran di Bali Utara, Bali Barat, dan Bali Timur.

2. Memperluas Berbagai Bentuk Fasilitas

Studi kasus pariwisata di Bali telah dilakukan, dan terkait fasilitas masih perlu adanya perbaikan. Bali merupakan tujuan pariwisata yang sangat besar dan terkenal di mancanegara maka diperlukan berbagai bentuk fasilitas. Maka dari itu pemerintah memerlukan kerjasama dengan pihak swasta, contohnya: dalam hal informatika yakni dengan membuat *web design* daerah pariwisata di Bali semenarik mungkin sehingga para wisatawan dapat mudah memperoleh informasi terkait pariwisata.

3. Promosi Pariwisata ke Luar Negeri

Kegiatan promosi sangat penting dalam perkembangan pariwisata nasional dan sebagai ujung tombak untuk menarik wisatawan asing datang berwisata di Indonesia. Maka pemerintah melakukan kebijakan promosi ke luar negeri khususnya ke negara-negara yang mempunyai potensi wisatawan yang tinggi. Kegiatan promosi tersebut harus disesuaikan dengan *product* wisata dan negara tujuan promosi. Contohnya: negara Jepang, wisatawan yang berasal dari Jepang sangat menyukai kesenian sehingga kita dapat memperkenalkan kesenian nusantara kepada negara tersebut.

#### 4. Sarana Transportasi

Dalam perkembangan pariwisata, sarana transportasi merupakan hal yang sangat vital dalam kegiatan kepariwisataan. Tanpa adanya sarana transportasi yang memadai maka perkembangan kepariwisataan tidak akan bisa berjalan lancar. Seperti di daerah Bali, tersedia sarana transportasi busway "SARBAGITA" dengan rute Denpasar, Badung, Gianyar, Tabanan besar tarifnya Rp2500 dan Rp3500, sehingga para wisatawan dapat dengan mudah menuju tempat wisatanya dengan aman, nyaman, dan murah.

#### 5. Keadaan Infrastruktur dan Sarana-Sarana Pariwisata

Selain hal-hal di atas, keadaan infrastruktur dan sarana wisata perlu perhatian khusus dari pemerintah agar infrastruktur yang sudah ada tidak cepat rusak dan kualitasnya dapat ditingkatkan guna memberikan kenyamanan kepada wisatawan. Sarana-sarana wisata harus senantiasa dijaga, dirawat, dan ditingkatkan.

Sementara itu, Deputi Bidang Ekonomi Kementerian Perencanaan Pembangunan Nasional/Badan Perencanaan Pembangunan Nasional (BAPPENAS), telah merancang Pembangunan Pariwisata dari 2014-2019 yang terkait peningkatan daya saing pariwisata. Adapun sasaran pembangunan pariwisata adalah sebagai berikut:

##### ➤ Sasaran Pertumbuhan

Kontribusi terhadap PDB Nasional	4,2%	8 %
Wisatawan Mancanegara (Orang)	9 juta	20 juta
Wisatawan Nusantara (Kunjungan)	250 juta	275 juta
Devisa (triliun rupiah)	120	240

➤ Sasaran Pembangunan Inklusif: Meningkatkan usaha lokal dalam industri pariwisata dan meningkatnya jumlah tenaga kerja lokal yang tersertifikasi.

##### ➤ Pemasaran Pariwisata Nasional

Jenis pariwisata yang akan diandalkan dalam promosi ke Wisman mencakup:

- I. Wisata alam yang terdiri dari wisata bahari, wisata ekologi, dan wisata petualangan.
- II. Wisata budaya yang terdiri dari wisata *heritage* dan religi, wisata kuliner dan belanja, dan wisata kota dan desa.
- III. Wisata ciptaan yang terdiri dari wisata MICE & *event*, wisata olahraga, dan wisata kawasan terpadu.

##### ➤ Pembangunan Destinasi Pariwisata

- I. Fasilitasi pembangunan destinasi pariwisata nasional yang menjadi fokus pemasaran pariwisata dengan bentuk advokasi



- penetapan kawasan peruntukan pariwisata dalam RTRW dan RDRW, bantuan penyusunan *site plan*, rancangan detail (*detail design*) kawasan destinasi wisata.
- II. Bersama para pemangku kepentingan pariwisata membangun fasilitas umum di kawasan wisata.
- III. Meningkatkan citra kepariwisataan.
- IV. Menata kelembagaan organisasi pengelola destinasi, atau *destination management organisation (DMO)*.
- Pembangunan Industri Pariwisata
  - I. Pembinaan usaha pariwisata bagi masyarakat lokal,
  - II. Fasilitasi investasi usaha sektor pariwisata, serta
  - III. Fasilitasi pengembangan dan peningkatan jenjang keterampilan tenaga kerja lokal di bidang wisata;
  - IV. Mendorong terbangunnya sikap/mental penduduk lokal yang ramah terhadap wisatawan.
- Pembangunan SDM Pariwisata
  - I. Berkoordinasi dengan perguruan tinggi penyelenggara pendidikan sarjana di bidang kepariwisataan;
  - II. Meningkatkan kapasitas dan kualitas lembaga pendidikan kepariwisataan, memperluas jurusan dan peminatan, membangun sekolah pariwisata; serta
  - III. Turut serta menjaga kualitas pendidikan kepariwisataan yang diselenggarakan swasta.

### C. OPTIMALISASI PARIWISATA DAERAH

Otonomi daerah secara serentak telah dilaksanakan mulai Januari 2001. Otonomi daerah adalah hak, kewenangan, dan kewajiban daerah untuk mengatur dan mengurus rumah tangganya sendiri sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku. Setiap daerah di Indonesia diberikan hak untuk melakukan otonomi daerah dengan kewenangan yang luas, nyata dan bertanggung jawab dan menjamin perkembangan dan pembangunan daerah. Dalam pelaksanaan otonomi daerah diharapkan setiap daerah mampu berkreasi dalam mencari sumber penerimaan untuk membiayai pengeluaran pemerintah daerah dalam rangka menyelenggarakan pemerintahan dan pembangunan diberbagai sektor. Pada prinsipnya, daerah dituntut untuk mandiri dalam menciptakan berbagai potensi daerah yang dapat diandalkan dalam meningkatkan kemampuan keuangan daerah. Dengan adanya desentralisasi ke daerah, maka perluasan wewenang daerah Kabupaten dan Kota melalui UU No 32 Tahun 2004 tentang pemerintahan daerah di mana secara politis daerah memiliki kewenangan untuk menggali setiap potensi daerah. Dengan demikian, pemerintah daerah sebagai

tombak dari implementasi otonomi daerah dalam upaya menciptakan berbagai pendapatan daerah dan harus mampu mempertahankan bahkan meningkatkan berbagai potensi daerah di setiap sektor.

Pemberian otonomi kepada daerah bertujuan untuk meningkatkan pembangunan di daerah. Pembangunan daerah merupakan bagian integral dari pembangunan nasional. Otonomi daerah juga dimaksudkan untuk meningkatkan efisiensi dan efektifitas penyelenggaraan pemerintahan, terutama dalam melaksanakan kegiatan pembangunan sehingga dapat meningkatkan pelayanan terhadap masyarakat. Pengertian daerah otonom dimaksud agar daerah yang bersangkutan dapat berkembang sesuai dengan kemampuannya sendiri dan tidak bergantung kepada pemerintah pusat. Oleh karena itu daerah otonom harus mempunyai kemampuan sendiri untuk mengurus dan mengatur rumah tangganya sendiri melalui sumber-sumber pendapatan yang dimiliki. Jadi agar daerah dapat menjalankan kewajibannya dengan sebaik-baiknya maka perlu adanya sumber pendapatan daerah. Semakin besar keuangan daerah, semakin besar pula kemampuan daerah untuk menyelenggarakan usaha-usahanya dalam bidang keamanan, ketertiban umum, sosial, kebudayaan dan kesejahteraan, atau semakin besarnya kemampuan daerah untuk memberikan pelayanan umum kepada masyarakat. Daerah dituntut dapat memenuhi kebutuhannya sendiri dan tidak tergantung subsidi dari pusat, dan daerah dituntut dapat menggali potensi-potensi yang ada di daerahnya.

Setiap daerah mempunyai potensi pendapatan yang berbeda, disebabkan adanya perbedaan kondisi ekonomi, sumber daya alam, besaran wilayah, dan besaran penduduk, sehingga memungkinkan masing-masing daerah memberi penekanan yang berbeda pada setiap sektor pemasukan. Keuangan Daerah adalah semua hak dan kewajiban daerah dalam rangka penyelenggaraan pemerintahan daerah yang dapat dinilai dengan uang termasuk didalamnya segala bentuk kekayaan yang berhubungan dengan hak dan kewajiban daerah tersebut. Dalam penyelenggaraan otonomi daerah, pemerintah daerah harus mempunyai sumber-sumber dana yang dapat mendukung jalannya pelaksanaan otonomi daerah. Adapun yang menjadi sumber-sumber pendapatan daerah diatur dalam Pasal 5 ayat (2) Undang-undang Nomor 33 Tahun 2004 tentang Perimbangan Keuangan Antara Pemerintah Pusat dan Pemerintahan Daerah. Sumber-sumber Pendapatan Daerah antara lain: Pendapatan Asli Daerah (PAD), dana perimbangan, lain-lain pendapatan yang sah. Sumber pendapatan asli daerah merupakan sumber keuangan daerah yang digali dari wilayah daerah yang bersangkutan yang terdiri dari hasil pajak daerah, hasil retribusi daerah, hasil pengelolaan kekayaan daerah yang dipisahkan, dan lain-lain pendapatan asli daerah yang sah.

Sedangkan dana perimbangan merupakan sumber pembiayaan yang berasal dari pajak bumi dan bangunan, penerimaan dari sumber daya alam, serta dana alokasi umum dan dana alokasi khusus. Dana alokasi umum dialokasikan dengan tujuan pemerataan dengan memperhatikan potensi daerah, luas daerah, keadaan geografi, jumlah penduduk, dan tingkat pendapatan masyarakat di daerah, sehingga terdapat perbedaan antara daerah yang maju dan daerah yang belum berkembang. Sedangkan dana alokasi khusus bertujuan untuk membantu membiayai kebutuhan-kebutuhan khusus daerah. Berdasarkan Undang-undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah dan Undang-undang Nomor 33 Tahun 2004 tentang Perimbangan Keuangan Antara Pemerintah Pusat dan Pemerintahan Daerah, maka pemerintah daerah dituntut agar mampu mengurus pembiayaan rumah tangga sendiri. Untuk mewujudkan hal tersebut menuju otonomi daerah yang nyata dan bertanggung jawab maka salah satu indikasi dari kemampuan melaksanakan prinsip otonomi daerah tersebut adalah dengan terus menerus mengupayakan peningkatan Pendapatan Asli Daerah.

Sejalan dengan perencanaan otonomi daerah, setiap daerah memiliki tanggung jawab yang besar terhadap kemampuan keuangan serta pengelolannya. Sebab dengan diberlakukannya otonomi daerah maka semakin lama subsidi dan bantuan pemerintah pusat diperkirakan akan mengalami penurunan. Hal ini berarti bahwa kepada setiap daerah diberikan wewenang dan tanggung jawab yang luas untuk menggali dan mengelola sumber-sumber penerimaan Pendapatan Asli Daerah (PAD) seoptimal mungkin sesuai dengan UU No. 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah. Disamping itu, UU No.34 Tahun 2000 tentang Pajak Daerah dan Retribusi Daerah juga memberikan peluang yang cukup besar untuk menggali dan mengelola penerimaan PAD secara optimal. Lahirnya kedua Undang-undang tersebut terutama Undang-undang No. 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah telah memberikan kewenangan yang lebih jelas kepada daerah Kabupaten/ Kota untuk memungut pajak daerah dan retribusi daerah sesuai dengan potensi dimiliki oleh masing-masing daerah.

Di Indonesia sektor yang paling dominan dan banyak dikembangkan saat ini adalah sektor pariwisata. Pengembangan sektor pariwisata di Indonesia menunjukkan peranan yang berarti dalam pembangunan perekonomian nasional, pariwisata juga sering disajikan sebagai jawaban atas beberapa masalah yang dihadapi Indonesia antara lain menciptakan lapangan kerja dan banyak peluang ekonomi, menjaga dan memperbaiki lingkungan, serta mendorong perekonomian regional.

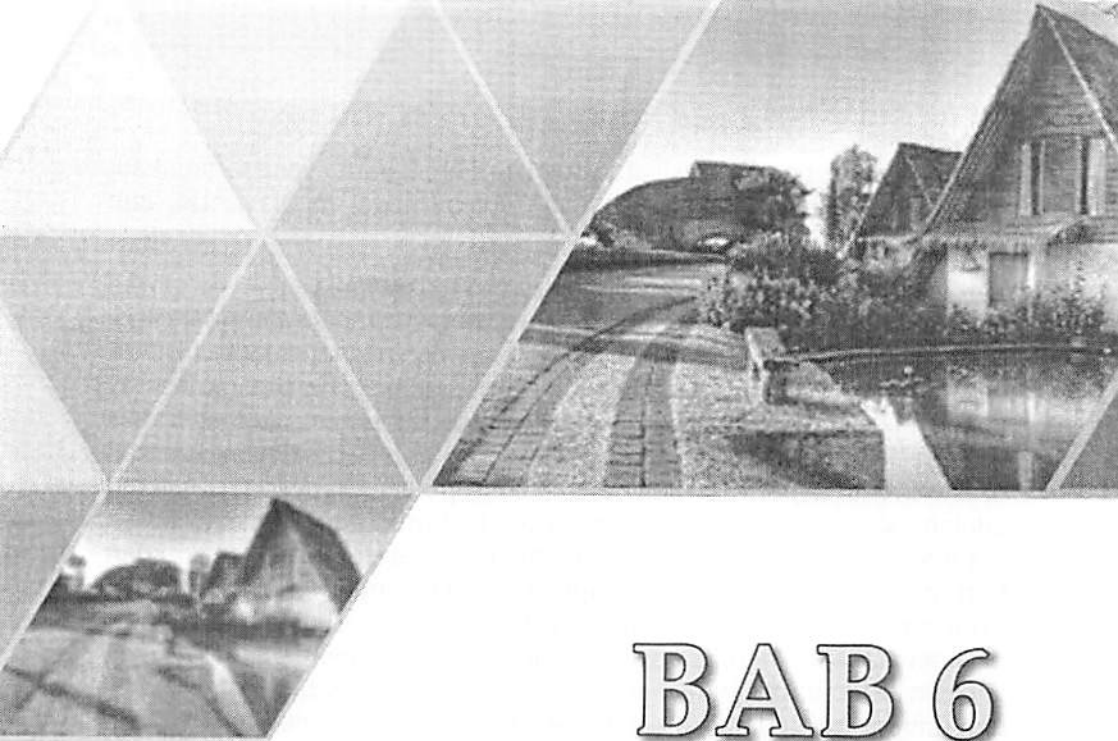
Menurut Susiana (2003), industri pariwisata yang dapat menjadi sumber PAD adalah industri pariwisata milik masyarakat (*Community Tourism Development* atau CTD). Dengan mengembangkan CTD, pemerintah daerah dapat memperoleh peluang penerimaan pajak dan beragam retribusi yang bersifat legal untuk sumber dana pembangunan. Keterkaitan industri pariwisata dengan penerimaan daerah berjalan melalui jalur PAD dan bagi hasil pajak/bukan pajak. Komponen PAD yang menonjol adalah pajak daerah, retribusi daerah dan laba badan usaha milik daerah. Mata rantai industri pariwisata yang berupa hotel/penginapan, restoran/jasa boga, usaha wisata (obyek wisata, souvenir, dan hiburan), usaha perjalanan wisata (*Travel agent* dan pemandu wisata), *convention organizer*, dan transportasi dapat menjadi sumber PAD yang berupa pajak daerah, retribusi daerah, laba BUMD, pajak dan bukan pajak (Badrudin, 2001). Adapun kontribusi pajak dan retribusi sangat besar bagi PAD, PAD dari pajak seperti pajak hotel, pajak restoran, pajak hiburan dan berbagai retribusi seperti retribusi pemakaian kekayaan daerah, retribusi tempat penginapan, retribusi tempat rekreasi dan pendapatan lain yang sah maka akan didapat penerimaan dari sektor pariwisata.

Saat ini, pariwisata mengalami perkembangan yang sangat progresif. Beberapa faktor yang mendorong perkembangan tersebut diantaranya pertama, perkembangan teknologi informasi dan telekomunikasi yang memudahkan orang dari berbagai belahan dunia untuk mendapatkan informasi dengan cepat dan tepat. Kedua, perkembangan dan kemajuan teknologi transportasi yang memberi kemudahan orang untuk bepergian dalam waktu yang singkat. Ketiga, pertumbuhan pasar bebas yang membuat orang mudah untuk melakukan ekspansi pasar tanpa batas. Kemudian yang keempat, revolusi di bidang teknologi pengolahan yang membuat waktu kerja lebih pendek. Kelima, liberalisasi industri pariwisata. Keenam, kemajuan teknologi liberalisasi keniagaan. Dan yang ketujuh, adanya keterbukaan politik yang memudahkan orang untuk bepergian dan datang ke suatu negara tanpa ada rasa takut karena disadari iklim politik sangat mempengaruhi kunjungan wisatawan (Parikesit, 1997).

Di samping itu, pembangunan hotel-hotel berkembang dengan pesat, baik pendirian hotel-hotel baru maupun pengadaan tambahan kamar-kamar pada hotel yang sudah ada. Fungsi hotel bukan hanya sebagai tempat menginap untuk tujuan wisata namun juga untuk tujuan lain seperti menjalankan kegiatan bisnis, mengadakan seminar, atau sekadar untuk mendapatkan ketenangan. Hotel memiliki peran sebagai penggerak pembangunan daerah, sehingga perlu dikembangkan secara baik dan benar agar dapat meningkatkan pendapatan masyarakat, PAD,

penyerapan tenaga kerja serta perluasan usaha. Hotel merupakan salah satu jenis usaha yang menyiapkan pelayanan jasa bagi masyarakat dan wisatawan. Tingkat Hunian Hotel merupakan suatu indikator yang menunjukkan sejauh mana jumlah kamar terjual yang diperbandingkan dengan seluruh jumlah kamar yang mampu dijual (Vicky Hanggara,2009). Semakin tinggi tingkat hunian hotel maka penghasilan hotel juga akan naik, sehingga hal tersebut akan meningkatkan penerimaan daerah melalui pajak penghasilan.





# BAB 6

## PARIWISATA SYARIAH

### A. KONSEP WISATA DALAM SYARIAH

Kepariwisataan berbasis syariah dipahami sebagai produk-produk kepariwisataan yang menyediakan layanan keramah-tamahan yang memenuhi persyaratan syar'i (Romli 2011). Hal ini berarti, orang yang sedang berwisata, harus mematuhi larangan-larangan agama seperti: berasik-asik di pantai dan kolam renang (bahkan dengan pasangan yang syah sekalipun), dengan mengenakan pakaian yang tidak syar'i, makan-makan di hotel atau restoran dengan menu hidangan yang mengandung babi dan alkohol, dan makanan lain yang haram. Dalam konteks lebih luas, kepariwisataan berbasis syariah mencakup segala layanan yang bebas alkohol, keuangan islami, makanan berbasis syariah; saluran TV yang bebas dari acara-acara yang tidak islami; kolam renang terpisah (laki-perempuan); fasilitas peribadatan; transportasi terpisah (laki-perempuan) yang dapat diakses melalui udara, darat, dan air; hotel yang memenuhi persyaratan syariah (keluarga/individu, *check in* perempuan lajang/sendirian), sanitasi yang baik dan bersih; dan lain sebagainya. Adapun produk-produk atraksinya mencakup warisan islami, museum

dan seni islami; pemandu wisata yang kompeten; harga yang terjangkau; komunikasi yang islami (promosi melalui berbagai media: cetak dan *online*).

Menurut Salama (2013), pada tahun 2011 belanja para wisatawan muslim di berbagai tujuan wisata di seluruh negara diperkirakan mencapai USD 126 miliar dan jumlah ini diharapkan naik hingga menjadi USD 192 miliar pada tahun 2020. Oleh karena itu, sejumlah negara berinisiatif untuk menarik para wisatawan muslim agar berkunjung ke negaranya dengan mempersiapkan hotel berbasis syariah, dan menyebarkan brosur-brosur kepariwisataan dengan konsep berbasis syariah. Thailand adalah salah satu negara yang menarik wisatawan dengan menawarkan hotel-hotel yang para karyawannya memiliki keterampilan khusus dan berbasis syariah dengan menerapkan standar "hotel berbasis syariah". Prinsip-prinsip standar berbasis syariah dalam perhotelan mengatur layanan makanan berbasis syariah dan penyajian minuman non-alkohol, layanan peribadatan untuk para wisatawan, seperti tanda qiblat di kamar dan tempat ibadah/mushala di hotel, pemandu wisata muslim di negara bersangkutan, serta menyediakan daftar atraksi yang bisa dinikmati para turis. *Berbasis syariah world* (2013) menyatakan bahwa sejumlah negara lain, akan menikmati benefit dari industri kepariwisataan dan ekonominya (*berbasis syariahworld.in* 2013).

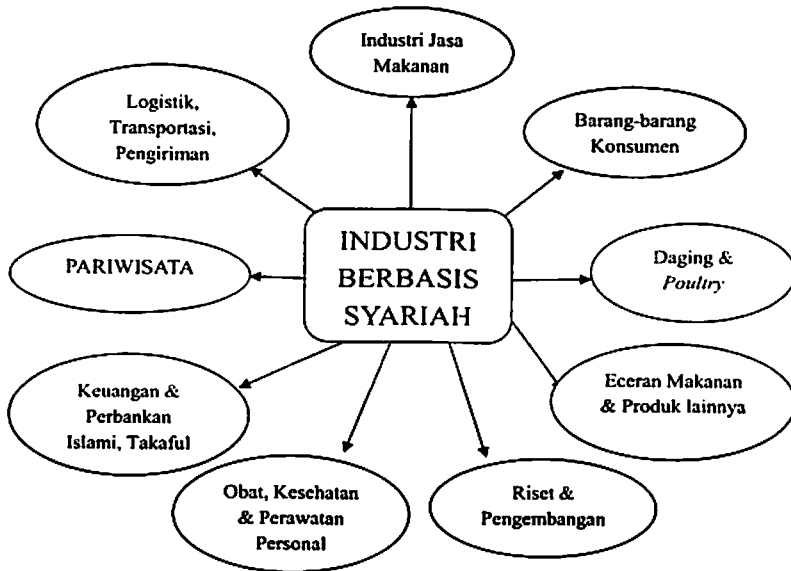
Segmen pasar produk dan jasa (termasuk didalamnya kepariwisataan) berbasis syariah bukan hanya untuk kaum muslimin, namun juga non-muslim. Hal ini karena konsumsi produk dan jasa berbasis syariah berefek baik, sehat, dan mengangkat gaya hidup (Ramli 2011). Namun para wisatawan muslim tidak bisa diperlakukan dengan cara yang sama seperti wisatawan non-muslim. Perbedaan yang cukup mendasar terletak pada ketiadaan perjudian, makanan mengandung babi, ketiadaan minuman beralkohol dan aktifitas-aktifitas terkait dengan pesta-pesta. Sebaliknya, kunjungan ke masjid-masjid dan situs-situs islami lainnya dapat dimasukkan ke dalam daftar tempat-tempat yang akan dikunjungi.

Produk-produk wisata berbasis syariah dapat mencakup kunjungan aktivitas seperti: *shopping, traveling*, taman hiburan, kota-kota yang sangat padat, warisan budaya islami, hutan hujan, atau ekowisata lainnya, hotel dan resort berbasis syariah yang tidak menawarkan minuman beralkohol, makanan yang mengandung babi dan segala produk turunannya, tempat dan jadwal waktu sholat, tanda arah qiblat di kamar (seperti yang ada di kamar-kamar hotel mewah *Lord Milner* di London atau di rantai hotel *Holiday Village* dan masih banyak lagi hotel lainnya), kolam renang dan spa dan fasilitas lainnya yang memisahkan



konsumen perempuan dan laki-laki, dan lain-lain; penerbangan berbasis syariah yang tidak menawarkan alkohol dan babi sepanjang penerbangan. Wisata Ramadhan pun tidak luput dari perhatian para pengusaha hotel. Salah satunya adalah hotel terkenal berkelas dunia Sacher Hotel, di Wina, Austria, yang menyediakan fasilitas-fasilitas peribadatan dan makanan khusus untuk sahur dan berbuka puasa di saat ramadhan.

Dengan demikian, wisata berbasis syariah telah menciptakan aktivitas ekonomi hulu-hilir yang berlandaskan pada prinsip-prinsip berbasis syariah yang diyakini akan memberi sumbangan pendapatan signifikan, baik kepada ekonomi dan perilaku masyarakat sekitar maupun negara. Oleh karena itu, Indonesia bersama India, Cina, Turki dan Malaysia adalah negara-negara terdepan yang telah memulai dan terus mengembangkan wisata berbasis syariah. Di luar negara-negara tersebut masih banyak lagi negara yang mencoba menarik wisatawan muslim dari seluruh dunia dengan menawarkan fasilitas-fasilitas wisata yang syariah. Selandia Baru pun ikut bertekad untuk menjadi tujuan wisata berbasis syariah yang berkualitas setara dengan kelima negara tersebut plus negara-negara di kawasan Timur Tengah (webinar 2012).



Sumber: Ramli, Noriah., (2011)

Gambar 6.1 Cakupan Industri Berbasis syariah

Di era modern sekarang ini, wisata islami harus didukung dengan kesiapan *websites*, database kepariwisataan (segmen, lokasi, atraksi, dan fasilitas fisik dan infrastruktur), jasa/layanan yang berkualitas tinggi dan portal untuk pemesanan transportasi/online. Indonesia, melalui kerjasama Kemenparekraf dengan MUI tengah menyiapkan wisata berbasis syariah. Dua lembaga tersebut sudah menjalin kerjasama untuk mewujudkan wisata syariah pertama di Indonesia. MUI akan mengambil peran dalam proses sertifikasi produk-produk syariah, bahkan hingga pemandu wisata syariah akan disertifikasi. Artinya, MUI bertindak untuk menyiapkan bagaimana standarisasi syariah, sebagai pengawas terkait produk-produk wisata syariah, dan bertindak menjadi konsultan, pendampingan, pembinaan manajemen aspek kesyariahan, operator pariwisata syariah, juga memastikan syariahnya Biro Perjalanan, Pemandu wisata, makanan berbasis syariah, serta restoran berbasis syariah. Semuanya lalu dikemas dan dipromosikan oleh Kemenparekraf yang merupakan lembaga promosi wisata syariah.

Pengembangan wisata syariah dapat dicapai melalui inisiatif sendiri dan juga melalui transformasi berbasis aneka produk wisata yang terintegrasi, melalui investasi strategis dalam infrastruktur ekonomi dan sosial yang memberi benefit kepada keseluruhan masyarakat, dan bukan hanya mereka yang terlibat.

Beberapa prinsip pengembangan wisata berbasis syariah mencakup:

1. Pengembangan fasilitas wisata berbasis syariah dalam skala besar atau kecil beserta pelayanan di luar dan di dalam atau dekat lokasi wisata.
2. Fasilitas dan pelayanan berbasis syariah tersebut dimiliki dan dikerjakan oleh masyarakat setempat, yang dilakukan dengan bekerja sama atau dilakukan secara individual oleh yang memiliki.
3. Pengembangan wisata berbasis syariah didasarkan pada salah satu "sifat" budaya tradisional yang lekat pada suatu lingkungan religius atau "sifat" atraksi berbasis syariah yang dekat dengan alam dimana pengembangan lingkungan sebagai pusat pelayanan berbasis syariah bagi wisatawan yang mengunjungi kedua atraksi tersebut.

Dengan demikian konsep wisata berbasis syariah di dalamnya (a) menciptakan kesempatan kerja melalui pertumbuhan ekonomi inklusif, (b) mengembangkan komunitas yang hidup, seimbang, dan berdaya tahan, dan (c) menciptakan kehidupan yang lebih baik bagi penduduk lokal dan memberi kontribusi yang lebih baik pada sektor wisata.

Lain dari itu, wisata berbasis syariah mencerminkan (a) pertumbuhan kepariwisataan dan ekonomi, (b) meningkatkan pengalaman kerohanian para pengunjung, dan (c) tata kelola pemerintahan yang baik. Dengan gambaran keuntungan wisata berbasis syariah seperti disebutkan, wisata berbasis syariah merupakan salah satu solusi dari kemiskinan dan pengangguran masyarakat, mengurangi depopulasi dan migrasi, meningkatkan pendapatan dan menyediakan lapangan pekerjaan, serta merangsang perbaikan produk-produk dan infrastruktur secara syariaati.

## **B. PERKEMBANGAN PARIWISATA SYARIAH**

Pariwisata Syariah merupakan tujuan wisata baru dunia saat ini. *Utilizing the World Tourism Organization (UNWTO)* menunjukkan bahwa wisatawan muslim mancanegara sebesar 126 miliar dolar AS pada 2011 mengalahkan wisatawan dari Jerman, Amerika Serikat dan Cina. Menurut data *Global Muslim Traveler*, wisatawan muslim Indonesia termasuk dalam 10 besar negara yang paling banyak berwisata. Namun, sangat disayangkan Indonesia tidak termasuk dalam 10 tempat destinasi kunjungan muslim. Negara yang memiliki kekayaan berlimpah dan bermayoritas muslim cenderung menjadi konsumen.

Kemenparekraf RI telah mengembangkan dan mempromosikan usaha jasa di bidang perhotelan, restoran, biro perjalanan wisata dan spa di 12 destinasi wisata syariah. Pengembangan tersebut dilakukan di sejumlah kota yakni Aceh, Sumatera Barat, Riau, Lampung, Banten, Jakarta, Jawa Barat, Jawa Tengah, Yogyakarta, Jawa Timur, NTB serta Sulawesi Selatan. Provinsi Jawa Tengah dan Yogyakarta merupakan salah satu destinasi wisata syariah yang mempunyai banyak obyek-obyek wisata menarik untuk dikunjungi. Didukung dengan transportasi yang memadai, obyek-obyek wisata tersebut sangat mudah dijangkau. Pariwisata syariah di Jawa Tengah dan Yogyakarta dapat dikembangkan dengan mengoptimalkan industri kreatif karena pariwisata sendiri memerlukan proses-proses kreatif dalam pengembangannya.

Di kedua daerah tersebut telah memiliki hotel syariah. Restoran yang bersertifikat halal pun dapat ditemui di Jawa Tengah dan Yogyakarta. Menurut, Ketua Asosiasi Hotel dan Restoran Syariah (Ahsin) Jawa Tengah, Heru Isnawan, pengembangan wisata syariah belum direncanakan serius, sehingga sektor swasta yang mengambil potensi tersebut. Budaya religius juga terdapat di Yogyakarta. Hal tersebut menjadi keunggulan yang belum dikembangkan oleh Pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta maupun pelaku bisnis di Yogyakarta.

## 1. Pencarian Makna Pariwisata Syariah

Pariwisata syariah merupakan pariwisata yang mengedepankan nilai-nilai Islami dalam setiap aktivitasnya. Namun, istilah pariwisata syariah secara definisi di kalangan pelaku wisata masih cenderung asing. Pariwisata syariah lebih dimaknai sebagai wisata religius, yaitu kunjungan-kunjungan ke tempat ibadah untuk berziarah atau tempat-tempat ibadah lainnya. Padahal, pariwisata syariah tidak terfokus pada objek saja, tetapi adab perjalanan dan fasilitas lainnya (Chookaew, 2015).

Obyek pariwisata syariah pun tidak harus obyek yang bernuansa Islam, seperti masjid dan peninggalan sejarah Islam. Obyek pariwisata syariah berlaku untuk semua tempat, kecuali tempat ibadah agama lain. Pariwisata syariah memberikan makna bahwa masyarakat muslim harus ber-Islam dimanapun dan kapan pun. Pemaknaan yang kurang tepat terkait pariwisata syariah disebabkan karena edukasi yang kurang. Dari sudut pandang wisatawan, ketersediaan informasi yang kurang adalah penyebab utama ketidakpahaman tentang pariwisata syariah. Dari sudut pandang pelaku bisnis, pariwisata syariah belum dikenal karena belum adanya panduan-panduan jelas terkait pariwisata syariah. Pemerintah daerah pun belum berani mengembangkan pariwisata syariah karena belum ada panduan dan arahan yang jelas dari pemerintah pusat terkait pengembangan pariwisata syariah walaupun pemerintah daerah sudah paham secara umum terkait pariwisata syariah.

## 2. Potensi Pariwisata Syariah

Potensi berkembangnya wisata syariah ke depannya dinilai menjanjikan. Konsep pariwisata syariah ke depannya akan menjadi bisnis yang banyak dilirik oleh para pelaku bisnis wisata. Berdasarkan pengelolaan wawancara tertutup dengan wisatawan, potensi pariwisata dinilai baik dan wisatawan setuju dengan konsep pariwisata syariah. Dari segi konsep, mayoritas masyarakat setuju dengan konsep pariwisata syariah. Dari segi kebutuhan, mayoritas masyarakat menekankan bahwa pariwisata syariah memiliki urgensi yang tinggi dalam pelaksanaannya. Dari segi kesesuaian, mayoritas masyarakat setuju bahwa pariwisata syariah sesuai dengan kondisi masyarakat Indonesia. Berdasarkan survei tersebut, nilai yang sesuai dengan kebutuhan wisatawan yaitu kenyamanan dan ketenangan dalam berwisata tanpa melupakan nilai-nilai keislamannya. Nilai ini didukung dengan bertambahnya masyarakat *middle class moslem* yang memiliki kesadaran tinggi dalam kehalalan suatu produk. Kondisi tersebut menjadikan pariwisata syariah memiliki potensi besar untuk dikembangkan melihat permintaan pasar yang ada.

Dalam pengembangan pariwisata syariah, pengenalan pasar pariwisata syariah jelas sangat penting untuk memancing para pelaku bisnis wisata terjun. Selain itu, destinasi wisata di Indonesia yang beragam mendukung pariwisata syariah walaupun destinasi masih terfokus pada wisata religi dan destinasi wisata lainnya yang juga didukung dengan fasilitas ibadah. Daerah Istimewa Yogyakarta dan Jawa Tengah dengan sejumlah destinasi wisata syariah yang dimiliki saat ini, dapat dikembangkan menjadi tempat bersejarah Islam dan masjid-masjid serta fasilitas yang memadai untuk ibadah bagi wisatawan. Hal tersebut adalah tahap awal dalam pengembangan pariwisata syariah di kedua provinsi tersebut.

### **3. Industri Kreatif sebagai Penopang Pariwisata Syariah**

Di dalam laporannya yang berjudul *Creative Economy Report 2008, United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD)* mendefinisikan Industri Kreatif sebagai alur di mana kreasi, produksi dan distribusi barang dan jasa digunakan secara kreatif dengan menjadikan modal intelektual sebagai masukan utama. Rangkaian aktivitas dasarnya berwujud konten yang kreatif, bernilai ekonomi dan menjadi objek pasar.

Industri kreatif adalah industri yang berasal dari pemanfaatan kreativitas, keterampilan serta bakat individu untuk menciptakan kesejahteraan serta lapangan pekerjaan dengan menghasilkan dan mengeksploitasi daya kreasi maupun daya cipta individu tersebut (Indonesia Kreatif, 2014). Saat ini, industri kreatif dipandang semakin penting dalam mendukung kesejahteraan perekonomian karena sebagian besar tergantung pada produksi pengetahuan melalui kreativitas dan inovasi (Bianchini, 1995).

Pariwisata memerlukan proses-proses yang kreatif dalam pengembangannya. Tahapan proses yang baik dalam pengembangannya meliputi perencanaan, promosi, paket dan perjalanan wisata, dan destinasi wisata itu sendiri. Tahapan tersebut memerlukan pertimbangan aktivitas yang kaya akan ide dan kreasi sehingga industri pariwisata memiliki hubungan timbal balik dengan industri kreatif. Industri kreatif dapat mengembangkan potensi pariwisata syariahnya. Masyarakat menghendaki industri kreatif ada dalam wisata syariah. Sebagai contoh, penyediaan pramuwisata yang paham akan nilai-nilai Islam, spa syariah, salon syariah, dan penekanan adab perjalanan dalam Islam selama wisata melalui biro perjalanan syariah. Industri kreatif dalam menopang pariwisata syariah dilandaskan penggunaan aturan Islam yang mengatur segala kehidupan manusia. Dari segi fasilitas, banyak peluang bisnis

yang belum dikembangkan, seperti spa syariah, salon syariah, jaminan kehalalan produk selama wisata, optimalisasi kawasan tempat singgah, seperti hotel dan restoran dapat menunjang fasilitas syariah. Selain itu, wisatawan ditemani pramuwisata yang senantiasa mengingatkan dan memberikan pemahaman tentang pariwisata syariah dan ilmu lainnya.

Dari segi destinasi wisata yang dikunjungi, terdapat informasi terkait lokasi wisata melalui pramuwisata atau media lain sehingga lokasi wisata jauh dari *mudharat* dan kesesatan. Bagi wisata keluarga atau pun kelompok, industri kreatif dapat berupa biro perjalanan syariah yang mengedepankan adab perjalanan dalam Islam. Biro perjalanan memberikan efek *snowball* bagi pariwisata syariah dengan memberikan paket-paket syariah dengan mitra bisnis lokasi wisata, hotel, syariah, dan bisnis wisata berbasis syariah lainnya. Pada akhirnya, pariwisata syariah memberikan makna bagi wisatawan sebagai adab perjalanan dan adab berwisata sesuai dengan kaidah Islam.

Dari segi edukasi, pramuwisata yang menguasai syariat Islam, baik itu di biro perjalanan ataupun di destinasi wisata sangat diperlukan. Dalam penyediaan sumber daya manusia, pelaku wisata memfokuskan pada pelatihan khusus tentang pariwisata syariah. Hal tersebut sangat penting karena tugas utama dari pramuwisata adalah memberikan petunjuk kepada wisatawan dalam berpariwisata yang sesuai dengan nilai-nilai Islam. Pramuwisata merupakan pemimpin dari para wisatawan. Hal ini sesuai dengan hadist yang diriwayatkan Abu Hurairah r.a dan Abu Sa'id r.a: "Jika tiga orang keluar untuk bepergian, hendaklah menjadikan salah seorang sebagai pemimpin".

Pariwisata syariah akan berkembang jika telah terbentuk opini tentang makna pariwisata syariah di masyarakat. Sejauh ini, masyarakat kurang mengetahui konsep pariwisata syariah dan tidak memberikan tanggapan terkait kebutuhan dan kesesuaian pariwisata syariah. Di sini, industri kreatif berperan penting dalam pengelolaan publikasi yang efektif. Publikasi tersebut dapat dilakukan dengan media *online* yang bekerjasama dengan lembaga dakwah yang ada. Media *online* sekarang dirasa sangat berperan dalam membentuk opini bagi masyarakat karena hampir semua informasi yang didapatkan masyarakat diakses melalui media sosial. Selain itu, ceramah agama dapat menjadi sara efektif dalam pencerdasan wisata syariah. Ceramah tersebut biasanya diikuti oleh orang tua yang nantinya dapat memberikan pemahaman wisata syariah pada anak mereka.

### C. PROBLEMATIKA PARIWISATA SYARIAH

Wisata syariah di Indonesia masih sangat minim keberadaannya, yang oleh pemerintah sedang melakukan pengembangan terhadap destinasi pariwisata tersebut. Wisata Syariah atau *Halal Tourism* adalah salah satu sistem pariwisata yang diperuntukkan bagi wisatawan Muslim maupun non-muslim yang pelaksanaannya mematuhi aturan syariah. Pada awal tahun 2014 disahkan Peraturan Menteri (Permen) Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI No.2 Tahun 2014 tentang Pedoman Penyelenggaraan Usaha Hotel Syariah, sedangkan untuk restoran, biro perjalanan dan spa masih menyusul. Banyak masyarakat yang mengira bahwa wisata syariah sama dengan wisata religi, padahal wisata syariah berbeda dengan wisata religi. Wisata religi atau rohani seperti ziarah ke makam para Nabi dan juga umroh. Sedangkan, wisata syariah tidak hanya mengedepankan obyek tujuan wisatawan, tetapi tempat wisata syariah tersebut harus dibuat standarisasinya sesuai dengan kaidah islam. Misalnya, para pengunjung dilarang membawa minuman beralkohol, menyediakan fasilitas untuk beribadah sehingga layak dan nyaman untuk bersuci, menyediakan makanan dan minuman halal, menetapkan batas muhrim yang jelas dan tidak ada suasana hiburan maksiat.

Wisata syariah sangat mengedepankan produk-produk halal dan aman dikonsumsi wisatawan muslim. Namun, bukan berarti wisatawan non-muslim tidak bisa menikmati wisata syariah. Bagi yang non-muslim, wisata syariah dengan produk halal ini adalah jaminan sehat. Pada prinsipnya, implementasi kaidah syariah berarti menyingkirkan hal-hal yang membahayakan bagi kemanusiaan dan lingkungannya yang terdapat dalam produk maupun jasa yang diberikan, dan tentu memberikan kebaikan. Dengan nilai-nilai keislaman yang ada pada pariwisata syariah, bukan hanya bermanfaat bagi industri pariwisata tapi juga bermanfaat bagi masyarakat dalam meningkatkan keimanan, menjadi manusia yang lebih baik dan mencegah terjadinya hal yang bersifat *mudharat* bagi masyarakat.

Pengembangan wisata syariah khususnya di Indonesia perlu didorong oleh *political will* dari pemangku kebijakan baik di level pemerintah pusat maupun daerah. Sebab, segala sumber daya sebenarnya sudah tersedia. Konsep pengembangan pariwisata syariah yang selama ini dikenal oleh masyarakat yang agamis dan sarat dengan tradisi keislaman, merupakan modal dasar yang bagus. Selain itu, hal tersebut sesuai dengan kondisi realitas masyarakat Indonesia yang mayoritasnya beragama Islam.

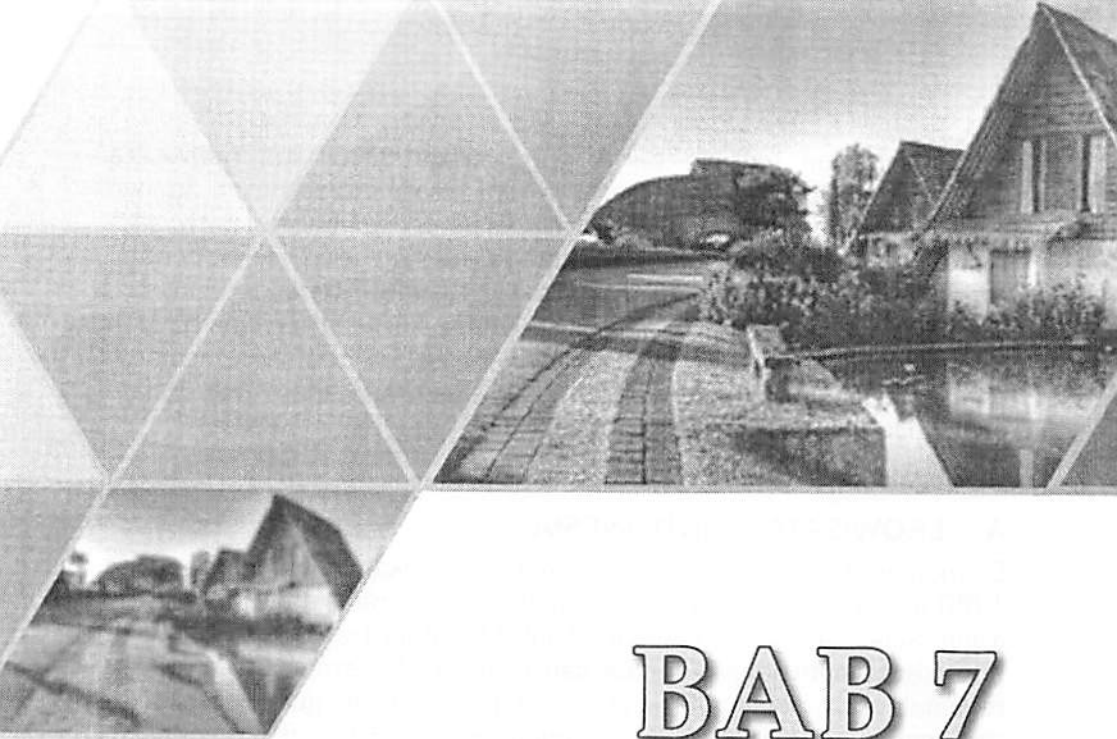
Pengembangan pariwisata syariah akan menunjang perkembangan pariwisata Indonesia yang tidak hanya berorientasi pada komersialisasi dan keuntungan yang bersifat materi saja, tetapi juga kemaslahatan umat. Selain itu, harus mengutamakan keadilan dan pemerataan pendapatan kehidupan yang seimbang, dan harmonis bagi pelaku pariwisata terutama masyarakat. Dengan segala keanekaragaman obyek dan daya tarik wisata yang memiliki peluang untuk terus dikembangkan sebagai destinasi pariwisata dengan diversifikasi daya tarik wisata yang khas dan berbeda di tiap daerah.

Karenanya, masalah pengembangan pariwisata syariah merupakan sebuah keniscayaan dalam upaya melestarikan kekhasan sosial budaya masyarakat dan pada akhirnya dapat memberikan kontribusi nyata dalam menciptakan kedamaian dan kesejahteraan masyarakat. Untuk mewujudkan hal ini, dibutuhkan komitmen dan kerjasama antar *stakeholder* pariwisata sekaligus *political will* terkait pengembangan pariwisata syariah.

Selain permasalahan tersebut di atas, dunia wisata juga tidak lepas dengan kata persaingan, masing-masing tempat wisata memberikan keunggulan yang mereka miliki dan tentunya dengan pelayanan yang baik pula. Tempat wisata di beberapa daerah pesisir Indonesia saat ini kian bertambah terutama pariwisata bahari yang sangat diminati para wisatawan, karena letak geografisnya. Untuk menghadapi persaingan dan menciptakan bisnis yang sehat, maka dikenal masalah etika bisnis. Etika bisnis digunakan untuk mengendalikan persaingan bisnis agar tidak menjauhi norma-norma yang ada. Persaingan bisnis akan dinilai etis apabila memenuhi semua norma dan nilai yang ada. Etika bisnis juga dapat digunakan oleh para pelaku bisnis dalam melaksanakan bisnisnya sehingga tidak mengganggu kegiatan bisnis pelaku usaha lain.

Pandangan etika kontemporer berbeda dengan sistem etika Islam dalam beberapa hal. Terdapat enam sistem etika Islam yang menjadi acuan pemikiran yaitu kepentingan pribadi (*relativisme*), perhitungan untung dan rugi (*utilitarisme*), kewajiban (*universalisme*), hak, kepentingan individu, dan keadilan. Hal tersebut juga menjadi dasar pemikiran etika bisnis Islam. Dalam konteks inilah kemudian etika bisnis Islam muncul kembali ke permukaan.





# BAB 7

## POTENSI PARIWISATA SYARIAH

Potensi berkembangnya wisata syariah ke depannya dinilai menjanjikan. Konsep pariwisata syariah akan menjadi industri yang banyak dilirik oleh para pelaku wisata. Hal ini didukung dengan bertambahnya masyarakat *middle class moslem* yang memiliki kesadaran tinggi akan kehalalan suatu produk (Utomo, 2014).

Pariwisata syariah merupakan pariwisata yang mengedepankan nilai-nilai Islami dalam setiap aktivitasnya. Namun, istilah pariwisata syariah masih cenderung asing dan dimaknai sebagai wisata religi, seperti kunjungan ke tempat ibadah, makam tokoh Islam, dan tempat bersejarah Islam. Padahal, pariwisata syariah tidak hanya terfokus pada obyek saja, tetapi juga adab perjalanan dan fasilitas lainnya (Chookaew, 2015). Obyek pariwisata syariah pun berlaku untuk semua tempat wisata, kecuali tempat ibadah agama lain. Pemaknaan yang kurang tepat terkait pariwisata syariah tersebut disebabkan karena edukasi yang kurang. Ketersediaan informasi yang kurang adalah penyebab utama

ketidakpahaman tentang pariwisata syariah. Selain itu, pariwisata syariah belum begitu dikenal oleh pelaku bisnis karena belum adanya panduan jelas dari pemerintah pusat. Dalam pengembangan pariwisata syariah, pengenalan pasar pariwisata syariah yang jelas sangat penting agar memancing para pelaku bisnis wisata untuk terjun ke industri. Selain itu, destinasi wisata syariah yang ada dan pengembangan tempat bersejarah Islam, masjid-masjid serta fasilitas yang memadai untuk ibadah di tempat wisata dapat dijadikan tahap awal dalam pengembangan pariwisata syariah.

## A. EKOWISATA DI INDONESIA

Di Indonesia kegiatan ekowisata mulai dirasakan pada pertengahan 1980-an yang dimulai dan dilaksanakan oleh orang atau biro wisata asing. Salah satu yang terkenal adalah Mountain Travel Sobek, sebuah biro wisata petualangan tertua dan terbesar. Beberapa obyek wisata terkenal yang dijual antara lain adalah pendakian gunung api aktif tertinggi di garis khatulistiwa [Gunung Kerinci (3884 m)], pendakian danau vulkanik tertinggi kedua di dunia [Danau Gunung Tujuh] dan kunjungan ke danau vulkanik terbesar didunia [Danau Toba].

Beberapa biro wisata lain maupun perorangan yang dijalankan oleh orang asing juga melaksanakan kegiatan kunjungan dan hidup bersama suku-suku terasing di Sumatera, Kalimantan, Jawa, Sulawesi, dan Papua. Salah satu dari proyek ekowisata yang terkenal yang dikelola pemerintah bersama dengan lembaga asing adalah ekowisata orang hutan di Tanjung Puting, Kalimantan. Kegiatan ekowisata di Indonesia diatur Peraturan Menteri Dalam Negeri No. 33 Tahun 2009.

Secara umum obyek kegiatan ekowisata tidak jauh berbeda dari kegiatan wisata alam biasa, namun memiliki nilai-nilai moral dan tanggung jawab yang tinggi terhadap obyek wisatanya. Adapun beberapa bentuk ekowisata yang dapat diklasifikasikan sebagai berikut:

### Wisata pemandangan:

- Obyek-obyek alam (pantai, air terjun, terumbu karang)
- Flora (hutan, tumbuhan langka, tumbuhan obat-obatan)
- Fauna (hewan langka dan endemik)
- Perkebunan (teh, kopi)

### Wisata petualangan:

- Kegiatan alam bebas (lintas alam, berselancar)
- Ekstrem (mendaki gunung, paralayang)
- Berburu (babi hutan)

Wisata kebudayaan dan sejarah:

- Suku terasing (orang Rimba, orang Kanekes)
- Kerajinan tangan (batik, ukiran)
- Peninggalan bersejarah (candi, batu bertulis, benteng kolonial)

Wisata penelitian:

- Pendataan spesies (serangga, mamalia dan seterusnya)
- Pendataan kerusakan alam (lahan gundul, pencemaran tanah)
- Konservasi (reboisasi, lokalisasi pencemaran)

Wisata sosial, konservasi dan pendidikan:

- Pembangunan fasilitas umum di dekat obyek ekowisata (pembuatan sarana komunikasi, kesehatan)
- Reboisasi lahan-lahan gundul dan pengembangbiakan hewan langka
- Pendidikan dan pengembangan sumber daya masyarakat di dekat obyek ekowisata (pendidikan bahasa asing, sikap)

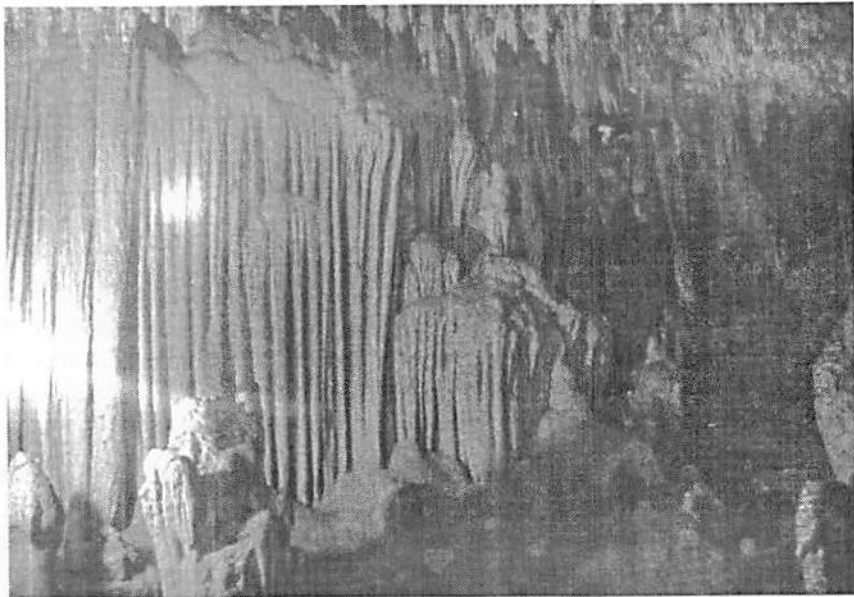
## B. EKOWISATA DI YOGYAKARTA

### Ekowisata Goa

Berikut produk-produk obyek wisata Goa di Jogja yang dapat dikunjungi sebagai wisata minat khusus diantaranya:

1. Goa cerme yang terletak di bantul. Goa Cerme terletak di atas ketinggian 500 meter dari permukaan laut. Goa ini dulu menjadi tempat pertemuan Walisongo yang membahas dakwah Islam dan membahas pendirian Masjid Demak. Goa Cerme terletak di dusun Srunggo, Selopamiro, Imogiri, Bantul atau sekitar 20 km selatan Kota Yogyakarta. Goa Cerme tidak hanya menawarkan keindahan alam stalagtit (adanya sungai bawah tanah). Bahkan goa yang memiliki panjang 1,5 km tersebut tembus hingga ke Kabupaten Gunungkidul yang juga menawarkan kekuatan mistis. Akibatnya sampai sekarang Goa Cerme masih digunakan untuk ritual bertapa.
2. Goa Pindul, salah satu goa yang merupakan rangkaian dari 7 goa dengan aliran sungai bawah tanah yang berada di Desa Bejiharjo, Karangmojo. Goa pindul menawarkan sensasi petualangan selama kurang lebih 45-60 menit wisatawan akan diajak menyusuri sungai di gelapnya perut bumi sepanjang 300 m menggunakan ban pelampung. Petualangan yang memadukan aktivitas *body rafting* dan *caving* ini dikenal dengan istilah *cave tubing*. Tidak diperlukan persiapan khusus untuk melakukan *cave tubing* di Goa Pindul. Peralatan yang dibutuhkan hanyalah ban pelampung, *life vest*, serta *head lamp* yang semuanya sudah disediakan oleh pengelola. Aliran sungai yang sangat tenang menjadikan aktivitas

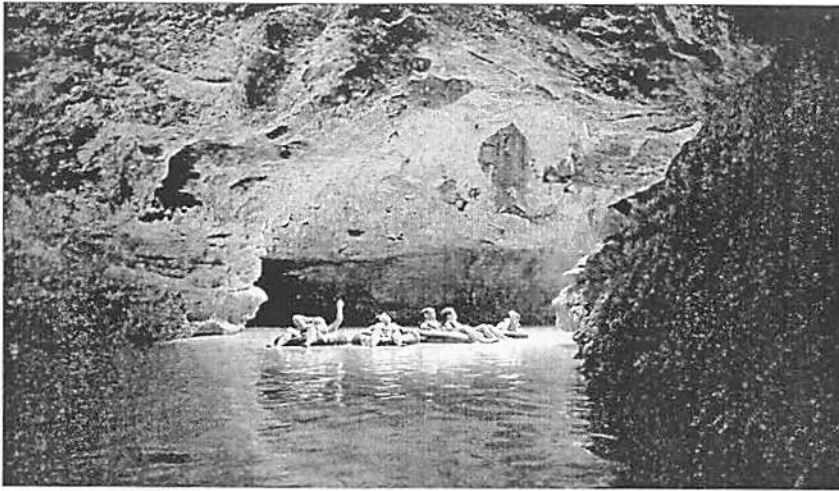
ini aman dilakukan oleh siapapun, mulai dari anak-anak hingga orang dewasa. Waktu terbaik untuk *cave tubing* di Goa Pindul adalah pagi hari sekitar pukul 09.00 atau 10.00 WIB. Selain karena airnya tidak terlalu dingin, jika cuaca sedang cerah pada jam-jam tersebut akan muncul cahaya surga yang berasal dari sinar matahari yang menerobos masuk melewati celah besar di atap goa. Sambil merasakan dinginnya air sungai yang membelai tubuh di tengah goa yang minim pencahayaan, seorang pemandu bercerita tentang asal-usul penamaan Goa Pindul. Menurut legenda yang dipercayai masyarakat dan dikisahkan turun-temurun, nama Goa Pindul dan goa-goa lain yang ada di Bejiharjo tak bisa dipisahkan dari cerita pengembaraan Joko Singlulung mencari ayahnya. Setelah menjelajahi hutan lebat, gunung, dan sungai, Joko Singlulung pun memasuki goa-goa yang ada di Bejiharjo. Saat masuk ke salah satu goa mendadak Joko Singlulung terbentur batu, sehingga goa tersebut dinamakan Goa Pindul yang berasal dari kata pipi gebendul.



Gambar 7.1 Goa Cerme

Selain menceritakan tentang legenda Goa Pindul, pemandu pun akan menjelaskan ornamen yang ditemui di sepanjang pengarungan. Di goa ini terdapat beberapa ornamen cantik seperti batu kristal, *moonmilk*, serta *stalaktit* dan *stalagmit* yang indah.

Sebuah pilar raksasa yang terbentuk dari proses pertemuan *stalaktit* dan *stalagmit* yang usianya mencapai ribuan tahun. Di beberapa bagian atap goa juga terdapat lukisan alami yang diciptakan oleh kelelawar penghuni goa. Di tengah goa terdapat satu tempat yang menyerupai kolam besar dan biasanya dijadikan tempat beristirahat sejenak sehingga wisatawan dapat berenang atau terjun dari ketinggian.



Gambar 7.2 Goa Pindul

3. Goa Jomblang lebih dikenal dengan nama Luweng Jomblang Grubug. Goa Jomblang Gunung Kidul ini memiliki cerita sejarah yang sangat kelam. Pada era tahun 1970-1980 an, goa ini dipakai untuk lokasi pembunuhan massal anggota PKI. Ratusan anggota PKI diperkirakan menemui ajalnya di goa Jomblang tersebut. Menurut cerita, mereka berkelompok dijejerkan di bibir goa dengan tangan saling terikat satu dengan yang lain. Ketika salah satu ditembaki sampai jatuh ke dalam goa maka anggota lainnya semua akan ikut terjatuh. Kisah ini sempat membuat takut masyarakat setempat ditambah lagi cerita-cerita angker tentang goa tersebut. Diceritakan juga adanya penjelajah yang hilang di goa tersebut. Pada tahun 1990an masyarakat sekitar goa menggelar doa bersama di goa tersebut. Sejak itu, tidak ada cerita atau kejadian lagi penjelajah goa yang hilang ditelan Goa Jomblang Gunung Kidul.



**Gambar 7.3 Goa Jomblang**

4. Goa Selarong yang berada dalam wilayah Dusun Kembang Putih, Kelurahan Guwosari, Kecamatan Pajangan, Bantul, Yogyakarta. Letak tempat wisata goa Jogja ini berada di arah selatan Kota Jogjakarta, berjarak sekitar 30 km dari pusat kota. Goa Selarong adalah goa bermuatan sejarah yang terbentuk di perbukitan batu padas ini digunakan sebagai markas gerilya Pangeran Diponegoro dalam Perang Jawa (1830-1825) melawan tentara Hindia Belanda. Pangeran Diponegoro pindah ke goa ini setelah rumahnya di Tegalrejo diserang dan dibakar habis oleh Belanda. Goa Selarong sekarang merupakan objek wisata dengan dilengkapi area bumi perkemahan. Objek ini berlokasi sekitar 14 km arah selatan Kota Yogyakarta, di puncak bukit yang ditumbuhi banyak pohon. Di sekitar Goa Selarong juga sedang dikaji pengembangan objek agrowisata dengan klengkeng sebagai daya tarik utama.

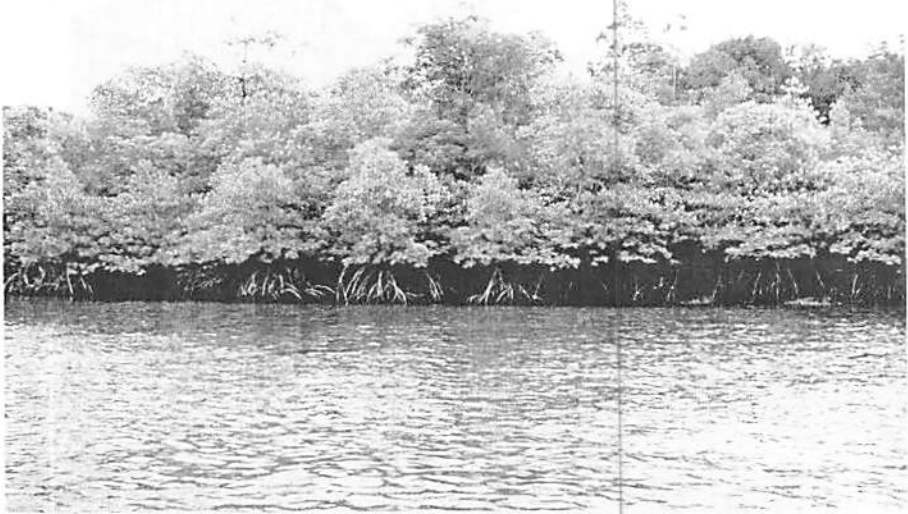


Gambar 7.4 Goa Selarong

### Ekowisata Hutan Mangrove

Kawasan Konservasi Mangrove Baros terletak di Muara Sungai Opak. Penanaman vegetasi mangrove ini dimulai tahun 2013 oleh LSM Relung. Lokasi kawasan berjarak sekitar 12 km dari kota Bantul. Akses Jalan kelokasi sudah beraspal sampai di dekat lokasi (kira-kira 1 km sebelum lokasi). Adanya sungai yang membelah lokasi sehingga sebagai asset wisata berperahu. Sedangkan track pejalan kaki keliling kawasan belum ada, sedang dipersiapkan. Berbagai jenis vegetasi mangrove tumbuh, terutama *Rhizophora*, *Bugueira* dan *Avicennia*. Biota darat terdiri berbagai jenis burung dan burung pantai. Untuk biota air seperti ikan, udang, kepiting hasil introduksi dan berbagai jenis kerang-kerangan. Di Kawasan Konservasi Mangrove Baros sudah ada lembaga/kelompok pengelola sekaligus pelestari yaitu: Kelompok Pemuda-Pemudi Baros (KP2B) serta didukung LSM pelestari Relung. Antusias masyarakat sekitar untuk mengelola dan melestarikan kawasan cukup bagus, guna mendukung pengembangan ekowisata/ekoturisme di lokasi ini.





**Gambar 7.5 Hutan Mangrove Baros, Bantul**

### **Ekowisata Gunung**

1. Gunung Api Purba Nglanggeran berada di Kecamatan Patuk, Kabupaten Gunung Kidul, Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta, tempat ini merupakan bagian dari Pegunungan Sewu yang baru saja ditetapkan sebagai Geopark Nasional pada 13 Mei 2013. Gunung Api Purba Nglanggeran memiliki ketinggian 200-700 mdpl. Ekowisata ini relatif dekat dengan pusat kota Yogyakarta karena cukup ditempuh selama 1 sampai 1,5 jam perjalanan. Tempat ini pun menjadi pintu gerbang bagi kawasan wisata alam Gunung Kidul yang terkenal elok.

Gunung Api Purba Nglanggeran. Bentang alamnya yang eksotik menyimpan kekayaan yang lebih besar dari sekedar keindahan panorama puncaknya. Bentang alam yang eksotik menjadi daya tarik utama Gunung Api Purba Nglanggeran. Berbagai bentuk kearifan lokal masyarakatnya dan sejumlah mitos yang berkembang dalam kehidupan mereka melengkapi eksotisme Nglanggeran. Meskipun demikian keindahan alam tetap menjadi potensi terbesar dari Gunung Api Purba Nglanggeran sebagai kawasan ekowisata. Gunung Api Purba Nglanggeran memiliki potensi biologis dan ekologis yang cukup besar. Berbagai tipe habitat yang ada di dalamnya memungkinkan beragam tumbuhan dan hewan hidup. Menjelajahi Gunung Api Purba Nglanggeran benar-benar



memberikan pengalaman wisata yang lebih dari sekedar rekreasi biasa.



**Gambar 7.6 Gunung Purba Nglangeran**

### **Ekowisata Air Terjun**

1. Air Terjun Tlogo Muncar atau lebih dikenal dengan nama Air Terjun Kaliurang karena keberadaannya memang berada di kawasan wisata Kaliurang. Dengan kata lain, air terjun Tlogo Muncar berada di lereng Gunung Merapi. Dari obyek wisata Kaliurang, pengunjung Air Terjun Tlogo Muncar dapat berjalan kaki masuk ke lokasi air terjun. Dari loket masuk, air terjun ini berjarak sekitar 500 m. Perjalanan menuju air terjun sangat menyenangkan. Selain melewati jalanan berupa batuan yang tersusun rapi, di kanan dan kiri jalan terdapat hutan tropis yang sangat indah. Jika beruntung, Anda juga dapat melihat aktivitas monyet yang bermain-main di kawasan ini. Air Terjun Tlogo Muncar memiliki ketinggian sekitar 30-45 meter, berada pada ketinggian 878 m di atas permukaan laut (dpl). Oleh karena di kawasan pegunungan, wajar jika suhu udara di air terjun ini cukup dingin.

pohon murbei. Sedangkan Fauna yang tersimpan di hutan ini berupa unggas, kera dan berbagai macam reptil. Di hutan ini anda juga akan menemukan peternakan ulat sutera disebelah kiri jalan, yang terdapat didalam suatu bangunan, anda akan melihat ratusan ulat sutera dengan kapas putih yang menyelimutinya. Wahana hutan lindung wanagama ini menyajikan sebuah ketenangan dan kesejukan hutan lengkap dengan pembelajaran tentang pepohonan, anda bisa datang bersama putra-putri untuk mendidik dan mengenalkan lebih jauh tentang reboisasi, perhutanan dan pepohonan, dengan disediakannya hutan pendidikan wanagama I dengan luas 80 hektar yang dikelola oleh Fakultas kehutanan UGM.

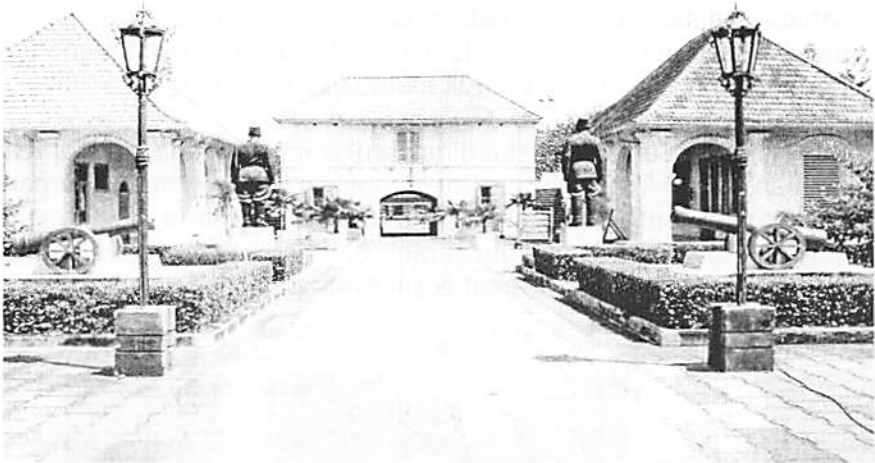


Gambar 7.9 Hutan Wanagama

### Ekowisata Kebudayaan dan Sejarah

1. Museum Beteng Vredenburg adalah sebuah benteng yang terletak di depan Gedung Agung dan Keraton Kesultanan Yogyakarta. Sekarang, benteng ini menjadi sebuah museum. Di sejumlah bangunan di dalam benteng ini terdapat diorama mengenai sejarah Indonesia. Benteng ini dibangun sebagai pusat pemerintahan

dan pertahanan residen Belanda kala itu, dengan dikelilingi oleh sebuah parit (jagang) yang sebagian bekas-bekasnya telah direkonstruksi dan dapat dilihat hingga sekarang.



**Gambar 7.10 Benteng Vredenburg**

Benteng berbentuk persegi ini mempunyai menara pantau (bastion) di keempat sudutnya. Benteng Vredenburg Yogyakarta berdiri terkait erat dengan lahirnya Kasultanan Yogyakarta. Perjanjian Giyanti 13 Februari 1755 yang berhasil menyelesaikan perseteruan antara Susuhunan Pakubuwono III dengan Pangeran Mangkubumi (Sultan Hamengku Buwono I kelak) adalah merupakan hasil politik Belanda yang selalu ingin ikut campur urusan dalam negeri raja-raja Jawa waktu itu. Melihat kemajuan yang sangat pesat akan keraton yang didirikan oleh Sultan Hamengku Buwono I, rasa kekhawatiran pihak Belanda mulai muncul. Pihak Belanda mengusulkan kepada sultan agar diijinkan membangun sebuah benteng di dekat kraton. Pembangunan tersebut dengan dalih agar Belanda dapat menjaga keamanan kraton dan sekitarnya. Akan tetapi dibalik dalih tersebut maksud Belanda yang sesungguhnya adalah untuk memudahkan dalam mengontrol segala perkembangan yang terjadi di dalam kraton. Letak benteng yang hanya satu jarak tembak meriam dari kraton dan lokasinya yang menghadap ke jalan utama menuju kraton menjadi indikasi

bahwa fungsi benteng dapat dimanfaatkan sebagai benteng strategi, intimidasi, penyerangan, dan blokade. Dapat dikatakan bahwa berdirinya benteng tersebut dimaksudkan untuk berjaga-jaga apabila sewaktu-waktu Sultan memalingkan muka memusuhi Belanda. Besarnya kekuatan yang tersembunyi dibalik kontrak politik yang dilahirkan dalam setiap perjanjian dengan pihak Belanda seakan-akan menjadi kekuatan yang sulit dilawan oleh setiap pemimpin pribumi pada masa kolonial Belanda. Dalam hal ini termasuk pula Sri Sultan Hamengku Buwono I. Oleh karena itu permohonan izin Belanda untuk membangun benteng dikabulkan.

2. Museum Ullen Sentalu, terletak di daerah Pakem, Kaliurang, Kabupaten Sleman, adalah museum yang menampilkan budaya dan kehidupan para bangsawan Dinasti Mataram (Kasunanan Surakarta, Kesultanan Yogyakarta, Praja Mangkunegaran, dan Kadipaten Pakualaman) beserta koleksi bermacam-macam batik (baik gaya Yogyakarta maupun Surakarta).



Gambar 7.11 Museum Ullen Sentalu

Museum ini juga menampilkan tokoh raja-raja beserta permaisurinya dengan berbagai macam pakaian yang dikenakan sehari-harinya. Nama Ullen Sentalu merupakan singkatan dari bahasa Jawa: “ULatingbLEncongSEjatiNeTAtaraningLUMaku” yang artinya

adalah “Nyala lampu blencong merupakan petunjuk manusia dalam melangkah dan meniti kehidupan”. Filsafah ini diambil dari sebuah lampu minyak yang dipergunakan dalam pertunjukkan wayang kulit (blencong) yang merupakan cahaya yang selalu bergerak untuk mengarahkan dan menerangi perjalanan hidup kita. Museum ini didirikan oleh salah seorang bangsawan Yogyakarta yang dikenal sangat dekat dengan keluarga keraton Surakarta dan Yogyakarta.

Di Museum Ullen Sentalu, dapat diketahui bagaimana para leluhur Jawa membuat batik yang memiliki arti dan makna yang mendalam di dalam setiap coraknya. Ada juga berbagai sejarah mengenai keadaan budaya Jawa kuno dengan segala aturannya. Keadaan museum yang dibangun dengan baik, mampu membuat pengunjung seperti terserap ke masa Jawa kuno yang mengagumkan.

### **Ekowisata Petualangan**

1. Lava tour merapi merupakan wisata petualangan alam yang menjadi favorit di Jogjakarta. Diawali dengan letusan gunung merapi pada 2010 yang menyebabkan sedikitnya 165 orang termasuk Mbah Maridjan sebagai juru kunci, menjadikan kawasan merapi menjadi wilayah yang memiliki nilai sejarah tersendiri bagi warga Jogja dan sekitarnya. Satu tahun kemudian, dengan dimulainya proses renovasi dan relokasi, maka pemerintah DIY dan masyarakat setempat melakukan pembenahan untuk menjadikan kawasan merapi menjadi lebih memiliki nilai ekonomis, yaitu dengan mengembangkan potensi wisata lava tour. Pembenahan dilakukan dengan menjadikan titik-titik bekas erupsi menjadi lokasi-lokasi yang layak untuk dijadikan tempat wisata. Selain itu juga disediakan kendaraan-kendaraan sewa untuk para wisatawan melalui jalur-jalur yang dibuat untuk menghubungkan masing-masing titik. Kendaraan untuk wisata lava tour merapi terdiri dari jeep, trail dan kendaraan warga. Untuk meningkatkan perekonomian warga sekitar, warga juga membangun warung-warung dan penginapan di sekitar kawasan merapi. Untuk standarisasi, maka dibentuklah semacam paguyuban untuk mengelola kawasan merapi dengan aturan-aturan dan standarisasi harga layanan.



Gambar 7.12 Lava Tour Merapi

### Ekowisata Pantai

1. Pantai Parangtritis merupakan obyek wisata pantai yang sangat terkenal diantara pantai-pantai lain yang tersebar di wilayah Yogyakarta ini. Parangtritis menurut kisah legenda pada zaman Kerajaan Majapahit, ada seorang pelarian dari Kerajaan tersebut yang bernama Dipokusumo yang ditempatkan itu sedang melakukan semedi. Ketika sedang melakukan semedi, ia melihat air menetes (tumaritis) yang berasal dari celah-celah batu karang (parang). Kemudian Dipokusumo memberi nama daerah itu Parangtritis yang artinya air yang menetes dari batu. Pantai ini diyakini oleh masyarakat setempat sebagai perwujudan kesatuan dari Gunung Merapi, Keraton Jogja dan Parangtritis sendiri. Sehingga masyarakat selalu menghubungkan bilamana ada fenomena alam yang sedang terjadi di antara ketiga tempat hal tersebut. Parangtritis memiliki pemandangan yang unik yang tidak terdapat pada obyek wisata lain, yaitu pantai yang memiliki ombak yang besar dan terdapatnya gunung-gunung pasir disekitar kawasan pantai tersebut yang disebut dengan gumuk. Pada musim kemarau angin biasanya akan bertiup lebih cepat dan ombak akan bisa mencapai ketinggian 2 – 3 meter. Karena ombaknya yang besar maka pengunjung Pantai Parangtritis dilarang untuk berenang di seputaran pantai, untuk itu



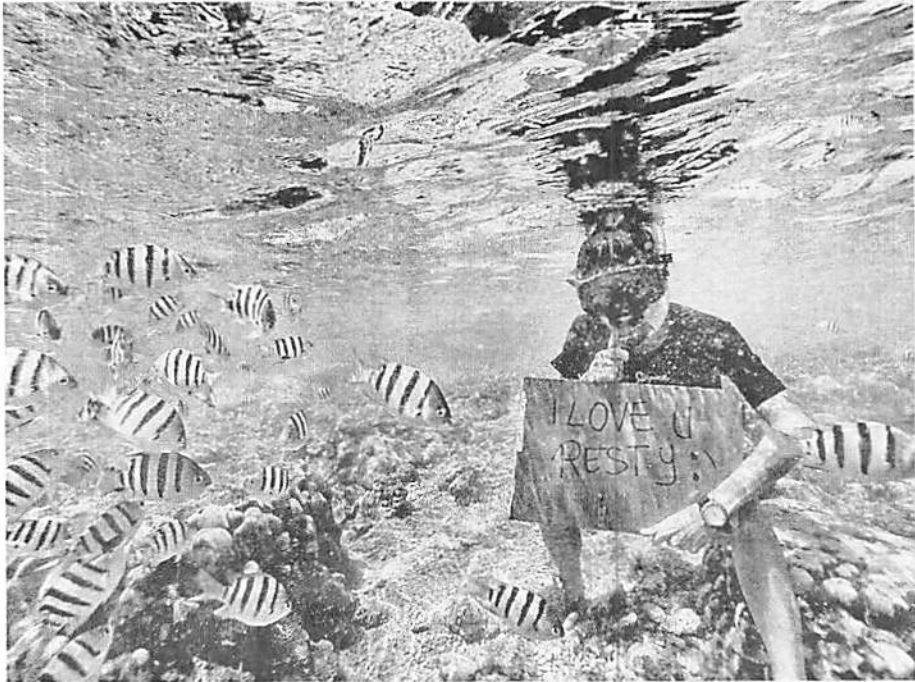
sudah disediakan fasilitas pemandian umum yang bisa digunakan untuk para pengunjung yang ingin berenang dengan aman dan nyaman.



**Gambar 7.13 Pantai Parangtritis**

2. Pantai Nglambor berada di kawasan Gunung Kidul dan dikenal dengan nama Pantai Nglambor. Lokasi tepatnya berada di Desa Purwodadi, Kecamatan Tepus, Gunung Kidul, Yogyakarta. Jaraknya sekitar 70 kilometer dari pusat kota Yogyakarta. Dan berada diantara Pantai Siung dan Pantai Jogan. Pantai ini berbentuk seperti sebuah teluk kecil yang diapit oleh dua bukit. Hampan pasirnya berwarna putih. Pepohonan hijau juga banyak menghiasi sekitar kawasan pantai. Di kawasan pantai ini, terdapat sebuah rumah penduduk lokal yang disampingnya mempunyai sebuah kebun singkong dan kandang ternak. Pengunjung pantai ini pun masih sedikit, tak sebanyak pengunjung di Pantai Siung maupun Pantai Jogan. Di pantai juga terdapat dua buah pulau karang yang jika dilihat bentuknya menyerupai dua buah kura-kura raksasa. Kedua pulau karang tersebut selain semakin menambah keindahan, juga berfungsi sebagai penahan ombak. Sehingga perairan di tepi pantai ini cukup dangkal. Bisa untuk melakukan kegiatan berenang

maupun *snorkling*. Pantai ini memang belum banyak dikenal oleh wisatawan. Sehingga di sekitar kawasan pantai belum ada warung makan maupun penginapan. Tempat parkirnya pun juga masih sederhana. Sebaiknya Anda membawa bekal makanan dan minuman sendiri. Bila ingin menginap, Anda bisa mendirikan tenda di sekitar kawasan pantai.



Gambar 7.14 Pantai Nglambor

3. Pantai Pulang Sawal atau disingkat dengan Pantai Pulsa adalah salah satu pantai yang menarik dan eksotis berada di daerah Gunung Kidul. Awalnya, pantai ini dikenal dengan Pantai Indrayanti. Penyebutan nama Pantai Indrayanti sebelumnya menuai banyak kontroversi. Indrayanti bukanlah nama pantai, melainkan nama pemilik cafe dan restoran. Berhubung nama Indrayanti yang terpampang di papan nama cafe dan restoran pantai, akhirnya masyarakat menyebut pantai ini dengan nama Pantai Indrayanti. Sedangkan pemerintah menamai pantai ini dengan nama Pantai Pulang Syawal. Namun nama Indrayanti jauh lebih populer dan lebih sering disebut daripada Pulang Syawal. Keterlibatan pihak swasta dalam pengelolaan Pantai Indrayanti rupanya turut membawa dampak positif. Berbeda dengan pantai-pantai lain yang



agak kotor, sepanjang garis pantai Indrayanti terlihat bersih dan bebas dari sampah. Hal ini dikarenakan pengelola tak segan-segan menjatuhkan denda sebesar Rp 10.000 untuk tiap sampah yang dibuang oleh wisatawan secara sembarangan. Karena itu Indrayanti menjadi tempat yang nyaman untuk dikunjungi.



**Gambar 7.15 Pantai Pulang Sawal**

4. Pantai Glagah Indah merupakan salah satu pantai yang menjadi unggulan wisata pantai di Jogja. Pantai ini terletak di Kabupaten Kulon Progo dan memiliki pemandangan yang sangat bagus dengan hamparan pasir besi yang menjadi andalannya. Di pantai ini terdapat laguna yang menjadi wisata tirta. Di pantai ini terdapat fasilitas diantaranya bumi perkemahan dan perkebunan buah Naga. Lokasi Wisata Pantai Glagah Jogja berada di desa Glagah, Kecamatan Temon, kabupaten Kulon Progo. Jarak dari Kota Yogyakarta kurang lebih 40 km ke arah barat, atau 15 km dari ibu kota kabupaten Kulon progo, Kota wates. Perjalanan menuju Pantai Glagah cukup mudah, yaitu dengan melewati jalan Jogja – Wates, kemudian belok kiri mengikuti arah menuju Pantai Glagah.



Gambar 7.16 Pantai Glagah

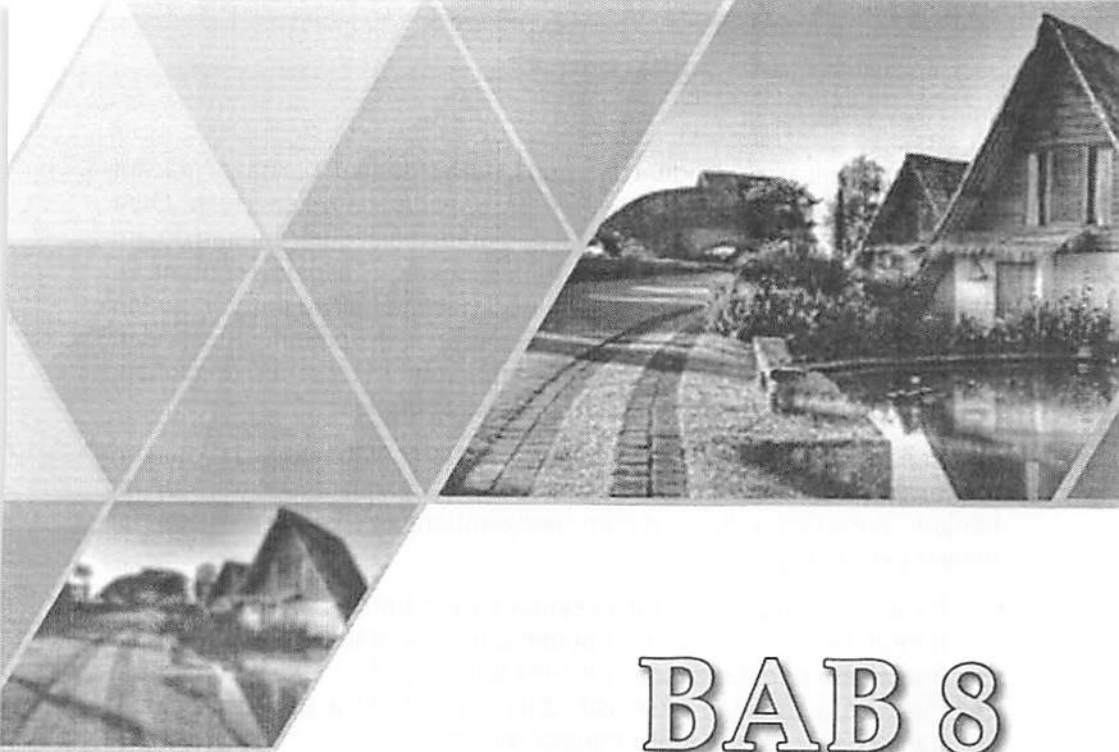
### Ekowisata Desa

1. Kalibiru adalah salah satu wisata alam yang terdapat di daerah kabupaten Kulonprogo DIY. Wisata alam hutan kemasyarakatan Kalibiru berada di Perbukitan Menoreh pada ketinggian 450 mdpl. Dari puncak, pengunjung dapat melihat pemandangan perbukitan di bukit menoreh sekaligus melihat waduk sermo dari atas bukit, bahkan apabila cuaca cerah dapat melihat putihnya ombak pantai selatan. Area Kalibiru cukup sejuk saat pagi hari dan mudah dijangkau dengan kendaraan. Fasilitas yang tersedia juga cukup baik, di antaranya tempat makan, *meeting room*, tempat menginap, masjid, toilet, dan lainnya.



Gambar 7.17 Desa Wisata Kalibiru





# BAB 8

## EKONOMI SUMBERDAYA MANUSIA SEKTOR PARIWISATA

Sebagaimana disyaratkan dalam UU No. 9 Tahun 2010, tentang Kepariwisataan, sertifikasi kompetensi dan sertifikasi usaha menjadi suatu keharusan. Namun, pariwisata adalah bisnis pelayanan (*hospitality industry*) sehingga tentang kompetensi ada hal yang lebih mendasar yang harus diperhatikan di samping kompetensi teknis yaitu adanya *soft competency* yang terdiri atas kecerdasan intelektual (*Intellectual Quotient – IQ*), kecerdasan emosi (*Emotional Quotient – EQ*) dan kecerdasan spiritual (*Spiritual Quotient– SQ*), yang lebih memandang sumber daya manusia secara utuh.

### A. PARADIGMA BARU PARIWISATA

Pariwisata pada awalnya lebih dipandang sebagai kegiatan untuk mendapatkan keuntungan ekonomi semata. Padahal, jika dipahami dari sudut pandang yang lebih luas, pariwisata adalah fenomena perjalanan

manusia baik secara individual maupun kolektif, dengan berbagai macam motivasi dan tujuan yang melibatkan berbagai macam keperluan. Oleh karena itu, belakangan ini aspek nilai dan etika mulai diperhatikan dalam pembangunan pariwisata, bukan hanya sekadar aspek ekonomi. Di kalangan ahli pembangunan mulai muncul wacana bahwa pembangunan adalah untuk manusia, sehingga manusia merupakan pusat dan penggerak, sekaligus untuk siapa pembangunan tersebut dilakukan, sesuai dengan konsep *People-Centered Development*.

Kajian pariwisata yang menyangkut persoalan manusia dengan masyarakat, manusia dengan alam, bahkan manusia dengan Tuhan, menjadi paradigma baru dalam pengembangan pariwisata, hal ini menyangkut berbagai alasan:

- Pariwisata bukanlah suatu kegiatan yang berada di ruang hampa namun bersentuhan langsung dengan hidup dan kehidupan
- Pariwisata bersifat sangat dinamis dan kreatif
- Pariwisata tidaklah eksklusif, dalam arti bahwa pariwisata tidak hanya menyangkut suatu bangsa tertentu.
- Pariwisata selalu mempertemukan dua atau lebih kebudayaan yang berbeda.

Berdasarkan paradigma baru dalam pengembangan pariwisata tersebut maka aspek manusia yakni sebagai wisatawan (*visitors*) atau sebagai tuan rumah (*host*) menjadi sangat penting dalam menunjang keberhasilan pengelolaan daerah tujuan wisata.

### **1. Strategi Pengembangan Sumber Daya Manusia (*Human Resource Development Strategy*)**

Pesatnya pertumbuhan wisatawan, mengakibatkan pembangunan prasarana penunjang kepariwisataan di suatu wilayah meningkat, yang diikuti dengan penyerapan tenaga kerja yang semakin besar di seluruh sektor. Tingginya penyerapan tenaga kerja di suatu wilayah tidak lepas dari peran pemerintah yang selalu berusaha menciptakan iklim investasi yang kondusif sehingga para investor tertarik untuk berinvestasi di wilayah tersebut.

Peningkatan investasi dan penyerapan tenaga kerja pariwisata merupakan implikasi dari peningkatan jumlah wisatawan domestik dan mancanegara. Sektor pariwisata berhasil mempertahankan laju pertumbuhan yang tinggi seperti terlihat pada peningkatan kunjungan wisatawan manca negara (*wisman*). Perkembangan tersebut semakin menunjukkan potensi sektor pariwisata bersama ekonomi kreatif sebagai sektor ekonomi strategis dalam perekonomian nasional ke

depan. Dengan adanya peningkatan jumlah wisatawan domestik dan mancanegara, menjadi sangat penting untuk meningkatkan kualitas Sumber Daya Manusia Pariwisata sehingga mampu memberikan citra yang positif bagi wisatawan yang berkunjung.

Adapun permasalahan yang akan dihadapi dalam pengembangan SDM pariwisata, antara lain adalah: pertama, rendahnya mutu pelayanan dari para penyelenggara pariwisata, persaingan yang tidak sehat di antara para penyelenggara pariwisata serta kurangnya pemahaman terhadap pentingnya perlindungan konsumen yang sangat ditekankan di Eropa, Amerika, dan Australia, merupakan kendala yang sangat menghambat berkembangnya pariwisata. Masih sering ditemui bahwa harga yang ditawarkan pada turis baik domestik maupun mancanegara *over priced*. Belum lagi adanya tindakan persuasif berlebihan sehingga terkesan memaksa. Orientasi ekonomi yang terlalu berlebihan kepada turis jelas mengganggu kenyamanan turis yang sedang melakukan kegiatan perjalanan wisata.

Kedua, masih rendahnya kesadaran masyarakat tentang pentingnya pengembangan pariwisata. Banyak rencana pengembangan yang gagal karena kurangnya dukungan dari masyarakat akibat rendahnya kesadaran tersebut. Ketiga, kurangnya modal dan rendahnya sumberdaya manusia, terutama tenaga yang terampil dan profesional dalam hal manajerial di bidang pariwisata kendala utama yang seringkali muncul pada negara-negara berkembang, termasuk Indonesia. Sumberdaya manusia merupakan komponen utama dan penentu, dalam menjalankan fungsinya sebagai *frontliners*, yakni orang yang bertugas memberikan pelayanan langsung kepada para wisatawan.

Potensi pengembangan pariwisata juga sangat terkait dengan lingkungan hidup dan sumberdaya. Sumberdaya pariwisata adalah unsur fisik lingkungan yang statik seperti: hutan, air, lahan, margasatwa, tempat-tempat untuk bermain, berenang dan lain-lain. Karena itu pariwisata sangat terkait dengan keadaan lingkungan dan sumberdaya. Selain itu merupakan budaya serta keindahan alam merupakan potensi yang sangat baik untuk kegiatan pariwisata.

Selanjutnya, masyarakat merupakan bagian yang tak terpisahkan dari destinasi pariwisata. Pengintegrasian masyarakat dalam pariwisata dimaksudkan untuk memastikan bahwa masyarakat lokal mendapat ruang dan kesempatan untuk berpartisipasi aktif. Berbagai permasalahan berupa tantangan dan hambatan akan ditemukan untuk mewujudkan destinasi yang berkualitas. Oleh karena itu, aspirasi masyarakat lokal tidak dapat diabaikan dan merupakan input penting dalam proses perencanaan pembangunan destinasi pariwisata. Selain

dibutuhkannya partisipasi aktif dari masyarakat, perlu diadakan pelatihan dan pendidikan guna menciptakan Sumber Daya Pariwisata yang berkualitas.

Dewasa ini dikenal strategi pengembangan Sumber Daya Manusia (*Human Resource Development Strategy*), di Indonesia sendiri telah diterapkan secara nasional. Sedangkan pihak yang menyelenggarakannya *community development* dapat berasal dari lembaga pemerintah maupun non pemerintah. Strategi Pengembangan Masyarakat (*Community Based Development Strategy*) adalah kegiatan pengembangan masyarakat yang ditujukan untuk pengembangan suatu kelompok masyarakat tertentu di suatu daerah yang dikenal dengan istilah kegiatan pemberdayaan (*empowerment*) masyarakat tujuannya untuk menciptakan manfaat sosial, misalnya melalui penciptaan proyek-proyek padat karya yang dapat memenuhi kehidupan mereka sehingga diperoleh keuntungan dari usaha tersebut.

Dalam kaitannya dengan penyelenggaraan *Community Development* di Indonesia khususnya di Daerah Istimewa Yogyakarta, maka pemerintah Daerah Istimewa Yogyakarta dalam hal ini Dinas Pariwisata Provinsi DIY, telah melaksanakan Program *Community Development* sebagai salah satu program pemberdayaan masyarakat di Desa Wisata. Telah terbentuk Undang-Undang No.3 tahun 1950 yang memiliki visi dan misi antara lain terwujudnya Kota Yogyakarta sebagai kota tujuan wisata yang bertumpu pada kekuatan dan keunggulan budaya lokal, serta mampu memperkokoh jati diri, memberikan manfaat yang positif bagi masyarakat, serta dapat menjadi lokomotif pembangunan Kota Yogyakarta secara menyeluruh dan salah satu misinya meningkatkan peran aktif dan apresiasi masyarakat serta swasta/pengusaha dalam memajukan pariwisata Yogyakarta. Dalam pelaksanaan *Community Development* program yang telah dilaksanakan di antaranya kampanye Sadar Wisata dan Sapta Pesona, Pengelolaan Manajemen Desa Wisata dan Pelatihan Bahasa Inggris.

Model kelembagaan dan sumber daya manusia di desa wisata lebih menekankan kepada: Pertama; investasi pada modal manusia (*human capital*) yaitu dalam bidang pendidikan dan kesehatan, Kedua; peningkatan kapasitas organisasi di pedesaan, disamping organisasi pemerintahan desa yang secara bersama-sama memiliki keinginan untuk mengembangkan desa wisata sebagai upaya pembangunan yang berkelanjutan. Ketiga; memperluas dan mengintegrasikan mandat organisasi dan kelompok sehingga efisiensi bisa tercapai. Keempat; memperbaiki budaya kerja dan tanggung jawab. Kelima; menghilangkan sifat dan mental negatif, boros, konsumtif yang dapat merusak



produktivitas. Sedangkan melalui pendidikan lebih diarahkan pada peningkatan kemampuan dan keterampilan masyarakat dalam bentuk keahlian yang dibutuhkan oleh pasar. Pendidikan pelatihan tidak hanya memberikan keilmuan, tetapi juga kesadaran dalam menumbuhkan sikap menerima, bekerja sama, dan munculnya perilaku baru dalam upaya mengentaskan kemiskinan, keterbelakangan dan ketergantungan.

Adapun tindakan-tindakan yang bisa diambil untuk meningkatkan kualitas Sumber Daya Manusia Pariwisata dalam menciptakan pembangunan pariwisata diantaranya:

1. Pendidikan

Seperti yang tercantum dalam *Global Code of Ethics for Tourism UN-UNWTO* klausa 3:

*"The host communities, on the one hand, and local professionals, on the other, should acquaint themselves with and respect the tourists who visit them and find out about their lifestyles, tastes and expectations; the education and training imparted to professionals contribute to a hospitable welcome;*

Dalam klausa tersebut ditegaskan bahwa masyarakat penerima wisatawan, dari satu sisi, dan para pelaku usaha pariwisata setempat, di lain sisi, hendaknya bersikap ramah dan menghormati wisatawan yang datang berkunjung serta memahamai gaya hidup, cita rasa dan harapan wisatawan. Pendidikan sepatutnya diberikan kepada para pelaku usaha pariwisata yang turut berperan dalam menyambut dan melayani wisatawan.

Kemampuan masyarakat di bidang pelayanan jasa pariwisata perlu ditingkatkan. Dengan adanya pendidikan yang baik di bidang pariwisata maka kualitas pelayanan yang diberikan kepada wisatawan pun akan meningkat, misalnya kemampuan berbahasa asing. Dengan peningkatan kualitas pelayanan, ke depannya akan berdampak pada peningkatan jumlah kunjungan wisatawan. Pendidikan bisa dilakukan dengan cara pelatihan ataupun pemberian beasiswa bagi masyarakat yang kurang mampu.

2. Peningkatan kesadaran masyarakat akan keinginan dari wisatawan

Pengembangan pariwisata tidak hanya menuntut eksploitasi segala potensi yang dimiliki oleh suatu daerah untuk dijadikan produk ataupun daya tarik wisata. Namun diwajibkan untuk menjaga persepsi positif dari wisatawan yang datang. Oleh karena itu, perlu diadakan penyuluhan-penyuluhan oleh pemerintah yang dibantu pihak swasta.

### 3. Pelatihan-pelatihan informal

Pelatihan informal dapat dilaksanakan dengan memberikan pelatihan singkat misalnya mengenai keterampilan di bidang *attitude* atau tingkah laku. Hal ini bertujuan agar masyarakat pengelola memiliki pengetahuan mengenai cara melakukan bisnis yang baik sehingga wisatawan tidak merasa terpaksa dan tertipu saat membayar sejumlah uang, dimana antara harga dan kualitas tidak sebanding.

### 2. Pemahaman Manusia Seutuhnya

Manusia dikarunia Tuhan Yang Maha Kuasa potensi luar biasa berupa pikiran yang perlu dikelola dengan baik. Dalam pikiran tersebut ada dua hal yang melandasi yaitu pikiran yang negatif dan positif. Dalam kehidupan nyata sifat positif dan negatif tersebut tercermin dalam perbuatan baik dan buruk. Pikiran yang dapat terkelola dengan baik akan berdampak positif dalam kehidupan, karena orang yang cerdas mempunyai kelebihan dalam mengolah dan menggunakan informasi yang terekam dalam otaknya.

Akan tetapi dalam kehidupan tidak cukup dengan kecerdasan otak (*Intelektual Quotient/ IQ*), perlu diseimbangkan dengan kecerdasan emosional (*Emotional Quotient/ EQ*), dan kecerdasan spiritual (*Spiritual Quotient/ SQ*). Sehingga dengan pengelolaan pikiran yang seimbang antara IQ, EQ, dan SQ maka suksesnya seseorang dalam berkarir akan mudah didapatkan.

Kecerdasan intelektual (IQ) adalah ukuran kemampuan menggunakan logika untuk menganalisis permasalahan. Kadang disebut juga sebagai kecerdasan otak, yaitu kemampuan untuk menerima, menyimpan, dan mengolah informasi menjadi data. Kecerdasan emosional (EQ) adalah kemampuan mengenali perasaan sendiri dan perasaan orang lain, kemampuan memotivasi diri sendiri, serta kemampuan mengolah emosi dengan baik pada diri sendiri & orang lain. Kecerdasan emosional menyangkut bagaimana hubungan kita dengan sesama manusia (*habluminannas*) yang kadang disebut sebagai hubungan horisontal. Kecerdasan spiritual (SQ) adalah kemampuan seseorang untuk mengerti & menerima makna pada apa yang dihadapi dalam kehidupan, sehingga seseorang akan memiliki arah dalam menghadapi persoalan hidup. Kecerdasan spiritual menyangkut bagaimana hubungan manusia dengan alam semesta (*habluminallah*) yang kadang disebut sebagai hubungan vertikal.

Kecerdasan spiritual SQ yakni kecerdasan jiwa yang membantu seseorang untuk mengembangkan dirinya secara utuh melalui penciptaan

kemungkinan untuk menerapkan nilai-nilai positif. SQ merupakan fasilitas yang membantu seseorang untuk mengatasi persoalan dan berdamai dengan persoalannya itu. Ciri utama dari SQ ini ditunjukkan dengan kesadaran seseorang untuk menggunakan pengalamannya sebagai bentuk penerapan nilai dan makna. Kecerdasan spiritual yang berkembang dengan baik akan ditandai dengan kemampuan seseorang untuk bersikap fleksibel dan mudah menyesuaikan diri dengan lingkungan, memiliki tingkat kesadaran yang tinggi, mampu menghadapi penderitaan dan rasa sakit, mampu mengambil pelajaran yang berharga dari suatu kegagalan, mampu mewujudkan hidup sesuai dengan visi dan misi, mampu melihat keterkaitan antara berbagai hal, mandiri, serta pada akhirnya membuat seseorang mengerti akan makna hidupnya.

Orang sukses tidak cukup dengan berbekal kecerdasan intelektual saja tetapi juga perlu kecerdasan emosional dan spiritual agar merasa gembira, dapat bekerja dengan orang lain, punya motivasi kerja, dan bertanggung jawab. Keunggulan dalam menghadapi persaingan bisnis pariwisata dalam era Masyarakat Ekonomi ASEAN, di samping dari aspek sumber daya alam dan budaya, yang tidak kalah pentingnya adalah dari aspek sumber daya manusianya yang menjadi pengelola dan pelaku bisnis. Aspek yang mendasari untuk manusia bekerja dengan baik dan benar adalah *soft competency* (kompetensi lunak) dan *hard competency* (kompetensi keras/teknis). *soft competency* mencakup 3 kecerdasan yang seimbang.

## **B. SIKAP DAN PARTISIPASI MASYARAKAT DALAM PEMBENTUKAN DESA WISATA**

Desa Wisata merupakan suatu bentuk integrasi antara atraksi, akomodasi dan fasilitas pendukung yang disajikan dalam suatu struktur kehidupan masyarakat yang menyatu dalam tata cara dan tradisi yang berlaku. Jika diamati kembali, pembangunan desa wisata bertujuan untuk:

1. Mendukung program pemerintah dalam mewujudkan pembangunan pariwisata dengan menyediakan obyek wisata alternatif.
2. Menggali potensi desa untuk pembangunan masyarakat sekitar.
3. Memperluas lapangan kerja dan lapangan usaha bagi penduduk desa, sehingga bisa meningkatkan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat desa. Dengan demikian akan terjadi pemerataan pembangunan ekonomi desa.
4. Mendorong masyarakat kota yang relatif memiliki tingkat perekonomian yang mapan agar dapat berkunjung ke desa untuk berwisata (ruralisasi).

5. Menumbuhkan rasa bangga bagi masyarakat desa untuk tetap tinggal didesanya serta mengurangi tingkat urbanisasi.
6. Mempercepat pembauran antara orang-orang non pribumi dengan orang pribumi.
7. Memperkokoh persatuan bangsa sehingga bisa mengatasi disintegrasi

Pentingnya suatu pendekatan dalam proses pembangunan agar dalam upaya pembangunan tetap berorientasi kepada kepentingan masyarakat setempat, lingkungan dan peletakan/pembagian zonasi yang tepat dan penataannya. Lanskap yang didasarkan kepada kondisi, potensi alam serta karakter sosial, budaya serta ekonomi masyarakat setempat. Unsur penting berikutnya, dalam kawasan desa wisata yang berkelanjutan, ada pelatihan masyarakat dari berbagai tingkat pendidikan, karena jenis pariwisata ini memerlukan sumber daya manusia yang berkualitas dan profesional dalam pengelolaannya. Unsur penting lainnya adalah erat kaitannya dengan pembentukan kelompok pengusaha setempat, pembinaan kelompok pengusaha lokal dapat membentuk suatu fungsi yang bermanfaat dan dapat memunculkan usaha-usaha baru.

Pembangunan desa wisata diawali dengan memajukan/menampilkan produk lokal seperti barang kerajinan makanan khas, minuman dan produk-produk lainnya yang memberikan cita rasa kepada wisatawan tentang daerah tersebut dan dapat digunakan untuk mempromosikan kekhasan tersebut kepada wisatawan. Semua itu adalah produk yang dapat dimanfaatkan oleh usaha pariwisata lokal untuk memajukan ciri lokal. Pembentukan kelompok pengusaha lokal juga dapat memperkuat kedudukan pengusaha kecil yang perlu banyak dorongan agar menjadi kuat dan mapan.

Keaslian memberikan manfaat bagi produk wisata, termasuk desa wisata. Keaslian yang utama adalah kualitas, asli, keorisinilan, keunikan, khas daerah dan kebanggaan daerah. Keaslian dapat terwujud melalui gaya hidup dan kualitas hidup masyarakat yang secara khusus berkaitan dengan perilaku integritas, keramahan dan kesungguhan penduduk yang tinggal dan berkembang menjadi masyarakat desa wisata. Keaslian juga dipengaruhi oleh keaslian ekonomi, fisik dan sosial daerah pedesaan tersebut misalnya warisan budaya, pertanian, bentangan alam, jasa dan yang paling penting adalah peristiwa sejarah dan budaya dari daerah itu. Dengan demikian dalam proses perencanaan pemodelan desa wisata tidak dapat dipisahkan dari partisipasi dan pemberdayaan masyarakatnya. Pemberdayaan masyarakat muncul secara partisipatif sebagai alternatif terhadap pendekatan pembangunan yang bersifat *bottom up*.

Partisipasi harus bisa mengubah masyarakat dari obyek menjadi subyek pembangunan dan karenanya harus menguntungkan/mensejahterakan masyarakat. Termasuk desa wisata yang dikembangkan, maka desa wisata harus memiliki manfaat terhadap Pemberdayaan Ekonomi Rakyat, Pemberdayaan Sosial Budaya, pemberdayaan lingkungan pedesaan serta Pemberdayaan kelembagaan dan sumber daya manusia.

### 1. Sikap dan Partisipasi

Sikap (*attitude*) dapat diterjemahkan sebagai sikap terhadap obyek tertentu yang berupa sikap pandangan atau perasaan. Sikap ini disertai kecenderungan untuk bertindak sesuai sikap obyek tertentu. Sikap adalah kesiapan atau keadilan untuk bertindak. sikap merupakan faktor terpenting untuk menentukan suksesnya implementasi. Jika pelaksana berpandangan positif terhadap suatu kebijakan, maka kemungkinan mereka akan melaksanakan apa yang dikehendaki oleh pembuat kebijakan. Tetapi bila sikap atau perspektifnya berbeda maka proses implemementasi menjadi terancam kesuksesannya.

Hoofsteede merumuskan pengertian partisipasi secara sederhana sebagai berikut: *“the taking in one more proses of proses”* (partisipasi adalah ambil bagian dalam suatu tahap dari suatu proses). Davis mengemukakan partisipasi adalah keterlibatan mental atau emosional yang mendorong untuk memberikan sumbangan kepada tujuan atau cita-cita kelompok atau turut bertanggung jawab terhadapnya. Kesiediaan untuk membantu berhasilnya setiap program sesuai kemampuan setiap orang tanpa mengorbankan kepentingan diri sendiri. Adapun bentuk dan jenis partisipasi sebagaimana dikemukakan oleh Davis sebagai berikut:

**Tabel 8.1 Bentuk dan Jenis Partisipasi**

Bentuk Partisipasi	Jenis Partisipasi
1. Konsultasi	1. Partisipasi dalam pikiran
2. Sumbangan spontan	2. Partisipasi dalam tenaga
3. Sumbangan dari luar yang berbentuk proyek bersifat berdikari	3. Partisipasi dalam pikiran dan tenaga
4. Sumbangan dalam bentuk jasa kerja	4. Partisipasi dalam keahlian
5. Proyek yang dibiayai oleh komuniti setelah ada konsensus dalam rapat komuniti	5. Partisipasi dalam barang
6. Aksi massal mengerjakan proyek secara sukarela	6. Partisipasi dalam uang
7. Mengadakan perjanjian kerjasama untuk bekerjasama dalam rangka mencapai suatu tujuan	7. Partisipasi dengan jasa-jasa
8. Melakukan pembangunan secara endogen dalam lingkungan keluarga	
9. Pembangunan proyek-proyek komuniti yang otonom	

Sumber: Bryan dan White (1989)

**2. Hubungan Sikap dan Partisipasi dalam Perwujudan Desa Wisata**  
Salah satu faktor keberhasilan pengembangan pariwisata, menurut Gunn dalam Wilson (2001) adalah faktor keramahtamahan. Dalam hal ini wisatawan diperlakukan dengan baik oleh masyarakat lokal maupun oleh pengusaha dibidang pariwisata, sehingga wisatawan merasa nyaman untuk melakukan kegiatan wisata di daerah tersebut dan imbasnya adalah peningkatan kesejahteraan bagi masyarakat lokal dan pengusaha di bidang pariwisata. Karena semakin banyak pengeluaran yang dikeluarkan oleh wisatawan untuk membiayai seluruh kegiatan wisata yang dilakukan.

Keramahtamahan tersebut tercermin dari sikap masyarakat dalam menyambut dan menerima para wisatawan di tempat mereka. Sikap merupakan kondisi mental yang kompleks yang melibatkan keyakinan dan perasaan, serta disposisi untuk bertindak dengan cara tertentu. Selain menunjukkan keramahtamahan, sikap pun menunjukkan dukungan masyarakat lokal terhadap pengembangan pariwisata di suatu wilayah. kecenderungan sikap masyarakat tersebut lebih mengarah ke positif atau negatif. Sikap mempengaruhi keberhasilan pengembangan tersebut. Sikap masyarakat yang diimplementasikan dalam partisipasi masyarakat sudah barang tentu merupakan faktor yang akan mendukung keberhasilan pengembangan desa wisata.

Aspek sosial menyangkut kesiapan masyarakat terhadap perubahan yang akan terjadi dari pengembangan daerah wisata. Jika masyarakat memahami kehadiran pengembangan pariwisata, maka akan berdampak positif bagi setiap anggota masyarakat yang akhirnya akan tercipta suasana baru yang aman dan terpelihara sesuai harapan bersama. Sebaliknya, jika masyarakat tidak siap maka kehadiran wisatawan dengan budaya yang berbeda dapat menimbulkan *culture shock* bagi masyarakat lokal, sehingga masyarakat dapat kehilangan tanda dan simbol-simbol budaya yang sudah melekat dalam kehidupan kesehariannya. Oleh karena itu, kesiapan masyarakat dalam pembangunan pariwisata yang tercermin melalui sikap dan partisipasinya, haruslah menjadi faktor yang benar-benar diperhatikan dalam pengembangan pariwisata.

### **C. MANAJEMEN SUMBER DAYA MANUSIA SYARIAH**

Manajemen berasal dari kata kerja *to manage* (bahasa inggris), yang artinya mengurus, mengatur, melaksanakan, dan mengelola. Serta manajemen menurut syariah, yang dalam bahasa arab disebut *Idarah* diambil dari kata *'adarta bihi* yang berarti suatu aktivitas khusus menyangkut kepemimpinan, pengarahan, pengembangan personal, perencanaan dan pengawasan terhadap pekerjaan (Gomes, 1995).

Sedangkan Sumber daya manusia (SDM) adalah salah satu sumber daya yang terdapat dalam organisasi, meliputi semua orang yang melakukan aktivitas (Gomes, 1995). Serta Sumber daya manusia syariah secara ensensial adalah keimanan SDM syariah terhadap keesaan Allah dan kesadaran tertingginya untuk tunduk sepenuhnya pada kehendak Allah dan kesadaran bahwa dia sangat dekat dengan Allah. SDM syariah memosisikan seakan-akan melihat Allah yang selalu mengawasinya, atau Allah selalu berada didalam hati setiap individu SDM syariah kapanpun dan dimanapun (Triwuyono, 2000).

Syariah dalam konteks agama berarti jalan menuju kehidupan yang benar dan baik. Serta syariah tidak saja sebagai jalan menuju Allah tetapi juga sebagai jalan yang ditunjukkan oleh Allah melalui Rosulnya, Nabi Muhammad SAW. Karena syariah adalah suatu bagian dari sistem Islam yang komprehensif sebagai *way of life* dimana Islam tidak saja mengatur hubungan manusia dengan Allah SWT (*hablumminallah*) akan tetapi Islam juga mengatur hubungan manusia dengan manusia (*hablumminnas*) yang disebut dengan muamalah, sehingga tidak sempurna Islam seseorang apabila tidak ada keseimbangan antara kedua hubungan tersebut.

Manajemen sumber daya manusia syariah dalam melakukan perencanaan serta pengawasan haruslah sesuai dengan Al-quran dan Hadist. Karena orang yang melakukan sesuatu berdasarkan Al-Quran dan Hadist akan mendapatkan keselamatan sepanjang hidupnya, baik yang menyangkut keselamatan agama, diri(jiwa dan raga), akal, harta benda, serta keselamatan nasab keturunan. Sebaliknya, orang yang tidak melakukan sesuatu dengan berdasarkan Al-Quran dan Hadist akan menyebabkan kehancuran dalam kehidupannya, serta mendapatkan balasan dari Allah di akhirat nanti. Manajemen merupakan hal terpenting yang dimiliki oleh suatu organisasi yaitu dengan mendidik sumber daya manusianya agar terampil, cakap, berdisiplin, tekun, kreatif, idealis, mau bekerja keras, kuat fisik/mental, setia kepada cita-cita dan tujuan organisasi yang menghasilkan keberhasilan dan kemajuan organisasi.

Oleh karena itu, sumber daya manusia syariah sangatlah berpengaruh dalam pencapaian tujuan pariwisata syariah. Karena semakin majunya teknologi, berkembangnya informasi, tersedianya modal, namun jika tanpa sumber daya manusia syariah maka akan sulit bagi pariwisata syariah tersebut untuk mencapai tujuannya. SDM merupakan tulang punggung dalam menjalankan roda kegiatan operasional suatu pariwisata. Dengan penyediaan sumber daya manusia muslim sebagai motor penggerak operasional pariwisata harus disiapkan sebaik mungkin sehingga mereka memiliki kemampuan dalam menjalankan setiap transaksi kegiatan pariwisata dengan baik.

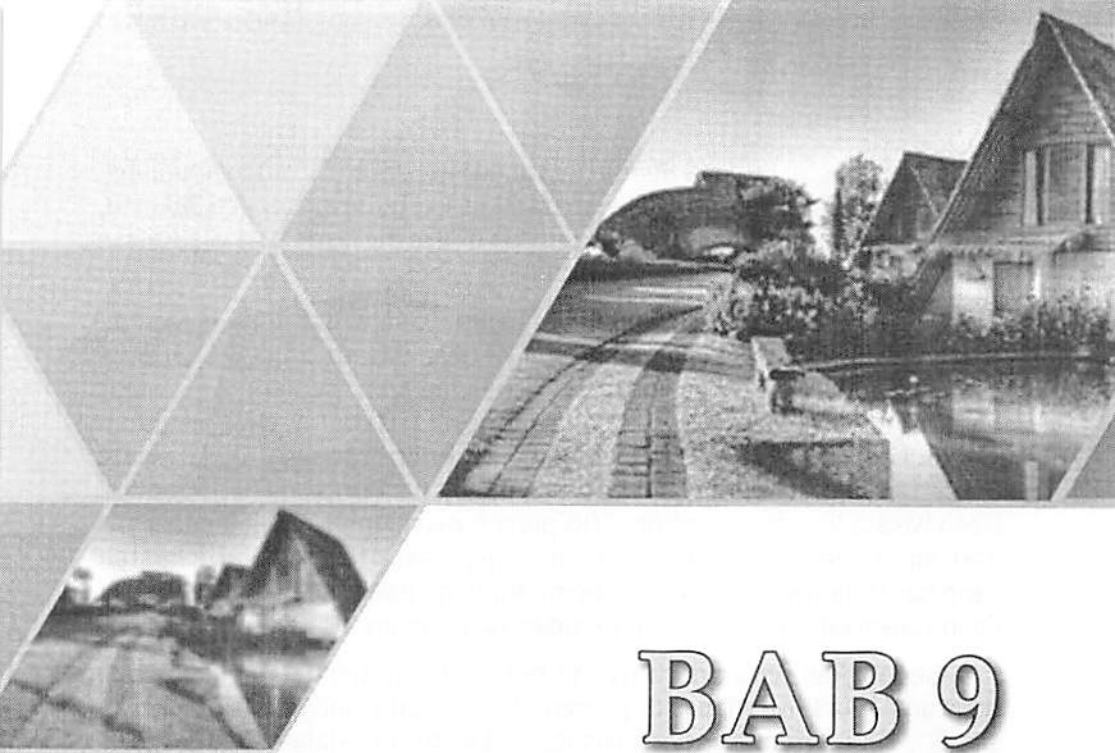
Dalam manajemen sumber daya manusia syariah terdapat tiga hal penting menurut KH Didin Hafinuddin, pertama, perilaku sumber daya manusia syariah dalam suatu organisasi haruslah memiliki nilai-nilai ketauhidan dan keimanan, karena dengan memiliki itu akan merasakan kenyamanan dalam melakukan sesuatu, dan merasakan bahwa Seolah-olah Allah itu dekat dengannya serta selalu mengawasinya dalam melakukan segala sesuatu. Kedua, struktur organisasi dalam manajemen sumber daya manusia syariah sangatlah diperlukan untuk membuat perencanaan sehingga mampu mempermudah dan mengakomodasi lebih banyak kontribusi positif bagi organisasi ketimbang hanya untuk mengendalikan performansi yang menyimpang. Serta lebih menjamin fleksibilitas antar posisi-posisi yang saling berinteraksi.

Ketiga, dalam manajemen sumber daya manusia syariah adalah sistem. Sistem syariah yang disusun harus menjadikan perilakunya berjalan dengan baik. Dengan pelaksanaan sistem secara konsisten dalam semua kegiatan, akhirnya akan melahirkan sebuah tatanan kehidupan yang baik. Manajemen sumber daya manusia syariah yang baik adalah manajemen yang mengetahui tentang SDMnya, dan selalu melakukan sesuatu perencanaan berdasarkan dengan syariat Islam. Selain itu menjadikan SDM-nya sebagai SDM yang memiliki wawasan yang luas dan selalu tunduk terhadap aturan-aturan yang berlaku baik hukum pemerintah maupun hukum agama.

Dengan demikian segala sesuatu yang dilakukan dengan baik, benar, terencana, dan terorganisasi dengan rapi, maka kita akan terhindar dari keragu-raguan dalam memutuskan sesuatu atau dalam mengerjakan sesuatu. Sesuatu yang dikerjakan dengan keragu-raguan biasanya akan melahirkan hasil yang tidak optimal dan mungkin akhirnya tidak bermanfaat. Tanpa manajemen yang handal, maka pengolahan, penggunaan, dan pemanfaatan sumber-sumber lainnya menjadi tidak efisien, efektif, dan produktif.

Dalam rangka mewujudkan sumber daya manusia (SDM) yang profesional diperlukan pengarahan, pelatihan dan pengembangan serta peningkatan karirnya terhadap Sumber daya manusianya. Dengan sering dilakukannya pengarahan dan pelatihan kepada Sumber Daya Manusianya maka pariwisata akan berkembang sukses. Serta dengan adanya peningkatan karir bagi Sumber daya manusianya, maka akan meningkatkan produktifitas kerja. Dengan demikian, pariwisata syariah akan mudah dalam menjalankan suatu perencanaan yang telah disusunya dengan SDM yang Berkualitas.





# BAB 9

## PENGEMBANGAN DESA WISATA

### A. PENGELOLAAN DESA WISATA

Desa wisata menjadi salah satu alternatif wisatawan untuk menghabiskan liburan. Sapaan akrab dan pemandangan indah khas pedesaan menjadi daya tariknya, saat ini ada 80-100 desa wisata. Banyak desa yang menjadi desa wisata tetapi dari aspek manajemen kepariwisataan tidak mumpunyai. Sumber daya manusia (SDM) yang mengelola kurang trampil dalam mengelola desa wisata yang baik. Hal tersebut yang melatarbelakangi perlunya kebijakan-kebijakan pemerintah dalam mengelola pariwisata.

Kendala utama pengembangan desa wisata ada pada aspek pelayanan, jaringan, dan pemasaran. Cara menerima wisatawan kebanyakan belum sesuai dengan standar pelayanan kepariwisataan. Sepertinya kurang penting tapi berdampak luas bagi pelanggan. Hal-hal semacam inilah yang belum diperhatikan sebagian desa wisata dalam merumuskan kebijakan. Menurut Dinas Pariwisata DI. Yogyakarta,

jumlah kunjungan ke desa wisata per tahun rata-rata 10.000 pengunjung. Biasanya didominasi siswa sekolah dari kota-kota besar seperti Jakarta, Bandung, Surabaya, dan daerah lain, dan hanya berkisar 10% wisatawan mancanegara.

Selain itu, Bidang Pengembangan Pariwisata Kabupaten Sleman menyatakan bahwa potensi yang ada di desa wisata tidak dibuat-buat melainkan alami. Masyarakat dan dorongan dari pemerintah sangat berperan penting dalam memajukan desa wisata. Inovasi kegiatan menjadi salah satu kunci sukses memajukan desa wisata. Desa wisata terbagi dalam tiga kategori, yaitu tumbuh, berkembang dan mandiri. Desa wisata kategori tumbuh, 100 persen masih membutuhkan fasilitas dari dinas. Pada kategori tersebut, masyarakat belum tahu kegiatan yang harus dimiliki desa wisata, pembangunan dan akses pemasarannya. Oleh karena itu, desa wisata dikategorikan belum bisa dilepas.

Sedangkan untuk desa wisata berkembang, pendampingan sudah dikurangi persennya dan 50 persen desa wisata sudah bisa berjalan sendiri. Untuk mandiri, desa wisata sudah bisa berjalan sendiri meski tidak didampingi. Sejauh ini, tidak ada kategori desa wisata gagal, hanya ada naik peringkat. Seperti dari kategori tumbuh ke berkembang.

Dari ketiga kategori tersebut, desa wisata, tumbuh dan berkembang menjadi prioritas. Sementara mandiri tetap didampingi dengan peningkatan atraksi yang baru. Sejauh ini, ada beberapa wilayah yang ingin menjadi desa wisata dan mengumumkan dirinya sebagai desa wisata di media konvensional. Namun, agar mendapat fasilitas dari dinas terkait, wilayah itu harus menjadi anggota forum komunikasi (forkom). kaitannya dengan fungsi forkom sebagai media untuk berdialog.

Mereka mengakui bahwa adanya desa wisata tidak serta merta meningkatkan kemakmuran masyarakat. Namun diakui pula bahwa kesempatan meningkatkan penghasilan dari adanya desa wisata cukup terbuka lebar. Ada potensi untuk meningkatkan kemakmuran warga dari adanya desa wisata ini meskipun sampai saat ini masih belum terlalu dirasakan.

Dari sisi fasilitas, desa wisata dalam melayani para turis ternyata masih banyak kendala yang terjadi di lapangan. Dimulai dari jarangya lahan parkir bagi para turis, penyediaan rumah makan yang layak, fasilitas turis yang bersih, sampai pada ketiadaan toilet duduk merupakan kendala dalam melayani turis. Hal tersebut menunjukkan bahwa baik pengelola maupun warga desa tidak mengetahui cara melayani turis yang benar. Warga dan pengelola yang bangga dengan fasilitas unik pedesaan merupakan kelebihan dari desa wisata yang bersifat "ndeso"

tersebut. Namun sering mereka mengabaikan faktor penting lainnya seperti kenyamanan, kebersihan, dan budaya internasional yang harusnya ada dalam setiap fasilitas desa wisata.

Pengelolaan desa wisata yang masih sederhana terlihat dari promosi kepada calon turis yang masih kurang. Kebanyakan mengandalkan promosi yang dilakukan oleh Pemda Kabupaten Sleman maupun DIY. Para pengelola belum memikirkan promosi melalui internet dimana cakupannya lebih luas. Karena promosi yang lebih mengandalkan bantuan dari pemda kabupaten maupun provinsi. Diakui bahwa antara yang dipromosikan dengan apa yang dialami turis sering terjadi perbedaan. Tentunya kalau hal ini dibiarkan akan merugikan desa wisata. Harusnya warga yang mengelola promosi desa wisata sehingga dapat mengatur kesesuaian antara yang dipromosikan dan yang disediakan.

Sampai saat ini, desa wisata yang ada di kabupaten Sleman belum ada yang berbentuk desa wisata syariah. Para responden yang ditanya tentang kesediaan mengubah status dari desa wisata konvensional menjadi desa wisata syariah, rata-rata responden optimis dapat menawarkan desa wisata syariah dengan baik. Paling tidak dalam hal makanan dan minuman telah dijamin kehalalannya. Namun demikian, ada keraguan jika ditanya tentang kerelaan dan kesiapan menawarkan desa wisata syariah setelah dijelaskan tentang gambaran sebuah desa wisata syariah. Mereka masih asing untuk menyediakan penginapan yang sesuai dengan ketentuan syariah. Mereka juga masih buta pada potensi turis dunia yang berorientasi pada wisata syariah. Yang sulit meyakinkan mereka adalah produk dan layanan wisata tidak akan berubah total jika dilaksanakan berdasarkan prinsip syariah. Tampaknya perlu usaha serius untuk meyakinkan potensi besar desa wisata syariah. Jika sudah dapat diyakinkan, akan mudah untuk mengubah bentuk layanan desa wisata dari yang ada sekarang menjadi wisata syariah.

### **1. Analisis SWOT Desa Wisata**

Dari berbagai informasi di lapangan yang dikumpulkan telah disusun suatu analisis SWOT dari desa wisata di kabupaten Sleman. Analisis SWOT tersebut dapat dilihat di Tabel 9.1. Dari analisis tersebut terlihat bahwa persoalan-persoalan faktor internal lebih mendominasi daripada faktor eksternal. Hal tersebut menunjukkan perlunya perbaikan dan pemanfaatan yang lebih luas dari sisi internal dibanding dari sisi eksternal.

Dari analisis SWOT tersebut terindikasi adanya problem internal eksternal. Problem internal mencakup program promosi, investasi untuk pengembangan desa wisata dan sumber daya manusia merupakan

problem inheren, yang dihadapi oleh semua desa wisata. Problem eksternal mencakup ketiadaan dukungan serius dari pihak-pihak terkait berupa pemeliharaan dan pengembangan infrastruktur. Selain itu, sarana dan prasarana yang rusak karena terlalu lama tidak diperbaiki. Jika dukungan itu diberikan, para pengelola, setidaknya sudah teratasi salah satu problem pokok pariwisata yaitu kemudahan dan kenyamanan akses, sehingga bisa lebih fokus kepada perbaikan-perbaikan dari lainnya.

Tabel 9.1 Analisis SWOT Pengembangan Desa Wisata

<b>FAKTOR INTERNAL</b>	<b>FAKTOR EKSTERNAL</b>
<b>Kekuatan (<i>Strengths</i> atau S)</b>	<b>Peluang (<i>Opportunities</i> atau O)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Pengembangan desa wisata didukung oleh partisipasi masyarakat yang tinggi</li> <li>b) Desa wisata relatif cukup luas, memiliki potensi sumberdaya yang melimpah sehingga memungkinkan adanya penambahan jenis atraksi maupun paket wisata</li> <li>d) Kehidupan dan penghidupan di desa wisata didasari oleh budaya tradisional pedesaan yang masih kental</li> <li>e) Memiliki sarana prasarana dan fasilitas sudah cukup memadai</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Telah ada kesepakatan pengembangan Desa Wisata dengan stakeholder-stakeholder terkait.</li> <li>b) Animo dan minat wisatawan untuk berkunjung ke Desa Wisata dari tahun ke tahun terus bertambah</li> <li>c) Secara regional dekat dengan jalan utama Yogyakarta-Magelang</li> <li>d) Tersedianya infrastruktur (jalan dan TI) yang memudahkan akses ke desa wisata</li> <li>e) Promosi yang masih terpisah dari promosi kepariwisataan DIY secara keseluruhan, serta promosi melalui media maya</li> <li>f) Kemungkinan menjadi satu paket dengan wisata konvensional DIY</li> <li>g) Keragaman kerajinan dan kesenian</li> </ul>
<b>Kelemahan (<i>Weaknesses</i> atau W)</b>	<b>Ancaman (<i>Threats</i> atau T)</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Belum memiliki kesiapan untuk melindungi pengunjung dari erupsi gunung Merapi</li> <li>b) Promosi dilakukan secara pasif</li> <li>c) Kurangnya keterampilan dan wawasan sumberdaya manusia masyarakat desa wisata tentang layanan yang berstandar baik</li> <li>d) Kurangnya modal untuk pengembangan desa wisata</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a) Erupsi Gunung Merapi. Kebanyakan desa wisata terletak pada zona bahaya (berjarak sekitar 15 km dari puncak Merapi)</li> <li>b) Pengaruh budaya luar (pengunjung) terhadap kemurnian budaya penduduk desa wisata.</li> <li>c) Makin pesatnya pertumbuhan desa wisata (baik yang konvensional maupun yang syariah) di berbagai negara</li> </ul>

Kekurangmampuan pengelola dalam meningkatkan layanan kepariwisataan desa wisata maupun pemahaman warga desa terhadap produk-produk kebutuhan dan keinginan para turis menyebabkan variasi tawaran produk kepariwisataan desa wisata masih stagnan. Untuk itu diperlukan strategi pengembangan yang benar agar desa wisata menjadi

lebih kompetitif terhadap produk-produk wisata lain di luar desa wisata. Pada Tabel 9.2 diberikan alternatif arahan strategik pengembangan sebuah desa wisata. Tentunya tidak hanya melibatkan pengelola dan warga desa saja, tetapi juga pemerintah daerah dan *stakeholder* yang berkepentingan terhadap kesejahteraan masyarakat.

**Tabel 9.2 Arahan Strategik Pengembangan Desa Wisata**

Arahan Pengembangan Strategi S + O	Arahan Pengembangan Strategi W + O
<p>a. Mempertahankan semangat partisipasi masyarakat, meningkatkan kerjasama antara pihak pengelola desa wisata dengan para <i>stakeholder</i> terkait.</p> <p>b. Optimalisasi potensi alam, sosial dan budaya untuk merespon minat masyarakat untuk berkunjung atau meningkatkan frekuensi kunjungan ke desa wisata.</p> <p>c. Mendorong terciptanya keragaman kerajinan dan kesenian untuk menarik segmen baru (anak muda, misalnya) sehingga mau mengunjungi desa wisata</p> <p>d. Menyatukan desa wisata ke dalam promosi dan program kepariwisataan di DIY secara keseluruhan</p>	<p>a. Realisasi kerjasama antara pihak pengelola desa wisata dengan stakholder baik itu pemerintah maupun swasta guna meningkatkan promosi dan investasi desa wisata.</p> <p>b. Meningkatkan kualitas keterampilan dan wawasan sumberdaya manusia masyarakat sekitar sebagai basis bagi peningkatan kualitas pelayanan terhadap wisatawan.</p> <p>c. Menjadikan desa wisata sebagai satu kesatuan obyek wisata di DIY dalam promosi</p> <p>d. Investasi untuk perbaikan sarana dan prasarana di desa wisata</p> <p>e. Pelatihan untuk meningkatkan kemampuan dalam menciptakan keragaman produk kerajinan dan kesenian kepariwisataan DIY serta pengetahuan tentang standard pelayanan pariwisata.</p>
Arahan Pengembangan Strategi S + T	Arahan Pengembangan Strategi O + T
<p>Mempertahankan, bahkan memperkuat budaya murni/asli desa wisata melalui pemeliharaan tradisi,tata carakehidupan dan penghidupan masyarakat.</p> <p>Menonjolkan ciri khas dan meningkatkan daya saing melalui optimalisasi potensi alam dan peran proaktif masyarakat desa wisata sebagai dasar inovasi dan/atau variasi atraksi guna meningkatkan kunjungan wisatawan.</p> <p>Menciptakan persepsi rasa aman dan nyaman selama berada di desa wisata disertai dengan ditingkatkannya kualitas sarana dan prasarana yang ada</p>	<p>Optimalisasi kerjasama antara pihak pengelola masing-masing desa wisata dengan stakholder (pemerintah maupun swasta)dalam meningkatkan promosi dan investasi desa wisata.</p> <p>Mengembangkan kualitas sumberdaya manusia masyarakat sekitar masing-masing desa wisata sebagai basis dari layanan yang berkualitas kepada para wisatawan.</p>

Dari arahan strategik tersebut tampak bahwa kerjasama dengan berbagai pihak mutlak diperlukan untuk mengembangkan desa wisata. Hal yang sama harus dilakukan ketika masyarakat desa wisata maupun

pengelolanya mengubah orientasi produknya menjadi berorientasi pada konsumen. Dengan dibantu sejumlah pihak, masyarakat desa wisata harus mulai mengubah *mindset*, bahwa desa wisata dibangun dan ditawarkan untuk memenuhi atau memuaskan kebutuhan konsumen, bukan memenuhi keinginan pengelola atau penjualnya. Perubahan orientasi tersebut sangat fundamental karena pihak pengelola akan memikirkan dengan serius terkait produk wisata yang menjadi kebutuhan dan keinginan pengunjung. Selanjutnya terjadi perubahan paket layanan desa wisata yang dikemas dengan memenuhi standar yang diinginkan oleh konsumen, seperti lingkungan desa harus bersih, aman, nyaman; toilet bersih; makanan disajikan dengan rapi, bersih dan menarik; kamar tidur tertata rapi meski terdiri dari perabotan sederhana; dan sebagainya.

## 2. Analisis Kluster

Untuk analisis kluster akan digunakan peta sebagai alat analisis. Berdasarkan data dari Dinas Pariwisata Pemda Kabupaten Sleman, dari 32 desa wisata yang ada, terdapat 18 desa wisata atau lebih dari 50% desa wisata di kabupaten Sleman berlokasi di lereng gunung Merapi. Sedangkan di daerah barat laut terdapat lima desa wisata. Sisanya menyebar di tengah dan timur Kabupaten Sleman (lihat Gambar 9.1). Dari gambar tersebut tampak jelas adanya aglomerasi desa wisata di sekitar lereng gunung Merapi. Dari produk yang ditawarkan, ada keseragaman untuk desa wisata di lereng Merapi yaitu agrowisata salak pondoh dan keindahan alam gunung Merapi. Selain itu, terjadi pemusatan produk yang sama untuk desa wisata lereng Merapi sebelah barat. Seperti adanya *outbound*, wisata sapi, dan jelajah lahar Merapi. Sedangkan untuk desa wisata lainnya di luar lereng Merapi terdapat produk belajar karawitan di tiga desa wisata yang diteliti yaitu di desa Brayut, desa Srowolan, dan desa Jethak II. Sisa dari desa wisata lainnya masih belum jelas menetapkan produknya. Yang paling umum dari sisa desa wisata adalah produk budaya dan kehidupan desa khas Jawa.

Dengan adanya aglomerasi desa wisata yang berada di sekitar lereng gunung Merapi memiliki kelebihan dan kekurangan. Terdapat 3 kelebihan dari adanya aglomerasi tersebut. Pertama adalah memudahkan bagi para turis untuk mencari tempat berlibur di desa wisata. Kedua adalah memudahkan bagi para pengelola desa wisata untuk saling bekerja sama di antara desa wisata. Ketiga adalah memudahkan pemda untuk lebih efisien dalam penyediaan fasilitas publik di sekitar wilayah tersebut. Dua kekurangan dengan adanya aglomerasi yaitu mudahnya terjadi kemacetan dan tingginya persaingan usaha. Dalam mengatasi



Mlengi dan edukasi di desa Sukunan. Untuk desa wisata lainnya belum melakukan pengembangan produk yang unik dan mampu menarik perhatian para turis. Sebagai contoh, desa wisata Ketingan memiliki keunikan dimana burung Blekok sering beristirahat di kolam besar yang ada di desa tersebut. Sayangnya, hal unik ini tidak dikelola dengan baik. Sementara di Jethak II, Tanjung, dan Srowolan. Masyarakat dan Pemda dapat mengembangkan kesenian kerawitan, misal lagu-lagu populer bahkan lagu barat diiringi dengan gamelan yang akan menarik dan mengesankan wisatawan kaum muda maupun yang berasal dari mancanegara. Peran Pemda juga diperlukan dalam promosi dengan mengarahkan kunjungan wisatawan ke pusat-pusat kerawitan melalui upayanya menyatukan desa wisata tersebut kedalam paket promosi dan program/paket wisata konvensional keseluruhan provinsi DIY.

## **B. MODEL PENGEMBANGAN DESA WISATA SYARIAH UNTUK KABUPATEN SLEMAN**

Sebuah desa dapat menjadi desa wisata bila kawasan pedesaan memiliki beberapa karakteristik khusus, seperti penduduknya masih memiliki tradisi dan budaya yang relatif masih asli, beberapa faktor pendukung seperti makanan khas, sistem pertanian dan sistem sosial yang unik, dan salah satu faktor terpenting adalah alam dan lingkungan yang masih asli dan terjaga dengan baik. Agar desa wisata menjadi tujuan wisata maka perlu tersedianya berbagai fasilitas penunjang yang memudahkan para pengunjung desa wisata dalam melakukan kegiatan wisata seperti sarana transportasi, telekomunikasi, kesehatan, dan juga akomodasi. Khusus untuk sarana akomodasi, desa wisata menyediakan sarana penginapan berupa pondok-pondok wisata (*home stay*) sehingga para pengunjung pun turut merasakan suasana pedesaan yang masih asli.

Adapun beberapa persyaratan dari sebuah desa wisata agar bisnis ini terus berjalan adalah sebagai berikut:

1. Desa wisata tersebut harus memiliki produk yang bisa dijual.
2. Memiliki standar pelayanan yang diterima oleh wisatawan.
3. Memiliki berbagai fasilitas yang sesuai dengan standar wisata yang layak dan sebaiknya berstandar internasional.
4. Desa wisata tersebut harus mudah dicapai lewat berbagai moda transportasi.
5. Memiliki sumber daya yang berkualitas, terutama sumber daya manusia.

Persyaratan di atas merupakan syarat perlu (*necessary condition*) untuk sebuah desa wisata. Kehadiran dan pengembangan desa wisata hendaknya didasarkan pada sinergi antara beberapa Kementerian,



seperti Kemen PUPR, Kemen Hubungan, Kemen Kominfo, BUMN, Pemda dan para Pemangku Kepentingan, khususnya masyarakat desa setempat. Kehadiran bisnis desa wisata diharapkan berdampak positif terhadap peningkatan perekonomian maupun kehidupan sosial masyarakat namun tetap memperhatikan kelestarian lingkungan, sosial maupun budaya setempat. Model seperti ini tentu berbeda dengan model desa wisata yang sudah sepenuhnya terkomersialisasi. Model komersialisasi, yakni desa wisata telah mampu melakukan upaya-upaya pemasaran agar produk mereka laku karena dibutuhkan oleh para pelanggan, dan berkelanjutan (loyal). Namun, kelemahan dari model ini adalah hanya sedikit melibatkan masyarakat dan "interaksi" para pelancong dengan masyarakat desa sangat minim. Hal ini mudah dipahami karena pengembangan desa wisata dengan model perusahaan/ komersialisasi, dengan alasan efisiensi, maka seminimal mungkin melibatkan masyarakat sekitar, sehingga hal tersebut akan menghambat terbentuknya kesadaran wisata dan kepemilikan keterampilan bekerja di dunia kepariwisataan, seperti yang terjadi di Desa Wisata Kembang Arum, Sleman. Salah satu temuan di lapangan mengungkapkan bahwa, banyak desa wisata, yang sebagian masyarakatnya tidak tahu bahwa di desanya ada aktifitas kepariwisataan.

Meskipun empat syarat pertama jalannya desa wisata telah dipenuhi tetapi syarat kelima seringkali sulit dipenuhi. Manusia adalah sumber daya yang akan mengolah potensi-potensi di desanya sehingga menghasilkan produk-produk kewisataan. Jadi sumber daya manusia-khususnya dalam organisasi jasa harus kontak langsung dengan konsumen (Ahmed dan Rafiq, 2002). Maksudnya penyedia jasa pariwisata yang menyajikan langsung jasa pariwisata kepada wisatawan. Sehingga harus diminimalkan kesalahan dalam pelayanan sejak pertama kali- adalah salah satu sumber daya yang paling fundamental. Sejalan dengan Ahmed dan Rafiq, Robert J. Eaton, CEO Chrysler Corporation, Amerika Serikat, menyatakan bahwa *"The only we can beat the competition is with people"* (Moeljono, 2003). Namun justru disinilah problem utama desa wisata muncul. Pada umumnya, desa wisata memiliki problem kelangkaan sumber daya manusia yang sadar wisata dan terampil dalam menyelenggarakan dan mengelola kepariwisataan.

Oleh karena itu diperlukan pemecahan problem fundamental tersebut melalui upaya-upaya pendidikan terprogram dan sistematis yang memerlukan keterlibatan sinergistik para pemangku kepentingan, agar mampu menghasilkan sumber daya manusia yang sadar dan berketerampilan kepariwisataan. Program pendidikan dapat mencakup, baik pendidikan formal, pelatihan, *workshop*, studi banding, ataupun *on the job training*.

Dalam hal pemasaran, desa-desa wisata di kabupaten Sleman wajib memiliki produk-produk kepariwisataan yang bukan hanya layak, namun juga memiliki keunggulan kompetitif. Keunggulan produk bisa dibangun melalui pembedaan produk (*product differentiation*) yang memiliki nilai keunikan dimata masyarakat. Keunikan dibangun berbasis tema dan/ atau ciri tertentu dari potensi sumber daya dan juga dengan berbagai produk yang sudah ada di desa wisata. Namun produk yang unggul saja, tidak didukung oleh upaya komunikasi (promosi) yang terencana dan terorganisir baik maka, belum menjamin akan mengundang kunjungan para wisatawan.

Hasil survei lapangan dengan metode kluster mengarahkan model pengembangan desa wisata di Kabupaten Sleman ke dalam dua kluster. Kluster pertama adalah desa wisata dengan tema budaya dimana lokasi desa wisata tersebut di dataran rendah kabupaten Sleman. Kluster kedua adalah desa wisata dengan tema alam di mana lokasi desa wisata tersebut berada di dekat gunung Merapi. Pengembangan desa wisata dari kedua kluster hendaknya tidak terpisahkan dengan pengembangan kepariwisataan di DIY atau pengembangan desa-desa wisata di Kabupaten Sleman diintegrasikan dengan pengembangan kepariwisataan DIY secara keseluruhan. Pengembangan desa wisata didasarkan pada konsep yang melibatkan masyarakat desa kedalam aktifitas kepariwisataan. Cara ini dilakukan agar manfaat desa wisata dapat dinikmati oleh masyarakat desa, baik manfaat ekonomis, tersedianya lapangan kerja, dan lain-lain.

### C. FOKUS PENGEMBANGAN DESA WISATA

Ada dua tema besar pengembangan desa wisata di Kabupaten Sleman: tema budaya dan tema alam. Tema budaya diusulkan karena Kabupaten Sleman adalah bagian dari DIY dimana menjadi salah satu pusat wisata budaya di Indonesia. Sedangkan tema alam diusulkan karena kebanyakan desa wisata di Kabupaten Sleman dekat dengan puncak gunung Merapi yang dikelilingi kekayaan alam berpemandangan indah lengkap dengan hutan, jurang, sungai, *landscape* dengan kontur pegunungan yang khas. Dari kedua tema tersebut, tema alam dipertimbangkan merupakan pilihan yang paling tepat karena memang unik dan juga tema budaya cenderung berada di dataran rendah atau dekat pusat perkotaan Yogyakarta. Dengan kata lain, ada *zoning* prioritas, di mana pengembangan wisata budaya di sekitar kota Yogyakarta bersaing dengan Bali maupun Surakarta. Wisata budaya ini relatif sudah ditangani sejak lama dan cukup baik, bahkan profesional, dengan didasarkan pada prinsip-prinsip pengelolaan yang relatif maju atau modern. Sementara

wisata alam yang dikembangkan di desa-desa wisata, khususnya yang berada di sekitar puncak Merapi sangat unik tetapi belum maju dan berkembang. Dengan kata lain, prioritas pengembangan desa wisata difokuskan kepada desa-desa wisata – wisata yang aktifitasnya berbasis alam khususnya- yang berada di dekat puncak Merapi. Hal utama yang harus disadari oleh masyarakat desa wisata adalah produk yang mereka tawarkan haruslah unik dan berkarakter kuat. Hal tersebut untuk memberikan pilihan yang beragam kepada para wisatawan ketika memilih untuk berlibur ke Yogyakarta terutama ke kabupaten Sleman. Jika setiap pilihan memiliki keunikan tersendiri maka desa wisata akan memiliki pelanggan yang setia (Kotler, 2000).

Dengan dipilihnya tema alam, maka setiap produk yang ditawarkan oleh desa wisata harus mengacu kepada tema alam tersebut. Produk wisatanya dapat berupa:

1. *Hiking* menyusuri area dan desa-desa di sekitar lereng gunung Merapi.
2. *Flying fox* – ‘terbang’ dari satu sisi tebing ke sisi yang lain
3. *Amusement park* sederhana dengan background alam gunung Merapi.
4. *Lava tour* yang menyusuri jejak-jejak lava dingin hasil erupsi gunung Merapi
5. *Outbond* dengan background gunung Merapi.
6. Agrowisata salak pondoh atau tanaman/buah lainnya di lereng gunung Merapi.

Tentunya produk desa wisata tidak hanya dibatasi oleh enam contoh di atas tetapi sangat memungkinkan dibuat produk-produk lain. Dari keenam contoh wisata aktifitas berbasis alam pegunungan akan memicu kegiatan ekonomis atau lapangan kerja lain seperti munculnya warung yang menawarkan kuliner tradisional khas desa (seperti wedang pisang ambon di tempat Mbah Marijan dulu) dan penyelenggaraan akomodasi lainnya. Dengan kata lain, aktifitas kepariwisataan di suatu desa wisata dapat memicu aktifitas pendukung di desa lain yang potensi kepariwisataannya kurang bagus.

Model pengembangan desa wisata yang diusulkan untuk kabupaten Sleman hendaknya dilandasi oleh tema alam dengan gunung Merapi sebagai sentral perhatian. Namun demikian, untuk desa wisata yang letaknya jauh dari gunung Merapi, hendaknya menerapkan tema yang berkaitan dengan pusat kebudayaan Jawa. Daerah dataran rendah di kabupaten Sleman yang berdekatan dengan kota Yogyakarta dimana kota tersebut sudah lama menjadi pusat pengembangan kebudayaan Jawa. Dengan tema kebudayaan, desa wisata dapat menawarkan produk

yang berkaitan dengan kebudayaan Jawa. Sebagai contoh, sebuah desa wisata dapat menawarkan:

1. Belajar membuat batik;
2. Belajar menari tarian Jawa;
3. Menikmati suasana pedesaan dengan lingkungan Jawa yang kental;
4. Menikmati suasana pedesaan dengan lingkungan kesantrian yang kental;
5. Masih dimungkinkan adanya produk wisata lain yang berkarakter untuk desa wisata tersebut.

Meskipun demikian, persyaratan agar desa wisata menjadi sebuah tujuan wisata yang unik dan memiliki nilai di mata konsumen haruslah dipenuhi. Karena pariwisata lebih cenderung merupakan produk layanan yang keberhasilannya sangat bergantung kepada kinerja layanan (Lovelock, 2007) antara penyedia jasa dengan wisatawan, maka hal paling penting yang harus dilakukan adalah memperbaiki sumber daya manusia yang ada di desa wisata agar memiliki keterampilan memadai, memiliki wawasan pariwisata, memiliki orientasi kepada konsumen (agar mampu memahami kebutuhan dan keinginan wisatawan) serta mau belajar untuk senantiasa memperbaiki atau meningkatkan diri (Ahmed dan Rafiq, 2002). Oleh karena itu, perlu adanya upaya-upaya perubahan *mindset* masyarakat desa bahwa layanan yang memuaskan konsumen (wisatawan) adalah filosofi bisnis (Lovelock, 2007) yang mendasari semua aktifitas kepariwisataan. Masyarakat desa perlu menyadari bahwa hanya dengan cara tersebut pariwisata dapat dijadikan alternatif terbaik sebagai sumber mata pencaharian.

Problem utama desa wisata adalah langkanya sumber daya manusia yang sadar wisata dan berketerampilan kepariwisataan secara baik serta berorientasi kepada wisatawan. Karena itu, model pengembangan desa wisata di Kabupaten Sleman perlu difokuskan, pertama, pengembangan sumber daya manusia. Memperbaiki sumber daya manusia tidak hanya melalui pelatihan yang diselenggarakan pemerintah daerah tetapi juga usaha tiada henti dari para *entrepreneur* desa wisata, juga pihak lain, dimana upaya yang berkelanjutan untuk mengingatkan sumber daya manusia di desa wisata agar jangan merusak image desa wisata yang positif di mata wisatawan. Oleh sebab itu, perlu dibangun sinergi antara pihak Kemen PU, Kemen HUB, Kemen KOMINFO, BUMN, PEMDA, *entrepreneur*, dan masyarakat dan/atau para pemangku kepentingan desa harus selalu dibangun, dijaga bahkan dikembangkan terus.

Selain memerlukan pengembangan sumber daya manusia agar sadar wisata/wisatawan dan terampil, pengembangan desa wisata memerlukan investasi yang tidak sedikit untuk membangun infrastruktur,

pengadaan sarana/wahana kepariwisataan, dan lain-lain, khususnya untuk wisata dengan aktifitas berbasis alam. Sementara masyarakat desa wisata kekurangan dalam hal tersebut. Oleh karena itu, agar upaya-upaya pengembangan dapat dilakukan secara efektif dan efisien, sangat ideal jika pengembangan desa wisata hendaknya menjadi satu bagian yang tidak terpisahkan dari pengembangan kepariwisataan DIY, bahkan nasional. Beberapa keuntungan dari penyatuan tersebut adalah, antara lain:

- Sudah bukan rahasia lagi bahwa DIY merupakan salah satu tujuan wisata utama masyarakat, baik dari dalam negeri maupun dari luar negeri.
- Program dan implementasi strategi pengembangan kepariwisataan desa wisata memiliki patokan yang jelas dan kuat berupa peraturan pemerintah pusat maupun daerah atau kebijakan lainnya.
- Kepariwisataan desa wisata menambah alternatif pilihan produk-produk kepariwisataan DIY yang bisa dipilih para wisatawan.
- Pemasaran desa wisata menjadi satu bagian dari pemasaran kewisataan di DIY , dalam hal ini bekerja sama dengan ASITA DIY.
- Pemerintah DIY maupun Kabupaten Sleman memiliki kepentingan untuk mengembangkan desa wisata melalui pemberian program pelatihan, bantuan tenaga pembimbing, penyediaan infrastruktur, perencanaan *landscaping* desa wisata, sehingga kelak desa wisata dapat dikelola secara profesional dan menjadi salah satu produk kewisataan unggulan DIY.

dan Desa wisata lereng Merapi. Respon wisatawan terhadap desa wisata sangat bagus, terlihat dari kunjungan desa wisata di kabupaten Sleman selama liburan meningkat sebesar 20 persen dibandingkan hari-hari biasa. Saat hari biasa tingkat kunjungan mencapai 700-800 orang perbulannya, dan saat liburan wisatawan yang berkunjung mencapai 1.000 orang dalam sebulan.

Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Sleman menyatakan upaya mengoptimalkan pengelolaan desa wisata untuk mendukung pengembangan desa wisata dilakukan dengan memberikan pelatihan ketrampilan, serta melakukan pendampingan dan menyediakan fasilitas melalui Forum Komunikasi Desa Wisata. Pengembangan konsep desa wisata dinilai sangat efektif dalam rangka mengenalkan serta memberi peluang masyarakat pedesaan untuk memahami esensi dunia pariwisata serta menikmati hasil dari kepariwisataan tersebut. Dengan dibentuknya desa wisata diharapkan ada tiga keuntungan yang dapat diperoleh yaitu, pertama, nilai-nilai adat budaya yang telah berlangsung selama puluhan tahun di desa tersebut dapat dipertahankan karena nilai-nilai budaya merupakan daya tarik utama bagi wisatawan. Kedua, secara perlahan-lahan akan menciptakan pekerjaan baru bagi masyarakat, sehingga pemberdayaan masyarakat desa semakin lebih intensif. Dengan demikian, masyarakat desa yang masih ekonominya kurang dapat berperan aktif dalam kelangsungan desa wisata yang pada akhirnya meningkatkan taraf hidup dan perekonomian masyarakat menjadi lebih sejahtera. Ketiga, masyarakat desa dituntut lebih bersahabat dengan alam, sehingga terdorong untuk terus memelihara dan melestarikan lingkungannya.

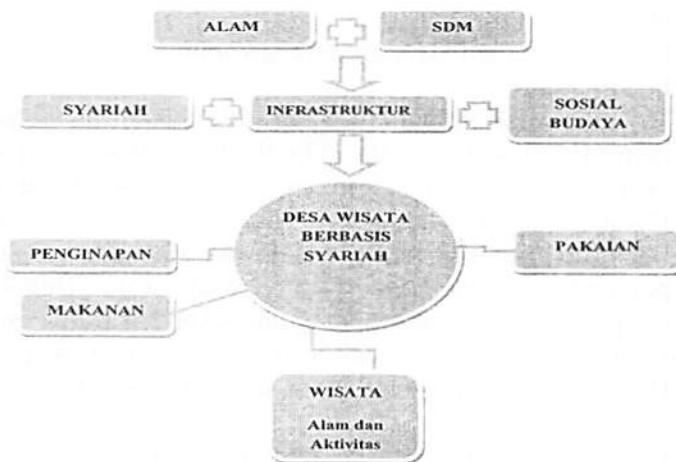
Usaha untuk mewujudkan desa wisata berbasis syariah, Dewan syariah nasional (DSN) dan Kementerian parekraf mengambil peranan. Melalui dukungan tersebut diharapkan pengembangan desa wisata berbasis syariah mampu tumbuh dan berkembang secara *continue* serta memberikan dampak positif terhadap perkembangan pariwisata dan perekonomian rakyat khususnya desa-desa di Kabupaten Sleman.

Banyaknya desa wisata di Kabupaten Sleman diharapkan mampu meningkatkan ekonomi masyarakat desa melalui kunjungan wisatawan. Di samping menjadikan lingkungan tempat tinggal sebagai hunian yang bersih, sehat dan humanis dengan menambahkan nilai estetis dan religius dalam penataan lingkungan desa, kehadiran desa wisata diharapkan dapat mengembangkan kemampuan kewirausahaan masyarakat.

Pengembangan model menuju desa wisata berbasis syariah menjadi sangat strategis mengingat pengembangannya didasarkan alam dan SDM lokal. Hal tersebut menjadikan eksplorasi dan pengembangan

kedua sumber pokok tersebut untuk menghasilkan produk-produk kepariwisataan berkualitas yang dikemas secara syariah dan dilaksanakan sesuai dengan kondisi sosial budaya setempat yang dapat diakses dengan mudah karena didukung oleh infrastruktur (fisik dan non fisik) yang memadai. Penawaran produk inti wisata desa berbasis syariah harus disertai dengan produk/jasa penunjang seperti penginapan, makanan, dan pakaian yang semuanya harus berbasis syariah.

Secara konseptual Desa Wisata Berbasis syariah digambarkan dalam bagan, sebagai berikut:



Gambar 9.1 Konsep Desa Wisata Berbasis syariah

Gambar 10.1 Konsep Desa Wisata Berbasis syariah

Secara ringkas bagan di atas dapat dijelaskan sebagai berikut:

1. Alam dan SDM: merupakan basis potensi dari model desa wisata yang bisa dikembangkan dimasa datang
  - a. Alam mencakup kondisi geografis atau kontur atau *landscape* yang akan mendukung wisata pemandangan dan wisata aktifitas.
  - b. SDM atau demografis yang intinya mencakup keterampilan dan kreatifitas penduduk setempat terkait dengan kepariwisataan berbasis syariah
2. Syariah, Infrastruktur dan Sosial Budaya: lingkungan *hardware* yang mendukung kemudahan akses ke desa wisata berbasis syariah dan aset *software* yang akan melatari value (syariat) desa wisata berbasis syariah yang akan ditawarkan kepada para calon pelancong (muslim dan non-muslim) yang memiliki keunikan yang memiliki daya tarik dan daya saing

- a. Syariah menggambarkan level pemahaman berbasis syariah-haram terkait dengan semua fasilitas dan aktifitas kepariwisataan
  - b. Infrastruktur mencakup *hardware* (akses jalan dan komunikasi, dan pendukung fisik lain) and *software* (visi dan keterampilan warga setempat)
  - c. Sosial-budaya mencakup pola dan gaya hidup serta adat-kebiasaan islami
3. Desa Wisata Berbasis syariah yang dilengkapi dengan fasilitas berupa Penginapan, Makanan, persyaratan Pakaian, dan Wisata itu sendiri.
- a. Penginapan memisahkan antara kamar wanita dan pria yang bukan muhrim.
  - b. Makanan dan minuman yang disediakan di warung atau restoran dilokasi wisata dibuat dari bahan, diproses dan disajikan di atas prinsip-prinsip berbasis syariah dan thayyib.
  - c. Pakaian: selama menjalani wisata di lokasi Desa Wisata Berbasis syariah semua wisatawan disyaratkan memakai pakaian yang memenuhi persyaratan syar'i. Demikian pun dengan pakaian-pakaian yang dijual kepada para wisatawan.
4. Wisata di Desa Wisata Berbasis syariah dapat mencakup:
- a. Wisata alam atau keindahan alam atau keunikan kekayaan alam setempat
  - b. Seni/budaya islami (masjid antik, musik, dll.)
5. Wisata aktifitas dapat mencakup kegiatan-kegiatan seperti: *Hiking, Biking, Outbond Water park, Flying fox, Camping, Arung Jeram*  
 Semua aktifitas dilandasi nilai syar'i.

### C. PENENTUAN PARAMETER MENUJU DESA WISATA BERBASIS SYARIAH

Secara umum dari 31 desa wisata yang ada di Kabupaten Sleman sebanyak 24 desa wisata didukung oleh alam, sedangkan desa wisata lain berbasis khusus yakni 5 desa wisata kerajinan, 1 desa wisata fauna, dan 1 desa wisata religi. Dalam melakukan penelitian desa wisata yang diinventarisasi akan dikembangkan menuju desa wisata berbasis syariah, dengan cara melakukan pengamatan dan wawancara. Dalam pengamatan lapangan ternyata terdapat beberapa desa wisata yang sudah tidak beraktivitas. Berdasarkan data dari Dinas Pariwisata Sleman dari 31 desa wisata yang ada ternyata 2 desa wisata sudah tidak beroperasi lagi yaitu Desa Wisata Kinahrejo dan Desa Wisata Turgo. Dengan demikian penggalian data berpusat pada 29 desa wisata (terlampir).



Untuk memetakan desa wisata yang dikembangkan menuju desa wisata berbasis syariah dengan memodifikasi permenparekraf No. 2 tahun 2014 (secara lengkap disajikan dalam lampiran). Secara ringkas parameter peraturan menteri tersebut adalah sebagai berikut:

1. Mutlak:

- a. Tersedia peralatan yang praktis untuk bersuci dan penyekat antar urinoir.
- b. Tersedia perlengkapan shalat, ibadah dan makanan kemasan yang halal serta tidak adanya akses untuk hal pornografi.
- c. Tersedia lengkap peralatan mandi dan wudhu di kamar mandi tamu.
- d. Tersedia dapur lengkap dengan alat-alat untuk memasak.
- e. Tersedia perlengkapan ibadah dan suasana tempat sangat nyaman dan bersih.
- f. Pihak pengelola memberikan informasi tempat masjid, waktu shalat serta semua fasilitas yang ada.
- g. Perawatan perlengkapan shalat yang terjaga.
- h. Tersedia pilihan makanan dan minuman sehari biasa serta bulan Ramadhan.
- i. Tersedia pelayanan spa kesehatan dan kecantikan.
- j. Tidak ada fasilitas yang menjerumus ke hal pornografi
- k. Menerapkan sistem jaminan halal dan sopan pada para pegawai.
- l. Tersedia larangan tidak menerima pasangan bukan mahram.
- m. Tersedia ruang karyawan yang lengkap dengan perlengkapan ibadah dan tempat ganti yang nyaman dan aman.
- n. Terdapat hiasan patung dan lukisan yang bernuansa Islami.
- o. Tersedia ruang terapi yang nyaman dengan bahan terapi yang halal.
- p. Tidak menyediakan minuman beralkohol.
- q. Tersedia sarana kebugaran lengkap dengan instruktur pria dan wanita.
- r. Pengaturan waktu menggunakan kolam renang antarlawan jenis.
- s. Membiasakan dengan mengucap salam saat berkomunikasi.
- t. Adanya struktur organisasi yang mengakomodasi Dewan Pengawas Syariah.

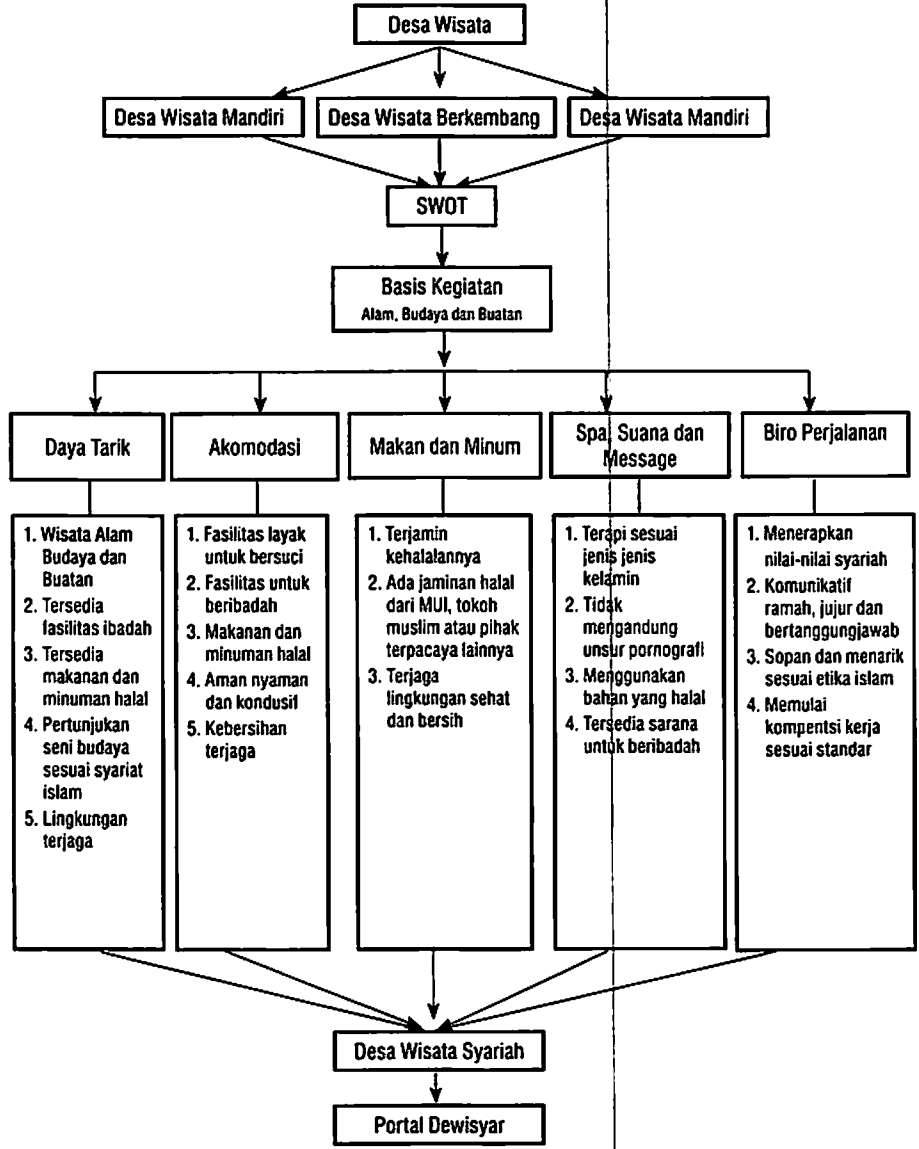
2. Tidak Mutlak

- a. Tersedia bermacam bacaan islami dan hiasan-hiasan bernuansa islami.
- b. Tersedia hiasan-hiasan bernuansa islami, larangan untuk merokok dan penunjang hiburan bacaan yang bernuansa islami.

- c. Tersedia informasi kegiatan keagamaan.
- d. tersedianya lembar motivasi dan buku doa.
- e. Tersedia layanan konsultasi keislaman.
- f. Tersedia saluran tv dan alunan musik bernuansa islami.

Berdasarkan parameter tersebut, untuk menentukan desa wisata yang berpotensi dikembangkan menuju desa wisata berbasis syariah secara skematis dapat dilihat pada Gambar 10.2.

Gambar 10.2 Parameter Model Menuju Desa Wisata Syariah



Kategori potensi dilakukan dengan cara nilai total dibagi jumlah desa wisata (rata-rata:2013/29). Di bawah skor rata-rata menunjukkan tidak berpotensi sedangkan di atas rata-rata menunjukkan adanya potensi sedang atau tinggi. Penentuan potensi sedang dan tinggi dilakukan dengan cara besaran range dibagi 2 {skor tertinggi dikurangi skor rata-rata  $(103-70)/2$ }. Potensi sedang jika skornya lebih kecil dari rata-rata total ditambah setengah dari nilai *range* dibagi 2. Kategori potensi tinggi jika skornya lebih besar dari rata-rata total ditambah setengah dari nilai *range* dibagi 2 (86,5). Berdasarkan perhitungan tersebut kriteria potensi desa wisata untuk dikembangkan menuju desa wisata berbasis syariah dapat dikelompokkan dalam tiga macam kategori, yang diperlihatkan pada Tabel 10.1.

**Tabel 10.1. Pengelompokan Potensi Desa Wisata Berdasarkan 3 Kategori**

No.	Nama Desa Wisata	Skor	Potensi
1	Desa Wisata Brayut	88	Tinggi
2	Desa Wisata Mlangi	103	Tinggi
3	Desa Wisata Kemirikebo	95	Tinggi
4	Desa Wisata Palgading	90	Tinggi
5	Desa Wisata Garongan	76	Sedang
6	Desa Wisata Trumpon	74	Sedang
7	Desa Wisata Tunggal Arum	79	Sedang
8	Desa Wisata Tanjung	75	Sedang
9	Desa Wisata Sangubanyu	79	Sedang
10	Desa Wisata Pancul Girikerto	74	Sedang
11	Desa Wisata Pulesari	77	Sedang
12	Desa Wisata Gabungan	77	Sedang
13	Desa Wisata Malangan	79	Sedang
14	Desa Wisata Sendari	72	Sedang
15	Desa Wisata Dukuh	73	Sedang
16	Desa Wisata Jethak II	81	Sedang
17	Desa Wisata Sukunan	76	Sedang
18	Desa Wisata Nawung	70	Sedang
19	Desa Wisata Grogol	56	Rendah
20	Desa Wisata Penting Sari	54	Rendah
21	Desa Wisata Kelor	54	Rendah
22	Desa Wisata Brayan	58	Rendah
23	Desa Wisata Ketingan	63	Rendah
24	Desa Wisata Srowolan	59	Rendah
25	Desa Wisata Rumah Domes	64	Rendah

Sumber: Data primer diolah

Desa wisata tersebut adalah Desa Wisata Kembang Arum, Desa Wisata Gamplong, Desa wisata Ngangring dan Desa Wisata Kadisobo. Dari 25 desa wisata dikelompokkan dalam 3 kategori yakni berpotensi tinggi, sedang, dan rendah.

#### **D. PROFIL DESA WISATA YANG DIKEMBANGKAN MENUJU DESA WISATA BERBASIS SYARIAH DI D.I YOGYAKARTA**

Setelah dilakukan pengamatan terhadap 29 desa wisata, tidak semua desa wisata berpotensi untuk dikembangkan menuju desa wisata berbasis syariah, melainkan hanya terdapat 25 desa wisata. Adapun 4 desa wisata yang tidak dapat dikembangkan menuju desa wisata syariah dikarenakan tidak memenuhi kriteria Permenparekraf No.2 th 2014 (Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman). Secara rinci deskripsi desa wisata tersebut adalah sebagai berikut:

##### **1. Desa Wisata Brayut**

Keindahan sawah mungkin sudah sulit untuk ditemukan di banyak kota yang berkembang menuju kota metropolitan seperti di kota Jogjakarta ini. Banyak sawah yang mulai tertutup oleh aspal, beton bangunan yang menjulang, bahkan dibajak untuk dijadikan wisata yang bersifat instan dan menghilangkan nilai alam yang sebelumnya terkandung dari keindahan sawah itu sendiri. Di desa Brayut, sawah ditawarkan untuk tempat bermain, melepas lelah dari kebisingan kota dan padatnya jadwal kegiatan, serta belajar menghargai kerja keras. Bentangan hijaunya sawah di desa Brayut ini memanjakan mata pengunjungnya, mulai dari membajak sawah dengan bajak alami yang ditarik oleh kerbau, menanam padi sambil bermain lumpur, atau bahkan jika beruntung bisa merasakan memanen padi secara langsung jika tepat pada musimnya.

Pagi buta para petani telah mengeluarkan keringat mereka untuk mengurus sawah mereka ditemani oleh kicauan burung yang sekali-sekali mereka balas pula dengan siulan seakan-akan menjadi dendang lagu yang menghanyutkan mereka kedalam aktifitas lelahnya seperti layaknya hentakan musik diskotik yang menghanyutkan para pengunjungnya. Ketika sinar mentari mulai meninggi, angin sepoi-sepoi mulai meliuk-liukan padi dengan lembut, selembut kasih para pak tani pada sawahnya. Keteguhan dan kerja keras pak tani ini tergambar dalam kerut wajah mereka yang sekali-sekali dihiasi oleh senyum dan tawa, seolah-olah ini menjadi hobi bagi mereka.

Di desa ini wisatawan tak hanya belajar tentang bertani di sawah, namun juga dapat belajar memelihara ikan, memasak makanan tradisional, memainkan gamelan, atau bahkan berlatih tari tradisional

desa ini. Selain itu juga dapat belajar membuat kerajinan, melihat sunset ketika sore hari diantara liukan gemulai tangan-tangan alam (hamparan padi) yang kian petang kian pelan mengiringi perginya angin sore dan menyambut datangnya rembulan, yang pengalaman ini tidak ditemukan di setiap tempat.

Bagi wisatawan yang ingin menikmati sensasi kehidupan masyarakat desa brayut, dapat pula menginap, masyarakat sekitar dengan senang hati akan melayani, menyediakan tempat menginap dengan berbagai bentuk yang unik, mulai dari yang paling sederhana, sampai dengan yang paling mewah, sesuai dengan kantong wisatawan tentunya.

Sepulangnya dari desa ini, jangan khawatir untuk takut kehilangan sensasinya, pengelola telah menyediakan tempat untuk wisatawan bisa memilah-milah cendera mata dari desa ini, mulai dari hiasan dinding, sampai pada perabotan rumah tangga kuno dan permainan *tempo doeloe yakni Congklak*. Yang terpenting dari itu semua adalah, sesuai dengan *tagline* desa ini bahwa anda akan pulang sebagai seorang yang bisa menghargai kerja keras, pulang dengan perasaan bahagia, dan pikiran yang semakin kreatif.

Banyak fasilitas dari Desa Wisata Brayut yang dapat dijadikan potensi sebagai Desa Wisata Syariah seperti Desa Wisata Brayut tidak menerima pasangan bukan mahram dan diinformasikan secara tertulis. Di dalam toilet dan kamar mandi tamu maupun karyawan tersedia penyekat urinoir satu dengan yang lain untuk menjaga pandangan dan tersedia peralatan praktis untuk bersuci. Di ruang tidur tamu tersedia sajadah, jadwal sholat secara tertulis, Al-Quran, makanan dalam kemasan dan minuman yang berlogo halal, bahkan tidak tersedia akses untuk pornografi dan tindakan asusila dalam bentuk apapun.

Untuk ruang ibadah tersedia ruangan, tempat wudhu dan perlengkapan shalat yang bersih dan terawat, sirkulasi udara yang baik, pencahayaan yang cukup terang, *sound system* untuk mengumandangkan adzan yang dapat didengar di seluruh area penginapan, tempat wudhu pria dan wanita terpisah, air bersih untuk wudhu, dan tidak ada ornamen baik berupa patung maupun lukisan yang mengarah pada kemusyrikan dan pornografi.

Pihak pengelola akan melakukan seleksi terhadap tamu yang datang berpasangan, memberikan informasi masjid terdekat, memberikan informasi jadwal shalat, memberikan informasi restoran/rumah makan halal. Di desa wisata ini juga tidak menyediakan makanan dan minuman non halal namun menyediakan makanan tajil dan sahur ketika bulan Ramadhan bagi tamu. Di dapur/*pantrny* mengolah minuman dan makanan halal. Di sini terdapat fasilitas *Spa*. Terapis yang menangani sesuai dengan jenis kelamin

tamu, tidak menyentuh organ intim, bak rendam tidak digunakan secara bersama-sama, dan tidak ada aktivitas yang mengarah pada kemusyrikan. Di Desa Wisata Brayut tidak terdapat hiburan yang mengarah ke pornografi dan pornoaksi serta perbuatan asusila dan apabila menggunakan musik sesuai dengan nilai dan etika seni.

Dalam melakukan manajemen usaha, pengelola menerapkan sistem jaminan halal. Bahkan dalam mengelola sumber daya manusianya sendiri, terdapat kebijakan agar karyawati muslimah menggunakan seragam sesuai dengan cara berpakaian dalam Islam. Untuk instruktur olahraga, rekreasi dan *outbound* disesuaikan dengan jenis kelamin. Desa Wisata Brayut bersedia diubah menjadi Desa Wisata Syariah. Desa Wisata ini berpotensi tinggi untuk dijadikan Desa Wisata Syariah.

**Tabel 10.2 Paket wisata yang disediakan Desa Wisata Brayut**

No.	Nama Paket	Harga	Keterangan
1	Belajar karawitan (gamelan dkk)	Rp 8.000	Per Orang
2	Belajar tarian tradisional	Rp 8.000	Per Orang (Pagi/Siang)
3	Kenduri	Rp 20.000	Per Orang
4	Belajar membatik	Rp 20.000	Per Orang
5	Pelatihan pertanian	Rp 8.000	Per Orang (Pagi)
6	Permainan tradisional	Rp 4.000	Per Orang
7	Atraksi jatilan (kuda lumping)	Rp 500.000	
8	Pelatihan memasak makanan tradisional	Rp 8.000	Per Orang
9	Pelatihan kerajinan <i>janur</i> (daun kelapa yang masih muda)	Rp 3.000.	Per Orang
10	Paket desa wisata (menginap 1 malam + 3x makan)	Rp 70.000/Org	minimal 15 orang untuk setiap paketnya

**Tabel 10.3 Fasilitas Wisata yang Disediakan Desa Wisata Brayut**

No.	Fasilitas	Harga
1	<i>Homestay</i>	-
2	Masjid	-
3	Sanggar tari	-
4	Sanggar membatik	-
5	Toko cinderamata	-
6	Ruang pertemuan	Rp 250.000
7	Joglo	-
8	Transportasi bus AC	Rp 2.800.000
9	Tour Guide	Rp 100.000
10	Andong/gerobak tradisional	Rp 400.000
11	Mobil AC	Rp 500.000
12	Sewa sepeda	Rp 5.000

## 2. Desa Wisata Grogol

Desa Wisata Grogol terletak di Margodadi, Seyegan, Sleman, Yogyakarta. Desa wisata ini merupakan desa budaya karena Dusun Grogol merupakan desa pembuatan wayang kulit dan gamelan. Selain pengunjung dapat mempelajari proses pembuatan wayang kulit, pengunjung juga dapat menyaksikan pertunjukan seperti Karawitan, Wayang Kulit/Pedalangan, Campursari, Keroncong. Desa wisata grogol ini terdapat dua sanggar yaitu Sanggar Bramaninten dan Sanggar Wijayakusuma.

Selain dari pertunjukan tersebut terdapat upacara Tuk Bedhug yang merupakan sumber mata air di Desa Wisata Grogol. Terdapat juga obyek daya tarik wisata yang menarik seperti keindahan Lingkungan desa, bangunan kuno, Tobong gendeng, serta Petilasan Sunan Kalijogo: "KETANDAN". Wisata kuliner juga tersedia di Desa wisata ini yaitu dengan makanan seperti Cethil, Sego Gudangan, Tumpeng.

Desa Wisata Grogol telah menerapkan sebagian nilai-nilai keislaman sehingga dapat dijadikan sebagai potensi desa wisata syariah. Berikut ini beberapa diantaranya seperti di ruang tidur tamu tersedia Al-Quran, alat shalat, dan jadwal shalat secara tertulis. Di dapur hanya mengolah makanan dan minuman halal. Pihak pengelola juga bersedia memberikan informasi restoran/tempat makan yang halal. Tersedia tempat bersuci (kamar mandi/toilet/tempat wudhu) yang baik dan tertutup bagi karyawan dan tamu.

Ruang ibadah di desa ini bersih dan terawat, tersedia alat shalat yang baik dan terawat, tersedia pencahayaan yang cukup terang, tersedia tempat wudhu dengan kondisi bersih dan terawat, tersedia instalasi air bersih untuk berwudhu. Pihak pengelola juga bersedia memberikan informasi yang masjid terdekat dengan penginap, menyediakan perlengkapan shalat yang bersih dan terawat, menyediakan jadwal waktu shalat, menyediakan Al-Quran, memulai komunikasi dengan salam, dan khusus karyawati muslimah menggunakan seragam sesuai dengan cara berpakaian wanita Islam. Desa Wisata ini masih berpotensi rendah untuk dijadikan Desa Wisata Syariah.

**Tabel 10.4 Paket Wisata yang Disediakan Desa Wisata Grogol**

No.	Nama Paket	Rincian	Harga
1	Paket 1	Snack, Minum, makan, Outbond 5 permainan dan gubug pertemuan	Rp 45.000
2	Paket 2	Snack, minum, outbond 5 permainan, river tubing	Rp 45.000
3	Paket 3	Welcome Drink, snack, makan, outbond 5 permainan, gubug pertemuan, river tubing dan sound system	Rp 65.000
4	Paket 4	Welcome Drink, snack, makan, outbond 5 permainan, gubug pertemuan, river tubing dan sound system, organ tunggal dan souvenir (min 40 orang)	Rp. 90.000

**Tabel 10.5. Fasilitas Wisata yang Disediakan Desa Wisata Grogol**

No	Atraksi yang bisa dinikmati :	Harga
1	Fasilitas	
	Menginap / orang + Makan sekali	Rp 60.000
	Ruang pertemuan / malam/acara	Rp 300.000
	Sewa area out bond/ orang	Rp 15.000
	Sound system/acara	Rp 250.000
2	Pemandu	Rp 75.000
	Atraksi	
	membajak sawah/tanam padi/orang	Rp 20.000
	memancing/tangkap ikan/orang	Rp 15.000
	sepakbola lumpur/ orang	Rp 15.000
	outbound/orang	Rp 25.000
3	menumbuk padi/orang	Rp 15.000
	river tubing	Rp 25.000
	Belajar	
	Membatik/orang	Rp. 25.000
4	Menggame/orang	Rp. 15.000
	Memakai iket (souvenir)	Rp. 40.000
	Memakai busana jawa	Rp. 30.000
	Kuliner	
	Minum dan snack	Rp. 5.000
	Makan dengan dos (harga mulai)	Rp. 12.500
	Makan prasmanan (harga mulai)	Rp. 17.500
	Makan kenduri/orang	Rp. 20.000



### 3. Desa Wisata Pentingsari

Dusun Pentingsari berbentuk seperti semenanjung di mana sebelah barat terdapat lembah yang sangat curam yaitu kali Kuning dan sebelah selatan terdapat lembah yang berupak Goa Ledok / Ponteng dan Gondoran sebelah timur terdapat lembah yang curam yaitu Kali Pawon dan sebelah utara merupakan dataran yang dapat berhubungan langsung dengan tanah di sekeliling kelurahan Umbulharjo sampai ke pelataran gunung Merapi. Dusun Pentingsari terdiri dari dua dusun yaitu Bonorejo dan Pentingsari.

Beberapa Obyek wisata yang dapat dinikmati oleh wisatawan meliputi Pancuran Suci Sendangsari (sebagai tempat bertemunya Dewi Nawang Wulan dan Joko Tarup), Luweng (luweng pada saat itu digunakan sebagai alat masak warga dusun Pentingsari dalam menyediakan konsumsi bagi tentara Pangeran Diponegoro), Rumah Joglo, Wisata Alam, Batu Dakon, Batu Persembahan, Ponteng (Tempat pertemuan sungai Kuning dan Sungai Pawon (tempuran) di Ujung Selatan Dusun Pentingsari) dan Jalur *Tracking*.

Desa Wisata Pentingsari termasuk dalam beberapa kriteria sebagai desa wisata syariah. Sehingga dapat dijadikan sebagai desa wisata yang berpotensi sebagai desa wisata syariah. Toilet dan kamar mandi di desa wisata ini tertutup dan terdapat peralatan praktis untuk bersuci. Di kamar mandi tamu tersedia alat shalat. Di ruang ibadah tersedia perlengkapan shalat yang baik dan terawat, tersedia pencahayaan yang terang, tersedia tempat wudhu yang bersih dan terawat, dan tersedia instalasi air bersih untuk wudhu.

Pihak pengelola desa wisata bersedia untuk memberikan informasi masjid terdekat dengan tempat penginapan, memberikan informasi kegiatan bernuansa islami (jika ada), menyediakan perlengkapan shalat yang bersih dan terawat, menyediakan makanan dan minuman yang halal. Apabila menggunakan musik hidup atau musik rekaman harus tidak bertentangan dengan nilai dan etika seni dalam Islam. Bahkan terkadang terdapat alunan musik/lagu religi dan atau tilawah Quran pada waktu tertentu. Seluruh karyawan dan karyawanati memakai seragam yang sopan. Desa Wisata ini masih berpotensi rendah untuk dijadikan Desa Wisata Syariah.

Tabel 10.6 Paket Wisata yang Disediakan Desa Wisata Petingsari

No.	Nama Paket	Rincian	Harga/org
1	Paket Biaya fasilitas di Dewi Peri	1. Menginap di home stay ( 3x makan/1x snack) 2. Sewa arena out bond/camping ground 3. Sewa joglo/pendopo/aula (Per hari) 4. Sewa sound system (Per Hari)	Rp. 100.000 Rp. 20.000 Rp. 600.000 Rp. 250.000
2	Paket Abstraksi Wisata Desa	1. Kunjungan obyek pertanian/perkebunan 2. Atraksi bajak sawah/tanam padi 3. Atraksi wiwitan/panen padi (jika musim) 4. Memancing/ petualangan 5. Tracking/petualangan 6. Sepak bola lumpur 7. Out Bond/field trip TK-SD 8. Out bond SMP-Mahasiswa 9. Out bond Dewasa 10. Lava Vulcano Tour Merapi (jeep ber-4)	Rp. 15.000 Rp. 20.000 Rp. 15.000 Rp. 15.000 Rp. 10.000 Rp. 10.000 Rp. 75.000 Rp. 100.000 Rp. 125.000 Rp. 100.000
3	Atraksi Seni Dan Budaya	1. Penyambutan/punokawan/jathilan 2. Pertunjukan Cokekan 3. Belajar Gamelan 4. Belajar tari klasik 5. Paket Kenduri 6. Paket atraksi kuliner (per 1 produk) 7. Belajar membatik 8. Kreasi Janur 9. Atraksi ronda malam	Rp. 20.000 Rp. 17.500 Rp. 15.000 Rp. 15.000 Rp. 25.000 Rp. 15.000 Rp. 25.000 Rp. 10.000 Rp. 10.000
4	Paket Snack dan Makanan	1. Welcome drink/snack 2. Snack/minum ala dewi peri (minum + 3 snack) 3. Makan nasi dus (harga mulai) 4. Makan prasmanan (harga mulai)	Rp. 4.000 Rp. 7.500 Rp. 17.500 Rp. 20.000

Tabel 10.7 "Paket Live" yang Disediakan Desa Wisata Petingsari

No.	Nama Paket	Rincian	Harga/Org
1	PAKET I (2 hari 1 malam)	Upacara penyambutan/welcome dance dengan tarian tradisional Jawa, Ekplorasi seni dan budaya pedesaan (gamelan, tari, membatik, kreasi janur, wayang suket, prosesi adat keduri, pengenalan budaya desa). Ekplorasi dan pembelajaran pada alam desa (village tour/tracking, workshop pertanian dan perkebunan, (jelajah desa,bajak sawah, tanam padi, tangkap ikan, bola lumpur)	Rp 185.000
2	PAKET II (3 hari 2 malam)	Eksplorasi aktivitas ekonomi pedesaan (kunjungan ke home industry pengolahan kopi, jamur dan umbi-umbian)	Rp 335.000

3	<b>PAKET III (4 hari 3 malam)</b>	Paket II ditambah dgn kegiatan Kunjungan ke Lava Vulcano Tour dengan truk atau Museum Merapi, atau bakti social ke masyarakat (menata fasilitas umum, perpustakaan, mengajar anak-anak, penghijauan Fun game liga bersama Malam perpisahan/api unggun dan spontanitas peserta	Rp 485.000
---	-----------------------------------	---	------------

#### 4. Desa Wisata Kelor

Desa wisata ini menawarkan suasana perdesaan yang didominasi oleh penduduk yang bermata pencaharian sebagai petani, peternak, dan pembudidaya jamur. Kehidupan penduduk perdesaan Jawa yang berfalsafah "*nrimo ing pandum*" mampu menarik perhatian pengunjung untuk merasakan bagaimana kehidupan yang bersahaja dan bersahabat dengan alam.

Arena perkemahan tersedia untuk para wisatawan yang ingin merasakan suasana asri perdesaan dengan hidup di alam secara langsung. Dengan dikelilingi oleh kebun salak yang memberikan suasana khas perdesaan di daerah sleman, area perkemahan tersebut mampu membantu untuk melupakan hiruk pikuk kehidupan sejenak. Di arena perkemahan tersebut tersedia pula arena *Outbound*, didukung wahana *Flying Fox* dan berbagai wahana permainan *outbound* siap menantang *andeanalin* pengunjung.

Beberapa rumah joglo berdiri kokoh diantara perkampungan penduduk. Bangunan joglo yang terbuat dari kayu jati tersebut mampu menunjukkan nilai sejarah nenek moyang tentang arsitektur jawa yang penuh filsafat. Wisatawan dapat menggunakan rumah joglo penuh histori tersebut untuk bermalam.

Gemicrik air sungai Bedhog yang mengalir di sebelah timur desa mampu menawarkan rasa rindu pengunjung akan suasana desa yang damai. Selain menikmati sungai Gendhol yang masih bersih dan dingin tersebut, pengunjung juga ditawarkan wahana *river tracking* menyusuri sungai Gendhol yang melintasi desa Kelor tersebut. Petualangan menyusuri sungai tersebut mampu menyatukan pengunjung dengan alam terutama dengan suasana sungai. Pelajaran akan kelestarian alam mampu tertanam di desa wisata ini, memberikan pengunjung perasaan rindu untuk kembali lagi mengunjungi desa wisata ini.

Desa Wisata Kelor memiliki potensi sebagai desa wisata syariah karena telah menerapkan nilai-nilai keislaman dalam berbagai aspek. Misalnya pihak pengelola menyediakan informasi secara tertulis yang menyatakan bahwa tidak menerima pasangan yang bukan mahram. Toilet/kamar mandi tertutup dan tersedia alat praktis untuk bersuci.

Di kamar tidur tamu tersedia alat shalat, Al-Quran, serta makanan dan minuman kemasan yang berlogo halal resmi. Dapur/*pantry* hanya mengolah makanan dan minuman halal.

Ruang ibadah dan alat ibadah juga dalam kondisi yang bersih dan terawat, area shalat pria dan wanita ada pembatas/pemisah, tersedia pencahayaan yang cukup terang, tersedia *sound system* untuk mengumandangkan adzan yang dapat didengar di seluruh area penginapan, tempat wudhu pria dan wanita terpisah, tempat wudhu dalam kondisi baik dan terawat, dan tersedia instalasi air bersih untuk wudhu.

Pada bulan Ramadhan pihak pengelola menyediakan ta'jil untuk tamu. Pihak pengelola juga mengawali komunikasi dengan mengucap salam. Desa wisata ini memiliki *Standard Operating Procedure (SOP)* penginapan syariah dan menerapkan sistem jaminan halal. Dalam program pengembangan kompetensi sumber daya manusia pun bermuatan keislaman. Desa Wisata ini masih berpotensi rendah untuk dijadikan Desa Wisata Syariah. Ada beberapa paket dan fasilitas wisata yang disediakan oleh pengelola yaitu:

1. PASAK (Paket Semalam di Kelor) minimal 30 orang. Paket ini dirancang untuk menikmati suasana alam pedesaan
2. PARAS (Paket rame-rame dan suka-suka) Minimal 30 orang

Paket ini dirancang sebagai penyegaran kembali setelah rutinitas sehari-hari yang melelahkan pikiran.

**Tabel 10.8 Paket Wisata PASAK (Paket Semalam di Kelor)**

No.	Nama Paket	Rincian	Harga/Org
1	Base Camp Rumah Penduduk	Tracking, kolam titian, Permainan 1P	Rp 118.000
		Tracking , kolam titian , permainan 1P, IP Sat Blumbang	Rp 125.000
		Tracking , kolam Titian, permainan 1P, 1P Sat Blumbang, Flying Fox	Rp 140.000
		Tracking , kolam Titian, permainan 2P, 1P Sat Blumbang, Flying Fox	Rp 143.000
2	Base Camp Saung Bumper	Tracking, kolam titian, Permainan 1P	Rp 46.000
		Tracking , kolam titian , permainan 1P, IP Sat Blumbang	Rp 53.000
		Tracking , kolam Titian, permainan 1P, 1P Sat Blumbang, Flying Fox	Rp 68.000
		Tracking , kolam Titian, permainan 2P, 1P Sat Blumbang, Flying Fox	Rp 71.000

3	Base Camp Rumah joglo	Tracking, kolam titian, Permainan 1P	Rp 48.000
		Tracking , kolam titian , permainan 1P, IP Sat Blumbang	Rp 55.000
		Tracking , kolam Titian, permainan 1P, 1P Sat Blumbang, Flying Fox	Rp 70.000
		Tracking, kolam Titian,permainan 2P,1P Sat Blumbang,Flying Fox	Rp 73.000

**Tabel 10.9 Paket Wisata PARAS (Paket Rame-rame dan Suka-suka)**

No.	Nama Paket	Rincian	Harga/Org
1	Base Camp Rumah Penduduk	Tracking, kolam titian, Permainan 1P	Rp 38.000
		Tracking , kolam titian , permainan 1P, IP Sat Blumbang	Rp 45.000
		Tracking , kolam Titian, permainan 1P, 1P Sat Blumbang, Flying Fox	Rp 60.000
		Tracking , kolam Titian, permainan 2P, 1P Sat Blumbang, Flying Fox	Rp 63.000
2	Base Camp Saung Bumper	Tracking, kolam titian, Permainan 1P	Rp 40.000
		Tracking , kolam Titian, permainan 1P, 1P Sat Blumbang	Rp 47.000
		Tracking , kolam Titian, permainan 1P, 1P Sat Blumbang, Flying Fox	Rp 62.000
		Tracking , kolam Titian, permainan 2P, 1P Sat Blumbang, Flying Fox	Rp 65.000
3	Base Camp Rumah joglo	Tracking, kolam titian, Permainan 1P	Rp 41.000
		Tracking , kolam Titian, permainan 1P, 1P Sat Blumbang	Rp 49.000
		Tracking , kolam Titian, permainan 1P, 1P Sat Blumbang, Flying Fox	Rp 64.000
		Tracking , kolam Titian, permainan 2P, 1P Sat Blumbang, Flying Fox	Rp 66.000

**Keterangan**

- Seluruh paket tersebut belum termasuk harga makanan dan masuk kebun salak (@ Rp 15.000.-)
- Seluruh acara siang hari dimulai pukul 08.30 sd 14.30 WIB
- Tambahan ikan diluar paket tersebut di atas = Rp 200.000,-/paket (1 paket = 10 kg ikan).

**Aturan Pembayaran**

- 25 persen , 75 persen H – 3
- Pembatalan H – 3 , DP tidak dapat dikembalikan

**Fasilitas**

- Kamar mandi dan toilet umum: 6 buah + rumah-rumah penduduk dan masjid
- Kamar mandi umum: 5 buah
- Homestay: 25 rumah, kapasitas 93 orang

## 5. Desa Wisata Garongan

Desa wisata Garongan terletak di Wonokerto, Turi, Sleman, Yogyakarta yang merupakan sebuah desa yang terletak dekat dengan Gunung Merapi. Melalui Desa Garongan, pemandangan gunung Merapi akan terlihat utuh, berbeda dengan ketika pengunjung melihat di Kaliurang karena terbatas bukit-bukit. Selain pemandangan Gunung yang menarik, Garongan juga memiliki potensi wisata yang dapat menarik pengunjung untuk datang ke Desa wisata ini. Desa ini memiliki areal persawahan yang segar dan asri serta wilayah perkebunan yang luas. Perkebunan inilah yang digunakan untuk penanaman Buah Salak Pondoh dan Salak gading.

Sebagai lokasi perkebunan salak, wisatawan yang berkunjung dapat belajar untuk mengenal lebih dekat mengenai cara penanaman salak, belajar untuk mengetahui dan mempelajari tentang buah salak lebih dalam serta mengetahui cara memanen salak dengan benar sehingga tidak tertusuk duri. Masyarakat Desa Garongan juga memiliki atraksi yang dapat dinikmati oleh para wisatawan. Atraksi kesenian tersebut diantaranya adalah Gejog Lesung dan Kubrosswo. Tersedia juga paket objek daya tarik wisata diantaranya adalah *camping ground*, *tracking*, pemancingan ikan, menangkap ikan serta makanan khas yang tersedia untuk dijadikan oleh-oleh seperti kipo, dodol salak, dan Kripik salak.

Berikut ini adalah beberapa fasilitas Desa Wisata Garongan yang dapat dijadikan potensi sebagai Desa Wisata Syariah. Pihak pengelola desa wisata biasanya akan memberikan informasi kegiatan bernuansa islami (jika ada) dan menyediakan buku doa. Di dalam ruang tidur tamu terdapat alat shalat. Di toilet umum dan kamar mandi tamu dan karyawan tersedia penyekat urinoir satu dengan yang lain untuk menjaga pandangan dan tersedia peralatan praktis untuk bersuci. Di ruang tidur tamu tersedia sajadah, jadwal sholat secara tertulis, Al-Quran, makanan dalam kemasan dan minuman yang berlogo halal, bahkan tidak tersedia akses untuk pornografi dan tindakan asusila dalam bentuk apapun.

Untuk ruang ibadah tersedia ruangan, tempat wudhu dan perlengkapan shalat yang bersih dan terawat, sirkulasi udara yang baik, pencahayaan yang cukup terang, *sound system* untuk mengumandangkan adzan yang dapat didengar di seluruh area penginapan, tempat wudhu pria dan wanita terpisah, air bersih untuk wudhu, dan tidak ada ornamen baik berupa patung maupun lukisan yang mengarah pada kemusyrikan dan pornografi.

Pihak pengelola akan melakukan seleksi terhadap tamu yang datang berpasangan, memberikan informasi masjid terdekat, memberikan informasi jadwal shalat, memberikan informasi restoran/rumah makan

halal. Di desa wisata ini juga tidak menyediakan makanan dan minuman non halal namun menyediakan pilihan makanan dan minuman halal dan makanan ta'jil dan sahur ketika bulan Ramadhan bagi tamu. Di dapur/*pantrny* mengolah minuman dan makanan halal bahkan untuk mengolahnya dilakukan terpisah dari dapur biasa.

Dalam melakukan manajemen usaha, pengelola menerapkan sistem jaminan halal. Bahkan dalam mengelola sumber daya manusianya sendiri, terdapat kebijakan agar karyawan dan karyawan menggunakan seragam yang sopan bahkan karyawan muslimah menggunakan seragam sesuai dengan cara berpakaian dalam Islam. Desa Wisata Garongan bersedia diubah menjadi Desa Wisata Syariah. Desa Wisata ini berpotensi sedang untuk dijadikan Desa Wisata Syariah. Berikut ini adalah paket-paket wisata yang ditawarkan kepada tamu/pengunjung:

**Tabel 10.10 Paket Camping Ground**

No.	Nama Paket	Fasilitas	Harga/Org
1	PAKET A	Space Camping Ground, Pendopo utama, Posko Koordinasi, MCK 10 Unit, Listrik + Penerangan, Air Bersih dan Keamanan	Rp. 9000
2	PAKET B	Space Camping Ground, Pendopo utama, Posko Koordinasi, MCK 10 Unit, Listrik + Penerangan, Air Bersih dan Keamanan, Tenda Pleton Kapasitas ± 30 Peserta dan TOA / Pengeras Suara + Mic	Rp. 14.000
3	PAKET C	Space Camping Ground, Pendopo utama, Posko Koordinasi, MCK 10 Unit, Listrik + Penerangan, Air Bersih dan Keamanan, Tenda Pleton Kapasitas ± 30 Peserta dan TOA/Pengeras Suara + Mic, Tenda kapasitas 6 peserta, Tracking Sungai/ Tracking Darat (Siang/Malam) + Pemandu	Rp. 20.000

Keterangan:

Kayu Bakar Api Unggun : Rp.10.000,-/ Ikat

Game Kolam/ Tangkap Ikan : Rp. 20.000,-/ Peserta

Harga Paket Diatas Dihitung Mulai Jam 08.00 – 08.00 Hari Berikutnya

Minimal jumlah peserta 60 peserta.

**Tabel 10.11 Paket Outbound**

No.	Nama Paket	Fasilitas	Harga/Org
1	Paket A	Welcome Drink, Pendopo Utama, Space otbound Area	Rp. 9.500,-
2	Paket B	Welcome Drink, Pendopo Utama, Space otbound Area. Tracking Sungai, Outbound @ 4 Permainan, Pemandu, Mega Phone	Rp. 21.500,-
3	Paket C	Welcome Drink, Pendopo Utama, Space otbound Area. Tracking Sungai, Outbound @ 7 Permainan, Pemandu, Mega Phone, Sound System	Rp. 24.500,-

4	Paket D	Welcome Drink, Snack, Pendopo Utama, Space otbound Area. Tracking Sungai, Outbound @ 9 Permainan, Pemandu, Mega Phone, Sound System	Rp. 30.000,-
---	---------	---	--------------

## 6. Desa Wisata Brajan

Brajan hanyalah sebuah desa kecil, namun masyarakatnya telah memiliki karya yang tidak hanya ada di Indonesia namun telah sampai menembus pasar Internasional. Karya yang khas dari Desa Brajan ini adalah kerajinan bambu. Sebagian besar penduduknya memang bekerja sebagai pengrajin bambu. Awalnya jenis kerajinan yang dihasilkan tidak banyak jenisnya hanya berupa besek, wakul dan pincuk. Namun seiring perkembangan jaman, kerajinan mengalami diversifikasi hingga saat ini telah dapat menghasilkan kurang lebih 20 jenis kerajinan bambu.

Kerajinan bambu inilah yang membawa Desa Brajan menjadi lebih berkembang sampai saat ini diakui sebagai desa wisata. Wisatawan dapat berkunjung untuk mempelajari pembuatan karya-karya dari bambu sekaligus dapat membeli oleh-oleh hiasan maupun kerajinan dari bahan dasar bambu di Brajan. Selain kerajinan dari Bambu, Brajan juga memiliki kesenian yang dapat menjadi potensi wisata. Kesenian tersebut antara lain adalah Kesenian Kuntulan (Seni Religius Islami), Karawitan dan Slawatan serta Campursari. Dengan tinggal di desa wisata, para wisatawan diajak untuk merasakan eksotisme dan suasana yang alami pedesaan.

Desa Wisata Brajan memiliki potensi sebagai desa wisata syariah. Desa ini telah menerapkan nilai-nilai dalam agama Islam. Misalnya di dalam kamar penginapan tamu terdapat Al-Quran dan alat shalat, terdapat hiasan yang bernuansa islami, tersedia tanda dilarang merokok di kamar, tersedia buku doa, tersedia lembar nasehat keislaman serta tidak ada makanan atau minuman yang non halal. di dapur/*pantry* mengolah makanan dan minuman halal. Pihak pengelola akan memberikan informasi pada pengunjung desa wisata jika terdapat kegiatan bernuansa islami, memberikan informasi rumah makan/restoran yang halal, menyediakan Al-Quran, memberi ta'jil jika bulan ramadhan, menyediakan buku doa dan menyediakan bacaan islami atau motivasi.

Di ruang tunggu penginapan terdapat hiasan yang bernuansa islami berupa kaligrafi atau gambar ka'bah. Dalam waktu tertentu terdapat alunan musik/lagu religi dan atau tilawah Quran. Desa wisata ini bersedia diubah menjadi desa wisata syariah. Desa Wisata ini masih berpotensi rendah untuk dijadikan Desa Wisata Syariah.



**Tabel 10.12 Paket Wisata yang Ditawarkan oleh Desa Wisata Brajan**

No.	Nama Paket	Jenis	Harga/org
1	Paket wisata alam	Atraksi garap sawah	Rp 15.000
		Atraksi wiwitan/panen padi	Rp 10.000
		Tangkap ikan	Rp 15.000
		Olahraga sawah	Rp 5.000
2	Paket wisata kesenian	Paket belajar gamelan	Rp 10.000
		Paket belajar sholawatan	Rp 15.000
		Paket penyambutan kuntulan	Rp 15.000
3	Paket wisata kerajinan	Atraksi pewarna bamboo (Per Jam)	Rp 75.000
		Belajar menganyam bamboo (Per jam)	Rp 50.000
		Atraksi pembuatan kesenian bamboo	Rp 50.000
		Alat – alat (satu paket)	Rp. 50.000
		Tempat pelatihan	Rp 100.000
4	Paket wisata bancakan	Kelapa muda, pisang, kacang rebus cemplong	

**Tabel 10.13 Fasilitas yang Disediakan oleh Desa Wisata Brajan**

No.	Fasilitas	Harga
1	(3x makan + 1x snack) /hari	Rp 75.000 per orang
2	Sewa joglo	Rp 250.000 per paket
3	Sewa sound system	Rp 250.000 per paket
4	Tour guide	Rp 70.000 per orang
5	Kontribusi ke desa wisata	Rp 3.000 per orang
6	Sewa sepeda onthel	Rp 6.000 per trip

## 7. Desa Wisata Ketingan

Desa Wisata Ketingan terletak di Desa Tirtoadi, Kecamatan Mlati, Kabupaten Sleman. Desa yang terletak di Kabupaten Sleman ini dikenal pula sebagai desa wisata burung kuntul atau burung bangau. Desa yang menyimpan kekayaan fauna ini merupakan tempat pelestarian burung Blekok dan Kuntul yang saat ini populasinya mulai menurun karena banyaknya pembangunan perumahan disekitar desa.

Desa Wisata Ketingan ini menyuguhkan suasana pedusunan yang asri, pengunjung bisa bermain, melihat, memberi makan serta mendengar riuh bersahutan suara burung burung kuntul. Yang menjadi daya tarik dari desa fauna ini adalah keramahan dan kepedulian warga

akan burung kuntul ini. Warga Dusun Ketingan sudah terbiasa dengan ribuan burung kuntul yang ada didesa mereka.

Desa ketinggian ini menjadi hunian yang nyaman bagi kuntul, pada pagi dari sampai siang kumpulan burung kuntul ini terbang mencari makan dipersawahan sekitar Desa Ketingan, mereka mencari makan sambil menemani warga bertani biasanya kuntul banyak dijumpai ketika ada petani yang sedang membajak sawah. Jadi waktu yang pas untuk menikmati burung kuntul diketingan ini dipagi hari dan sore hari. Pada malam hari saat bulan purnama, kita juga disuguhi pemandangan yang menakjubkan dari burung kuntul yang berterbangan diatas desa ketinggian ini. Selain menyaksikan koloni burung kuntul beserta habitatnya, wisatawan yang berkunjung dapat juga belajar hidup di pedesaan Ketingan seperti belajar bertani, gejog lesung dan lain sebagainya. Desa Wisata Ketingan juga menyajikan berbagai pertunjukkan seperti Merti Bumi yang hanya digelar setahun sekali.

Desa Wisata Ketingan memiliki potensi sebagai desa wisata syariah. Ini karena pihak pengelola telah menerapkan nilai-nilai Islam di beberapa aspek seperti di dalam toilet dan kamar mandi tamu maupun karyawan tersedia penyekat urinoir satu dengan yang lain untuk menjaga pandangan dan tersedia peralatan praktis untuk bersuci. Di kamar tidur tamu terdapat alat shalat dan Al-Quran. Ruang ibadah dalam keadaan terawat dan bersih, alat shalat dalam keadaan baik dan terawat, tersedia sirkulasi udara yang baik seperti kipas angin atau alat pendingin lainnya, tersedia pencahayaan yang cukup terang, tersedia tempat wudhu yang bersih dan terawat, dan tersedia instalasi air bersih untuk wudhu.

Pihak pengelola bersedia memberikan informasi mengenai masjid terdekat dan jadwal waktu shalat, memberikan pilihan makanan dan minuman halal, dan menyediakan makanan sahur dan ta'jil ketika ramadhan. Pihak pengelola memiliki dan menerapkan sistem jaminan halal. Bahkan dapurnya hanya untuk mengolah makanan dan minuman halal. Dalam memulai komunikasi, pihak pengelola membiasakan diawali dengan mengucapkan salam. Apabila menggunakan musik hidup atau musik rekaman harus tidak bertentangan dengan nilai dan etika seni dalam islam.

Dalam program pengembangan kompetensi sumber daya manusia di desa wisata ini tetap yang bermuatan islam. Bahkan khusus karyawati muslimah menggunakan seragam yang sesuai dengan cara berpakaian wanita dalam islam. Desa wisata ini bersedia diubah menjadi desa wisata syariah. Desa Wisata ini masih berpotensi rendah untuk dijadikan Desa Wisata Syariah.

**Tabel 10.14 Paket Wisata yang Ditawarkan oleh Desa Wisata Ketingan**

No	Nama Paket	Harga
1	Homstay + Makan	Rp 75.000
2	Bajak Sawah dg Sapi	Rp 350.000
3	Angler + Wiwit	Rp 200.000
4	Jogsung + Pokbung	Rp 250.000
5	Jathilan	Rp 3.000.000
6	Outbond	Rp 15.000/org

**Tabel 10.15 Fasilitas yang Ditawarkan oleh Desa Wisata Ketingan**

No	Fasilitas
1	Homestay
2	Situs Mbah Celeng
3	Masjid
4	Gardu pengamatan burung
5	Kegiatan Pertanian
6	Seni Pertunjukan

## 8. Desa Wisata Mlangi

Dusun Mlangi adalah salah satu dusun yang ada wilayah Desa Nogotirto Kecamatan Gamping Kabupaten Sleman dengan luas kurang lebih 34.4371 ha yang terdiri dari 8 Rukun Tangga (RT) 2 Rukun Warga (RW) dan satu Komplek Perumahan (Mulai tahun 1991) yang juga dikenal sebagai kampung Islam yang memiliki sejarah yang panjang. Cikal bakal dusun ini adalah dari Kyai Nur Iman, menurut buku kecil sejarah Kyai Nur Iman beliau adalah putra dari R. Suryo Putro yang merupakan putra sulung dari Kanjeng Susuhuna Pakubuwono 1. Pada saat adanya perang saudara di Kasunanan Kartosuro sehingga memunculkan perjanjian Giyant yang menimbulkan dibaginya kraton menjadi 2 yaitu Kasunanan Surakarta dan Kasultanan Ngayogyakarta, beliau memilih merantau dan menjadi ulama. Setelah perang berakhir beliau diminta pulang ke Kraton namun beliau memilih untuk tinggal di Yogyakarta namun di luar kraton. Kemudian Kyai Nur Iman mendirikan tempat Pamulangan (tempat untuk memberi pelajaran) atau "Mulangi" kemudian untuk lebih mudahnya diucapkan "Mlangi".

Berbeda dengan wisata lain pada umumnya yang menjadi andalan desa wisata biasanya panorama alam, lahan pertanian aktivitas pengolahan pertanian/kerajinan dan lain-lain, maka lain halnya dengan Mlangi, yang menjadi andalan kegiatan desa wisata adalah adanya Masjid dan Makam Kyai Nur Iman. Dua tempat inilah yang menjadi

magnet utama bagi para pengunjung yang kebanyakan peziarah. Selain kedua tempat tersebut, yang menjadi daya tarik lain di Mlangi adalah suasana yang Islami di lokasi tersebut. Warga masyarakat dan para santri dengan pakaian khasnya (sarung, peci/kopiah, jilbab) dapat kita jumpai di berbagai sudut perkampungan. Selain itu selalu terdengar sayup-sayup orang membaca Kitab Al-Quran di pondok-pondok pesantren, sehingga memang sangat mengesankan sebuah perkampungan santri.

Alasan mengapa Desa Wisata Mlangi dapat dijadikan potensi Desa Wisata Syariah karena sebagian besar sudah menerapkan nilai-nilai Islam di berbagai aspek. Misalnya di ruang tunggu (*lobby*) tersedia bacaan yang islami dan atau memiliki pesan moral berupa majalah, tabloid, dan buku keislaman serta buku dan majalah motivasi. Baik di ruang tunggu maupun kamar tidur tamu terdapat hiasan bernuansa islami seperti kaligrafi atau ka'bah. Di dalam kamar tidur tamu tersedia alat shalat. Pihak pengelola memberikan informasi kegiatan yang bernuansa islami (jika ada), menyediakan buku doa, menyediakan lembar motivasi harian muslim, menyediakan layanan konsultasi keislaman dengan Dewan Pengawas Syariah dengan melakukan perjanjian terlebih dahulu, terdapat alunan musik/lagu religi dan atau tilawah Quran pada waktu tertentu.

Desa Wisata Mlangi tidak menerima pasangan bukan mahram dan diinformasikan secara tertulis. Di dalam toilet dan kamar mandi tamu maupun karyawan tersedia penyekat uripir satu dengan yang lain untuk menjaga pandangan dan tersedia peralatan praktis untuk bersuci. Di ruang tidur tamu tersedia sajadah, jadwal sholat secara tertulis, Al-Quran, makanan dalam kemasan dan minuman yang berlogo halal, bahkan tidak tersedia akses untuk pornografi dan tindakan asusila dalam bentuk apapun. Dapur/*pantry* hanya akan mengolah makanan dan minuman halal.

Untuk ruang ibadah tersedia ruangan, tempat wudhu dan perlengkapan shalat yang bersih dan terawat, sirkulasi udara yang baik, pencahayaan yang cukup terang, *sound system* untuk mengumandangkan adzan yang dapat didengar di seluruh area penginapan, tempat wudhu pria dan wanita terpisah, air bersih untuk wudhu, dan tidak ada ornamen baik berupa patung maupun lukisan yang mengarah pada kemusyrikan dan pornografi.

Pihak pengelola akan melakukan seleksi terhadap tamu yang datang berpasangan, memberikan informasi masjid terdekat, memberikan informasi jadwal shalat, memberikan informasi restoran/rumah makan halal. Di desa wisata ini juga tidak menyediakan makanan dan minuman non halal namun menyediakan makanan ta'jil dan sahur ketika bulan

Ramadhan bagi tamu. Di dapur/*pantrny* mengolah minuman dan makanan halal. Di sini terdapat fasilitas olahraga, rekreasi, kolam renang dan *outbound* yang dalam penggunaan waktu dan instruktur dibedakan sesuai jenis kelamin.

Di Desa Wisata Mlangi tidak terdapat hiburan yang mengarah ke pornografi dan pornoaksi serta perbuatan asusila dan apabila menggunakan musik sesuai dengan nilai dan etika seni. Organisasi di sini, memiliki struktur organisasi yang mengakomodasi Dewan Pengawas Syariah, memiliki *standard operating procedur* (SOP) penginapan syariah, memiliki pernyataan tertulis yang menyatakan usaha dikelola secara syariah, memiliki dan menerapkan sistem jaminan halal, program pengembangan sumber daya manusia bermuatan islam, dan menerapkan nilai-nilai keislaman lainnya seperti dalam berbusana, berkomunikasi dan lain-lain. Desa Wisata Mlangi bersedia untuk diubah menjadi Desa Wisata Syariah. Desa Wisata ini berpotensi tinggi untuk dijadikan Desa Wisata Syariah.

## 9. Desa Wisata Trumpon

Dusun Salam - Trumpon merupakan sebuah tempat wisata agrotourism di lereng Gunung Merapi yang menawarkan sebuah panorama keindahan alam dan hamparan perkebunan salak pondoh yang tertata indah. Di sekitar obyek tersebut terdapat fasilitas gardu pandang dengan bangunan bertingkat tiga yang memungkinkan pengunjung untuk melihat panorama Gunung Merapi, Gunung Merbabu, Gunung Menoreh, Gunung Sumbing serta pegunungan pantai selatan. Letaknya yang berada di kaki sebuah gunung paling aktif di dunia memungkinkan pengunjung untuk menghirup udara yang sejuk, bersih dan sehat.

Kondisi jalan menuju desa wisata ini sudah cukup bagus dari berbagai arah dari luar kota Sleman. Bagi wisatawan yang berkunjung, disediakan sejumlah paket wisata menarik mulai dari masuk kebun, memetik dan makan salak sepuasnya di kebun dll. Bagi mereka yang tertarik untuk menginap, penduduk Trumpon juga menyediakan home stay yang siap untuk dipergunakan. Selain dapat menikmati salak, wisatawan juga dapat menikmati hiburan lain seperti kesenian tradisional, paket memancing, paket *trakking*, paket *outbound*, hingga paket pelatihan budidaya salak Pondoh.

Nilai-nilai keislaman yang diterapkan oleh Desa Wisata Trumpon merupakan potensi sebagai desa wisata syariah. Penerapannya seperti di dalam kamar tidur tamu tersedia alat sholat dan Al-Quran. Dapur/*pantry* mengolah makanan dan minuman halal. Tersedia tempat bersuci yang baik, tertutup untuk menjaga pandangan, tempat wudhu dan ibadah terpisah bagi pria dan wanita untuk tamu maupun pengelola.

Pihak pengelola memberikan informasi kegiatan yang bernuansa islami (jika ada), memberikan informasi restoran/rumah makan halal, menyediakan Al-Quran, menyediakan ta'jil pada bulan ramadhan, terdapat hiasan bernuansa islami seperti kaligrafi atau gambar ka'bah, menyediakan layanan konsultasi keislaman dengan Dewan Syariah dengan perjanjian terlebih dahulu, dan terdapat alunan musik/lagu religi dan atau tilawah Quran pada waktu tertentu. Desa Wisata ini berpotensi sedang untuk dijadikan Desa Wisata Syariah.

#### **10. Desa Wisata Tunggal Arum**

Desa Wisata Tunggal Arum berada di kawasan lereng barat Merapi, tepatnya terletak di Padukuhan Tunggal Arum, Desa Wonokerto Kecamatan Turi, Sleman. Desa ini menyajikan wisata panorama Merapi, hutan konservasi dengan aneka flora dan faunanya, serta wisata ritual yang merupakan tempat legenda dan sakral, seperti : Gua Semar, Kedung Cuwo, Sendang Pancuran, Pring Wali, Batu Taunggang. Upacara adat Mertibumi selalu diselenggarakan pada bulan sapar di petilasan kapten Haryadi. Merti Bumi yaitu sebuah kegiatan kirab pusaka dan kenduri bersama dengan tumpengan dan dawet cuwo. Gedung pertemuan dengan atap joglo berupa ruangan terbuka (aula) menjadi fasilitas desa wisata ini dengan bentuk kuncungan dan pilar penyangga. Monumen Tunggal Arum berbentuk tugu bambu runcing di atas pondasi segi empat dengan bintang sebagai dasar berdirinya bambu runcing. Sementara itu relief senjata dan topi tentara menghiasi dinding.

Desa Wisata Tunggal Arum memiliki potensi sebagai desa wisata syariah. Desa ini telah menerapkan nilai-nilai dalam agama Islam. Misalnya di dalam kamar penginapan tamu terdapat Al-Quran dan alat shalat serta tidak ada makanan atau minuman yang non halal. Di dapur/*pantry* mengolah makanan dan minuman halal. Di sini kamar mandi maupun toilet memiliki peralatan praktis untuk bersuci dan tertutup baik bagi tamu maupun karyawan.

Ruang ibadahnya memiliki pembatas bagi area shalat pria dan wanita, tempat wudhunya juga terpisah bagi pria maupun wanita, dan tersedia saluran pembuangan air bekas wudhu dengan kondisi baik. Pihak pengelola melakukan seleksi bagi tamu yang datang berpasangan, memberikan informasi kegiatan islam (bila ada), memberikan informasi rumah makan/restoran yang halal, menyediakan Al-Quran, dan memberi ta'jil jika bulan ramadhan. Desa Wisata ini berpotensi sedang untuk dijadikan Desa Wisata Syariah.

## 11. Desa Wisata Tanjung

Desa Wisata Tanjung terletak di Donoharjo, Ngaglik, Sleman, Yogyakarta atau sekitar 5 kilometer menuju sebelah utara Monumen Jogja Kembali. Di desa tersebut terdapat rumah joglo serta pendopo yang dapat menampung ratusan orang. Tiang penyangga dari bangunan tersebut terbuat dari kayu nangka yang telah berumur cukup tua sekitar 200 tahun. Sebagian besar masyarakatnya bekerja sebagai petani membuat kegiatan dan aktivitas tradisional yang dapat dipelajari di Desa Wisata Tanjung ini adalah bertani dan memasak. Disamping itu terdapat kesenian musik tradisional serta membatik yang dapat menjadi potensi wisata desa wisata Tanjung.

Desa Wisata Tanjung merupakan salah satu potensi untuk dijadikan desa wisata syariah. Di desa wisata ini telah menerapkan toilet/kamar mandi yang memiliki peralatan bersuci secara praktis dan tertutup. Di kamar tidur tamu terdapat alat shalat, hiasan kamar bernuansa islami seperti kaligrafi atau gambar ka'bah, dan tidak tersedia akses untuk pornografi dan tindakan asusila dalam bentuk apapun. Ruang ibadahnya dalam kondisi terawat, tersedia perlengkapan shalat yang baik, tersedia sirkulasi udara yang baik berupa kipas angin atau alat pendingin lainnya, tersedia pencahayaan yang cukup terang, tersedia tempat wudhu dalam kondisi bersih dan terawat, dan tersedia instalasi air bersih untuk wudhu.

Pihak pengelola juga bersedia memberikan informasi masjid terdekat dengan tempat penginapan, memberikan informasi waktu shalat, menyediakan perlengkapan shalat yang bersih dan terawat, menyediakan makanan dan minuman yang halal, memberikan informasi kegiatan bernuansa islami (bila ada), menyediakan buku doa, dan menyediakan makanan sahur ketika ramadhan. Di sini tidak terdapat hiburan yang mengarah pada pornografi dan pornoaksi serta tindakan asusila. Apabila menggunakan musik hidup atau musik rekaman harus tidak bertentangan dengan nilai dan etika seni dalam islam. Bahkan pada waktu tertentu terdapat alunan musik/lagu religi dan atau tilawah Qur'an pada waktu tertentu. Manajemen usaha yang dimiliki dan diterapkan oleh desa wisata ini adalah sistem jaminan halal. Untuk sumber daya manusianya menggunakan pakaian yang sopan. Desa Wisata ini berpotensi sedang untuk dijadikan Desa Wisata Syariah.

**Tabel 10.16 Paket wisata yang Ditawarkan oleh Desa Wisata Tanjung**

NO	PAKET WISATA	SATUAN	TARIF (Rp)
1	Menginap & 3x makan	Orang/hari	Rp 65.000
2	Belajar mengolah tanah	Orang	Rp 15.000
3	Belajar membuat	Orang	Rp 25.000
4	Belajar karawitan	Orang	Rp 12.500
5	Belajar memasak tradisional	Orang	Rp 10.000
6	Belajar kesenian jathilan	Orang	Rp 10.000
7	Belajar kesenian angguk	Orang	Rp 10.000
8	Belajar kesenian pekbung	Orang	Rp 10.000
9	Belajar tari jawa	Orang	Rp 10.000
10	Belajar dolanan anak	Orang	Rp 10.000
11	Pentas jathilan	Event	Rp 600.000
12	Pentas pekbung	Event	Rp 400.000
13	Pentas karawitan	Event	Rp 500.000
14	Pentas sholawatan	Event	Rp 250.000
15	Pentas hadroh	Event	Rp 250.000

Ket : Minimal 10 Orang

## 12. Desa Wisata Sangubanyu

Desa Wisata Sangubanyu terletak di Sumberagung, Moyudan, Sleman, Yogyakarta yang berjarak sekitar 20 km kearah barat dari pusat Kota Yogyakarta. Desa ini memiliki suasana pedesaan yang nyaman sehingga dapat menjadi lokasi refreasing bagi wisatawan. Namun keistimewaan dari Desa Wisata Sangubanyu ini tidak hanya suasana yang alami tersebut melainkan pada kerajinan tenunnya yang telah terkenal. Desa ini memang terkenal dengan sentra perajin tenun, dengan alat tenun bukan mesin (ATBM) sehingga masih menggunakan cara tradisional. Sebagian besar masyarakatnya juga bekerja sebagai pengerajin tenun.

Desa ini telah menghasilkan berbagai macam kerajinan tenun mulai dari sarung bantal, taplak meja sampai gordyn. Hasil kerajinannya tidak hanya dinikmati oleh pasar Yogyakarta melainkan telah mencapai seluruh Indonesia bahkan telah ada yang telah di ekspor hingga mancanegara. Potensi wisata inilah yang kemudian dikembangkan oleh masyarakat sekitar untuk disajikan menjadi desa wisata. Para wisatawan diperbolehkan untuk berkunjung dan melihat serta belajar cara pembuatan batik tenun yang khas dari desa Sangubanyu. Desa wisata ini dapat dijadikan alternatif wisata tradisional bagi wisatawan yang tertarik mengetahui lebih dalam mengenai cara pembuatan kerajinan Tenun tanpa mesin.



Desa Wisata Sangubanyu telah menerapkan nilai-nilai keislaman dalam mengelola desa wisatanya. Hal ini dapat dijadikan salah satu potensi sebagai desa wisata syariah. Yang sudah diterapkan seperti di kamar tidur tamu tersedia Al-Qur'an, alat shalat, jadwal shalat secara tertulis, dan makanan serta minuman yang berlogo halal. Di dapur/*pantry* hanya mengolah makanan halal. Tersedia peralatan bersuci yang praktis dan tertutup di toilet dan kamar mandi baik untuk tamu maupun karyawan. Area shalat untuk pria dan wanita dipisah/diberi pembatas. Begitu pula dengan tempat wudhunya. Tersedia saluran pembuangan air bekas wudhu dengan baik. Ruangan ibadahnya bersih dan terawat, tersedia perlengkapan shalat yang baik dan terawat, sirkulasi udaranya baik, tersedia pencahayaan yang cukup terang, tempat wudhunya dalam kondisi bersih dan terawat, dan tersedia instalasi air bersih untuk berwudhu.

Pihak pengelola bersedia memberikan informasi mengenai kegiatan yang bernuansa islami (jika ada), memberikan informasi rumah makan/restoran halal, menyediakan Al-Quran dan perlengkapan shalat, menyediakan makanan sahur dan ta'jil di bulan ramadhan, menyediakan informasi secara tertulis yang menyatakan bahwa tidak menerima pasangan bukan mahram sehingga dapat menyeleksi tamu yang datang berpasangan, memberikan informasi masjid terdekat, memberikan informasi jadwal waktu shalat, dan dalam berkomunikasi diawali dengan mengucapkan salam. Desa Wisata Sangubanyu bersedia diubah menjadi desa wisata syariah. Desa Wisata ini berpotensi sedang untuk dijadikan Desa Wisata Syariah.

### **13. Desa Wisata Kemirikebo**

Langit seakan menyerpih menjadi buliran-buliran bening yang segar di Dusun Kemirikebo yang menawarkan sejuta keindahannya. Hawa dingin sepanjang hari memberikan suasana khas pedesaan lereng Merapi. Keramahan penduduk lokal menyapa hangat ketika mulai melangkahkan kaki masuk kedalam perkampungan warga yang asri. Tempat ini sangat cocok untuk sejenak melepas kepenatan dari hiruk pikuk keramaian kota yang melelahkan. Tempat ini berada di Dusun Kemirikebo, Desa Girikerto, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta.

Desa Wisata Kemirikebo memiliki potensi untuk dijadikan desa wisata syariah. Misalnya di toilet maupun kamar mandi memiliki peralatan praktis untuk bersuci dan tertutup bagi tamu maupun karyawan. Di dalam kamar tidur tamu tersedia peralatan shalat, tersedia tanda dilarang merokok di kamar, tersedia buku doa, tersedia lembar nasehat keislaman dan bernuansa islami seperti terdapat gambar kaligrafi, masjid atau ka'bah. Tersedia dapur khusus yang mengolah makanan dan minuman yang halal yang terpisah dengan dapur biasa. Ruangan

ibadahnya dalam kondisi bersih dan terawat, tersedia perlengkapan shalat yang baik dan terawat, tersedia sirkulasi udara yang baik seperti kipas angin atau alat pendingin lainnya, tersedia pencahayaan yang cukup terang, tersedia tempat wudhu yang bersih dan terawat, dan tersedia instalasi air bersih untuk berwudhu.

Pihak pengelola bersedia untuk memberikan informasi masjid terdekat dengan tempat penginapan, memberikan informasi jadwal waktu shalat, menyediakan perlengkapan shalat yang bersih dan terawat, memberikan informasi kegiatan islami jika ada, menyediakan buku doa, menyediakan lembar motivasi harian muslim, dapat berkonsultasi keislaman dengan dewan pengawas syariah dengan melakukan perjanjian terlebih dahulu dan menyediakan makanan dan minuman halal. Bahkan ketika bulan ramadhan, pihak pengelola bersedia untuk menyediakan makanan sahur. Untuk fasilitas hiburan, pihak pengelola membatasi. Apabila menggunakan musik hidup atau musik rekaman harus tidak bertentangan dengan nilai dan etika seni dalam islam. Dalam waktu tertentu terdapat alunan musik/ lagu religi dan atau tilawah Qur'an. Untuk manajemen usaha, pihak pengelola memiliki dan menerapkan sistem jaminan halal.

Dalam mengelola sumber daya manusia, pihak pengelola harus selalu berpakaian sopan. Di ruang tunggu penginapan tersedia bacaan yang islami dan atau memiliki pesan moral serta terdapat hiasan bernuansa islami seperti kaligrafi atau gambar ka'bah. Desa wisata ini bersedia diubah menjadidi desa wisata syariah. Desa Wisata ini berpotensi tinggi untuk dijadikan Desa Wisata Syariah.

#### **14. Desa Wisata Pancoh Girikerto**

Padukuhan Pancoh Desa Girikerto memiliki Potensi Desa Wisata yang sangat menarik. Masyarakat Padukuhan Pancoh menawarkan liburan pedesaan (Ekowisata) yang menarik, hangat dan ramah. Potensi Budaya dan Alam yang menarik dapat mengembangkan dan menambah Pengetahuan dan Cinta terhadap Negara Indonesia kita. Desa Wisata Pancoh Girikerto memiliki beberapa potensi wisata yang meliputi embung, sungai alami, persawahan, kandang komunal, kandang puyuh, kebun daun potong, kebun salak, gedung londho, kolam ikan serta beberapa fasilitas penunjang seperti homestay, seni budaya, kerajinan dan lain sebagainya.

Desa Wisata Pancol Girikerto telah menerapkan sebagian nilai-nilai keislaman dalam mengelola desa wisatanya. Hal ini dapat dijadikan salah satu potensi sebagai desa wisata syariah. Yang sudah diterapkan seperti di kamar tidur tamu tersedia Al-Qur'an, alat shalat, jadwal shalat secara

tertulis, dan tidak tersedia akses untuk pornografi dan tindakan asusila dalam bentuk apapun. Di dapur/*pantry* hanya mengolah makanan halal. Tersedia peralatan bersuci yang praktis dan tertutup di toilet dan kamar mandi untuk karyawan maupun tamu. Namun untuk toilet umum tidak demikian. Area shalat untuk pria dan wanita dipisah/diberi pembatas. Begitu pula dengan tempat wudhunya. Tersedia saluran pembuangan air bekas wudhu dengan baik. Ruang ibadahnya bersih dan terawat, tersedia perlengkapan shalat yang baik dan terawat, sirkulasi udaranya baik, tersedia pencahayaan yang cukup terang, tersedia *sound system* untuk mengumandangkan adzan yang dapat didengar di seluruh area penginapan, tempat wudhunya dalam kondisi bersih dan terawat, dan tersedia instalasi air bersih untuk berwudhu.

Pihak pengelola bersedia memberikan informasi mengenai kegiatan yang bernuansa islami (jika ada), menyediakan jadwal shalat, menyediakan Al-Quran dan perlengkapan shalat, menyediakan makanan sahur dan ta'jil di bulan ramadhan, tidak menyediakan minuman beralkohol, memberikan informasi masjid terdekat dari penginapan, dan dalam berkomunikasi diawali dengan mengucap salam. Di desa wisata ini terdapat kolam di dalam ruangan yang terhindar dari pandangan umum. Untuk olah raga, rekreasi dan *outbound* menggunakan penganturan waktu penggunaan yang berbeda bagi pria dan wanita. Instruktur yang memandu pun disesuaikan dengan jenis kelaminnya. Dalam memajemen usahanya, pihak pengelola memiliki dan menerapkan sistem jaminan halal. Khusus karyawati muslimah menggunakan seragam sesuai dengan tata cara berpakaian wanita dalam islam. Desa Wisata ini berpotensi sedang untuk dijadikan Desa Wisata Syariah.

**Tabel 10.17 Paket Wisata yang Ditawarkan oleh Desa Wisata Pancoh Girikerto**

No	Rincian Paket	Harga
1	Jalan, Embung, Permainan,	Rp 25.000,-
2	Jalan, Tracking Susur Sungai, Embung	Rp 30.000,-
3	Jalan, Kebun Salak, Kandang Komunal, Permainan,	Rp 45.000,-
4	Jalan, Embung, Kebun Bunga, Permainan,	Rp 50.000,-
5	Jalan, Kandang Komunal, Sawah, Embung, Permainan,	Rp 50.000,-

Tabel 10.18 Fasilitas yang Ditawarkan oleh Desa Wisata Pancoh Girikerto

Fasilitas	
1	Kurang lebih 10 rumah penduduk untuk homestay
2	Kamar tidur yang disediakan disetiap rumah homestay maksimal kamar 2
3	Kamar mandi tersedia di homestay maksimal 2 kamar mandi

### 15. Desa Wisata Pulesari

Desa wisata Pulesari terletak di dusun Pulesari desa Wonokerto, Kecamatan Turi, Kabupaten Sleman. Yang mempunyai batas wilayah disebelah utara dusun ledok lempung, sebelah timur Arjosari sebelah selatan dusun Kopen dan sebelah barat berbatasan dengan desa Bangunkerto, dusun wonosari. Desa Wisata Pulesari merupakan kawasan pedesaan yang memiliki karakteristik yang kemudian berpotensi dikembangkan untuk menarik pengunjung. Karakteristik desa tersebut dikemas lebih menarik guna menjadi tujuan wisata.

Desa ini menyajikan sebuah Wisata Nuansa Alam dan Budaya Tradisi dalam artian Desa yang mempunyai potensi alam yang luar biasa sehingga perlu kita manfaatkan sewajarnya dan perlu dilestarikan agar lebih baik lagi, kemudian Budaya Tradisi merupakan wujud dari Desa ini untuk selalu melestarikan Nilai-nilai Budaya yang ada di masyarakat agar tidak punah ditelan jaman moderenisasi ini. Desa Wisata Pulesari memiliki beberapa keunggulan karena memiliki potensi wisata menarik. Anda dapat berkunjung kesana dan menikmati keindahan desa tersebut. Kelebihan dari desa ini antara lain memiliki objek wisata goa sejarah, traking sungai, kerajinan, wisata kebun salak, seni budaya, wisata perikanan, wisata kuliner, dan *home stay* Desa Wisata Pulesari memiliki potensi untuk dijadikan desa wisata syariah. Misalnya di toilet maupun kamar mandi memiliki peralatan praktis untuk bersuci dan tertutup bagi tamu maupun karyawan. Di dalam kamar tidur tamu tersedia peralatan shalat, tersedia buku doa, dan bernuansa islami seperti terdapat gambar kaligrafi, masjid atau ka'bah. Ruangan ibadahnya dalam kondisi bersih dan terawat, tersedia perlengkapan shalat yang baik dan terawat, tersedia sirkulasi udara yang baik seperti kipas angin atau alat pendingin lainnya, tersedia pencahayaan yang cukup terang, tersedia tempat wudhu yang bersih dan terawat, dan tersedia instalasi air bersih untuk berwudhu.

Pihak pengelola bersedia untuk memberikan informasi masjid terdekat dengan tempat penginapan, memberikan informasi jadwal waktu shalat, menyediakan perlengkapan shalat yang bersih dan terawat, menyediakan buku doa, dan menyediakan makanan dan minuman halal. Bahkan ketika bulan ramadhan, pihak pengelola

bersedia untuk menyediakan makanan sahur. Untuk fasilitas hiburan, pihak pengelola membatasi. Apabila menggunakan musik hidup atau musik rekaman harus tidak bertentangan dengan nilai dan etika seni dalam Islam. Dalam waktu tertentu terdapat alunan musik/lagu religi dan atau tilawah Qur'an. Untuk manajemen usaha, pihak pengelola memiliki dan menerapkan sistem jaminan halal.

Dalam mengelola sumber daya manusia, pihak pengelola harus selalu berpakaian sopan. Di ruang tunggu penginapan tersedia bacaan yang islami dan atau memiliki pesan moral serta terdapat hiasan bernuansa islami seperti kaligrafi atau gambar ka'bah. Desa wisata ini bersedia diubah menjadi desa wisata syariah. Desa Wisata ini berpotensi sedang untuk dijadikan Desa Wisata Syariah.

**Tabel 10.19 Paket wisata yang Ditawarkan oleh Desa Wisata Pulesari**

No	Nama Paket	Rincian	Harga/Org
1	Paket Tradisi	Tracking sungai, Outbond 5 permainan, Makan dan minum 3x + snack, Menginap di homestay	Rp. 80.000,-
2	Paket Tradisi II	Tracking sungai, Outbond 5 permainan, Makan dan minum 3x + snack, Menginap di homestay, bermain gamelan, belajar budidaya salak, paket kebun	Rp. 95.000,-

**Tabel 10.20 Paket Kuliner yang Ditawarkan oleh Desa Wisata Pulesari**

No	Nama Paket	Komposisi Makanan	Harga/5 Org
1	Paket Hamer (Harga Rakyat)	nasi biasa, sayur asam, Jipang, pepaya dan dong jendal/daun singkong), lauk berupa ikan , ayam dan tahu tempe, minumannya Teh, Jeruk baik panas maupun dingin	Rp. 75.000
2	Paket Hadang (Harga sedang)	nasi biasa, sayur asam, oseng, gudeg, Jipang, pepaya dan dong jendal/daun singkong), lauk berupa ikan , ayam dan tahu tempe, minumannya Teh, Jeruk, Kopi, Susu, Jaeser baik panas maupun dingin, snack berupa Kimpul, uwi, telo dan wingko	Rp 100.000
3	Paket Hajar (Harga wajar)	nasi biasa/uduk, sayur asam, oseng, gudeg, Jipang, pepaya dan dong jendal/daun singkong), Lalapan kemangi, kubis, timun, lauk berupa ikan pepes bakar/goreng, ayam dan tahu tempe, sambal tomat, trasi atau tempe penyet, minumannya Teh, Jeruk , Kopi, Susu, Jaeser baik panas maupun dingin, snack berupa Kimpul, uwi, telo dan wingko, buah buahan.	Rp. 125.000

**Tabel 10.21 Fasilitas yang Ditawarkan oleh Desa Wisata Pulesari**

No	Fasilitas	
	Gratis	Berbayar
1	Masjid	Sepeda Onthe
2	Mushola	Sewa Proyektor
3	Gardu Ronda	
4	Toilet	
5	Gardu Gedek	

Ket : Minimal 10 Orang

## 16. Desa Wisata Gabungan

Desa Wisata Gabungan adalah sebuah desa wisata yang terletak di Dusun Gabungan, Donokerto, Turi, Sleman, Yogyakarta yang merupakan sebuah desa yang terkenal dengan perkebunan salak pondohnya. Perkebunan salak pondoh ini menjadi daya tarik sekaligus potensi wisata yang dimiliki oleh Desa Wisata Gabungan. Selain dari perkebunan salak pondoh, sebagian wilayah desa ini juga dimanfaatkan untuk areal perikanan. Dengan nuansa pedesaan yang asri dan hawa yang sejuk maka dusun ini sangat menarik di kunjungi untuk belajar tentang perkebunan salak ataupun budidaya ikan.

Disamping potensi wisata yang berupa perkebunan salak pondoh dan perikanan, desa wisata Gabungan memiliki berbagai jenis kesenian dan budaya yang masih dilestarikan oleh masyarakat sekitar. Kesenian dan budaya tersebut diantaranya adalah jathilan, karawitan, wayang kulit serta ketoprak yang dapat dinikmati oleh para wisatawan pada waktu-waktu tertentu. Makanan khas dari desa ini juga cukup menarik untuk dijadikan oleh-oleh para wisatawan. Makanan khas tersebut diantaranya terdapat Salak, dodol salak, megono, dan jenang salak.

Desa Wisata Gabungan telah menerapkan nilai-nilai keislaman dalam mengelola desa wisatanya. Hal ini dapat dijadikan salah satu potensi sebagai desa wisata syariah. Yang sudah diterapkan seperti di kamar tidur tamu tersedia Al-Qur'an, alat shalat, jadwal shalat secara tertulis, dan makanan serta minuman yang berlogo halal. Di dapur/*pantry* hanya mengolah makanan halal. Tersedia peralatan bersuci yang praktis dan tertutup di toilet dan kamar mandi baik untuk tamu maupun karyawan. Area shalat untuk pria dan wanita dipisah/diberi pembatas. Begitu pula dengan tempat wudhunya. Tersedia saluran pembuangan air bekas wudhu dengan baik. Ruangannya ibadah bersih dan terawat, tersedia perlengkapan shalat yang baik dan terawat, sirkulasi udaranya baik, tersedia pencahayaan yang cukup terang, tempat wudhunya dalam kondisi bersih dan terawat, dan tersedia instalasi air bersih untuk berwudhu.

Pihak pengelola bersedia memberikan informasi mengenai kegiatan yang bernuansa islami (jika ada), memberikan informasi rumah makan/restoran halal, menyediakan Al-Quran dan perlengkapan shalat, menyediakan makanan sahur dan ta'jil di bulan ramadhan, menyediakan informasi secara tertulis yang menyatakan bahwa tidak menerima pasangan bukan mahram sehingga dapat menyeleksi tamu yang datang berpasangan, memberikan informasi masjid terdekat, memberikan informasi jadwal waktu shalat, dan dalam berkomunikasi diawali dengan mengucap salam. Desa Wisata Gabungan bersedia diubah menjadi desa wisata syariah. Desa Wisata ini berpotensi sedang untuk dijadikan Desa Wisata Syariah.

**Tabel 10.22 Paket wisata yang Ditawarkan oleh Desa Wisata Gabungan**

No	Rincian Paket	Harga	Keterangan
1	Menginap tinggal bersama penduduk 3 kali makan	Rp.45.000/orang	
2	Berlatih/bertani :menanam padi, membajak, nggaru	Rp 10.000/orang	Minimal 10 orang
3	Masuk kebun salak makan sepuasnya	Rp7.500/orang	
4	Menyaksikan kesenihan jathilan	Rp300.000/orang	
5	Latihan karawitan	Rp.5.000/orang	Sekali berlatih
6	Latihan menari	Rp.5.000/orang	Sekali berlatih

### 17. Desa Wisata Malangan

Panorama Desa Wisata Malangan pada pagi dan sore hari sangatlah indah, dengan udara yang sejuk dan hembusan angin yang sepoi-sepoi ditepi hamparan sawah tampak hamparan tanaman padi seperti permadani dan beberapa orang petani sedang menggarap sawahnya. Disamping kegiatan pertanian, wisatawan dapat menyaksikan secara langsung proses pembuatan kerajinan anyaman bambu, baik di perusahaan yang sudah untuk export, juga di rumah-rumah penduduk yang merupakan home industri. Untuk menunjang sempurnanya kegiatan wisatawan, sekarang sudah dibangun pondok ikan di tepi dusun yang sekaligus dipinggir jalan raya Yogya-Kulon Progo, sehingga wisatawan tidak perlu susah-susah untuk mencari makan. Sambil menunggu makanan disiapkan wisatawan bisa memancing ikan dikolam yang sudah disediakan.

Desa Wisata Malangan memiliki potensi untuk dijadikan desa wisata syariah. Misalnya di toilet maupun kamar mandi memiliki peralatan praktis untuk bersuci dan tertutup bagi tamu maupun karyawan. Di dalam kamar tidur tamu tersedia peralatan shalat, tersedia tanda dilarang merokok di kamar, tersedia buku doa, tersedia lembar nasehat

keislaman dan bernuansa islami seperti terdapat gambar kaligrafi, masjid atau ka'bah. Tersedia dapur khusus yang mengolah makanan dan minuman yang halal yang terpisah dengan dapur biasa. Ruangan ibadahnya dalam kondisi bersih dan terawat, tersedia perlengkapan shalat yang baik dan terawat, tersedia sirkulasi udara yang baik seperti kipas angin atau alat pendingin lainnya, tersedia pencahayaan yang cukup terang, tersedia tempat wudhu yang bersih dan terawat, dan tersedia instalasi air bersih untuk berwudhu.

Pihak pengelola bersedia untuk memberikan informasi masjid terdekat dengan tempat penginapan, memberikan informasi jadwal waktu shalat, menyediakan perlengkapan shalat yang bersih dan terawat, memberikan informasi kegiatan islami jika ada, menyediakan buku doa, menyediakan lembar motivasi harian muslim, dan menyediakan makanan dan minuman halal. Bahkan ketika bulan ramadhan, pihak pengelola bersedia untuk menyediakan makanan sahur. Dalam mengelola sumber daya manusia, pihak pengelola harus selalu berpakaian sopan. Di ruang tunggu penginapan tersedia bacaan yang islami dan atau memiliki pesan moral serta terdapat hiasan bernuansa islami seperti kaligrafi atau gambar ka'bah. Desa wisata ini bersedia diubah menjadi desa wisata syariah. Desa Wisata ini berpotensi sedang untuk dijadikan Desa Wisata Syariah.

### **18. Desa Wisata Sendari**

Desa Sendari merupakan desa pengrajin kerajinan bambu selain Desa Cebongan. Mayoritas penduduknya berprofesi sebagai pengrajin. Kerajinan yang dihasilkan Desa Wisata Sendari adalah seperti lincak, tempat tidur, kursi, meja, gazebo, dan sebagainya. Selain itu Desa Wisata Sendari juga memiliki makanan khas, yaitu emping. Ada juga atraksi yang ditampilkan yaitu musik islami, jathilan, dan karawitan.

Kerajinan bambu Desa Sendari ini telah menembus pasar ekspor, seperti Belanda, Amerika, Arab Saudi, Italia, Perancis dan Jepang. Untuk menembus pasar ekspor ke seluruh negara-negara Asia serta Afrika, para perajin mengembangkan inovasi dan kreatifitas produknya diantaranya mebel indoor, lampu hias, sekat ruangan, dan gazebo (semacam bangunan rumah mini). Bahkan saat ini 90persen pemasaran justru ke luar negeri, sedangkan 10persen untuk dalam negeri. Harga yang ditawarkan tergantung dari ukuran, jenis bambu dan model dan tingkat kerumitannya.

Desa Wisata Sendari termasuk dalam beberapa kriteria sebagai desa wisata syariah. Sehingga dapat dijadikan sebagai desa wisata yang berpotensi sebagai desa wisata syariah. Toilet dan kamar mandi di



desa wisata ini tertutup dan terdapat peralatan praktis untuk bersuci. Di kamar mandi tamu tersedia alat shalat. Di ruang ibadah tersedia perlengkapan shalat yang baik dan terawat, tersedia pencahayaan yang terang, tersedia tempat wudhu yang bersih dan terawat, dan tersedia instalasi air bersih untuk wudhu.

Pihak pengelola desa wisata bersedia untuk memberikan informasi masjid terdekat dengan tempat penginapan, memberikan informasi kegiatan bernuansa islami (jika ada), menyediakan perlengkapan shalat yang bersih dan terawat, menyediakan makanan dan minuman yang halal. Apabila menggunakan musik hidup atau musik rekaman harus tidak bertentangan dengan nilai dan etika seni dalam Islam. Bahkan terkadang terdapat alunan musik/lagu religi dan atau tilawah Quran pada waktu tertentu. Seluruh karyawan dan karyawanati memakai seragam yang sopan. Desa wisata ini bersedia diubah menjadi desa wisata syariah. Desa Wisata ini berpotensi sedang untuk dijadikan Desa Wisata Syariah.

### **19. Desa Wisata Dukuh**

Dusun Dukuh merupakan salah satu dusun yang ada di Desa Donokerto Kecamatan Turi atau sekitar 12 Km arah utara pusat kota Yogyakarta. Kondisi lingkungannya masih terasa kental dengan suasana pedesaan dengan didukung oleh kehidupan masyarakat yang harmonis. Sebagian besar masyarakat Dukuh bertani dan berkebun. Tanah tanah pekarangan yang dipenuhi hijaunya daun salak yang tertata rapi dan bersih menambah indahnya suasana di dusun Dukuh sehingga menarik untuk dinikmati wisatawan.

Berbagai seni lokal dan tradisi desa yang masih asli dan tradisional dapat menambah wawasan dan pengalaman para pengunjung. Aktifitas dan atraksi seni yang ditawarkan kepada pengunjung tersebut antara lain berupa : Kethoprak Cipto Gumelar, berbagai kegiatan outbond yang menarik, ikut membajak sawah serta menikmati kebun salak sembari memetik langsung dari pohonya serta menikmati makan bersama dengan menu sederhana.

Kegiatan lain yang berhubungan langsung dengan alam yang dapat dinikmati didesa wisata ini berupa trekking sungai trekking sungai semporsempor, sungai sempor merupakan sungai alami yang berhulu dari lereng merapi yang dapat memberikan pemandangan yang menyegarkan disamping areal persawahan dan pemukiman warga. Sungai sempor juga cukup aman karena berhulu dari kali krasak, sehingga jika terjadi banjir lahar dingin tidak berdampak langsung.

Desa Wisata Dukuh telah menerapkan nilai-nilai keislaman dalam mengelola desa wisatanya. Hal ini dapat dijadikan salah satu potensi sebagai desa wisata syariah. Yang sudah diterapkan seperti di kamar tidur tamu tersedia Al-Qur'an, alat shalat, jadwal shalat secara tertulis, dan makanan serta minuman yang berlogo halal. Di dapur/*pantry* hanya mengolah makanan halal. Tersedia peralatan bersuci yang praktis dan tertutup di toilet dan kamar mandi baik untuk tamu maupun karyawan. Area shalat untuk pria dan wanita dipisah/diberi pembatas. Begitu pula dengan tempat wudhunya. Tersedia saluran pembuangan air bekas wudhu dengan baik. Ruangan ibadahnya bersih dan terawat, tersedia perlengkapan shalat yang baik dan terawat, sirkulasi udaranya baik, tersedia pencahayaan yang cukup terang, tempat wudhunya dalam kondisi bersih dan terawat, dan tersedia instalasi air bersih untuk berwudhu.

Pihak pengelola bersedia memberikan informasi mengenai kegiatan yang bernuansa islami (jika ada), memberikan informasi rumah makan/restoran halal, menyediakan Al-Quran dan perlengkapan shalat, menyediakan makanan sahur dan ta'jil di bulan ramadhan, menyediakan informasi secara tertulis yang menyatakan bahwa tidak menerima pasangan bukan mahram sehingga dapat menyeleksi tamu yang datang berpasangan, memberikan informasi masjid terdekat, memberikan informasi jadwal waktu shalat, dan dalam berkomunikasi diawali dengan mengucapkan salam. Desa Dukuh bersedia diubah menjadi desa wisata syariah. Desa Wisata ini berpotensi sedang untuk dijadikan Desa Wisata Syariah.

## **20. Desa Wisata Srowolan**

Masyarakat Desa Srowolan ingin mengenalkan wisata dengan nilai sejarah yaitu pasar Srowolan sebagai icon kepariwisataan karena pasar ini selain merupakan pasar kuno juga jadi saksi bisu perjuangan masyarakat melawan tentara Belanda pada tahun 1948.

Pasar kuno seluas 50m x 70m yang pernah dipugar oleh Sri Sultan Hamengku Buwono VIII pada tahun 1921 ini dahulu merupakan pasar yang ramai. Selain sebagai pasar tradisional juga sebagai tempat pertemuan para gerilyawan untuk berkomunikasi dengan sesama pejuang untuk mengatur siasat melawan Belanda sekaligus belanja untuk keperluan logistik. Selain itu terdapat bangunan tua yang dahulu sebagai tempat penyimpanan garam pada waktu jaman Belanda dan berdiri kokoh sebagai saksi bisu, berada di sebelah utara Pasar Srowolan.

Selain dari Pasar dan Gudang Garam terdapat juga rumah kuno berukuran 10 x 12 m berbentuk Sinom yang merupakan bekas kecamatan Pakem Lama yang berada di sebelah timur pasar. Rumah kuno ini dahulu

merupakan pusat Kecamatan. Selain Bangunan bersejarah, di lokasi ini juga terdapat rumah yang dahulu ditinggali oleh Sayuti Melik, penulis naskah Proklamasi Kemerdekaan yang berada di dusun Kadisobo untuk mengenang kembali sejarah perjuangan bangsa pada waktu itu untuk memperoleh kemerdekaan.

Desa Wisata Srowolan memiliki potensi sebagai desa wisata syariah. Desa ini telah menerapkan nilai-nilai dalam agama Islam. Misalnya di dalam kamar penginapan tamu terdapat hiasan yang bernuansa islami, tersedia tanda dilarang merokok di kamar, tersedia buku doa, tersedia lembar nasehat keislaman serta tidak ada makanan atau minuman yang non halal. Di dapur/*pantry* mengolah makanan dan minuman halal. Pihak pengelola akan memberikan informasi pada pengunjung desa wisata jika terdapat kegiatan bernuansa islami, memberikan informasi rumah makan/restoran yang halal, menyediakan Al-Quran, memberi ta'jil jika bulan ramadhan, menyediakan buku doa dan menyediakan bacaan islami atau motivasi.

Di ruang tunggu penginapan terdapat hiasan yang bernuansa islami berupa kaligrafi atau gambar ka'bah. Dalam waktu tertentu terdapat alunan musik/lagu religi dan/atau tilawah Quran. Desa wisata ini bersedia diubah menjadi desa wisata syariah. Desa Wisata ini masih berpotensi rendah untuk dijadikan Desa Wisata Syariah.

## **21. Desa Wisata Jethak II**

Kehidupan pedesaan di tengah kota yang tengah berkembang menjadi kota metropolitan seperti Jogjakarta mungkin sudah mulai sulit untuk ditemukan. Terlebih lagi banyaknya berdiri kampus dan tempat untuk menimba ilmu, serta predikat Kota pendidikan semakin menarik para kaum urban untuk dating ke kota ini demi menimba ilmu, sehingga hal ini tentunya sedikit demi sedikit menggeser budaya leluhur masyarakat jogja. Namun hal tersebut tidak berlaku bagi Desa Sidoakur, desa ini masih tetap teguh untuk mempertahankan budaya leluhur, budaya jawa, dan kebiasaan masyarakat pedesaan yang sudah sulit untuk ditemukan ditengah kota yang berkembang menuju metropolitan ini. Selain masih dengan teguh memegang budaya leluhur, desa ini juga mampu mengelola barang-barang yang tidak berguna, sisa, dan sampah menjadi barang yang bernilai ekonomis.

Desa wisata Sidoakur adalah desa wisata yang menyajikan wisata budaya dan lingkungan. Adapun wisata yang ditawarkan meliputi Wisata lingkungan, Wisata tanaman organik, Wisata perikanan dan pengolahan sampah mandiri, Wisata pendidikan, Wisata seni dan budaya : karawitan gejok lesung, mocopat, panemboro, kotheakan bambu, ketoprak lesung,

kenduri, nyadran (setiap bulan sa'ban/ seminggu sebelum puasa ramadhan), do'a wiwit (pasca panen), shalawatan, hadroh. Banyaknya wisata yang disajikan menjadi daya tarik sendiri untuk merasakan sensasi wisata lingkungan dan budaya jawa yang masih amat kental terasa. Desa wisata sidoakur didukung dengan lingkungan yang asri, alami, dan bersih.

Kunjungan ke desa wisata Sidoakur sarat akan nilai pendidikan yang ditawarkan, yakni pendidikan hidup sehat, lingkungan hidup bersih dan asri, serta pendidikan nilai pengolahan limbah sehingga menjadi nilai ekonomis baik secara materiil maupun ekonomis manfaat. Selain itu, pada wisata budaya yang ditawarkan juga memiliki nilai pendidikan religius dan sosial, karena untuk setiap budaya maupun seni yang ditunjukkan bernilai penghormatan kepada leluhur serta bernilai spiritual nuansa islam (mocopat, karawitan, kenduri, ketoprak lesung, nyadran, do'a wiwit, shalawat, dan hadroh).

Desa Wisata Jethak II telah menerapkan nilai-nilai keislaman dalam mengelola desa wisatanya. Hal ini dapat dijadikan salah satu potensi sebagai desa wisata syariah. Yang sudah diterapkan seperti di kamar tidur tamu tersedia Al-Qur'an, alat shalat, jadwal shalat secara tertulis, dan makanan serta minuman yang berlogo halal. Di dapur/*pantry* hanya mengolah makanan halal. Tersedia peralatan bersuci yang praktis dan tertutup di toilet dan kamar mandi baik untuk tamu maupun karyawan. Area shalat untuk pria dan wanita dipisah/diberi pembatas. Begitu pula dengan tempat wudhunya. Tersedia saluran pembuangan air bekas wudhu dengan baik. Ruangannya bersih dan terawat, tersedia perlengkapan shalat yang baik dan terawat, sirkulasi udaranya baik, tersedia pencahayaan yang cukup terang, tempat wudhunya dalam kondisi bersih dan terawat, dan tersedia instalasi air bersih untuk berwudhu.

Pihak pengelola bersedia memberikan informasi mengenai kegiatan yang bernuansa islami (jika ada), memberikan informasi rumah makan/restoran halal, menyediakan Al-Quran dan perlengkapan shalat, menyediakan makanan sahur dan ta'jil di bulan ramadhan, menyediakan informasi secara tertulis yang menyatakan bahwa tidak menerima pasangan bukan mahram sehingga dapat menyeleksi tamu yang datang berpasangan, memberikan informasi masjid terdekat, memberikan informasi jadwal waktu shalat, dan dalam berkomunikasi diawali dengan mengucap salam. Desa Wisata Jethak II bersedia diubah menjadi desa wisata syariah. Desa Wisata ini berpotensi sedang untuk dijadikan Desa Wisata Syariah.

**Tabel 10.23 Paket Wisata yang Ditawarkan oleh Desa Wisata Jethak II**

<b>No</b>	<b>Nama Paket</b>	<b>Rincian</b>	<b>Harga/Org</b>
1	Kegiatan studi banding		Rp 500,000
2	Pelatihan Lingkungan	Pupuk Kompos (Per Paket) Briket (Per Paket) BBM Plastik (Per Paket) Tanam Sayur	Rp 500,000 Rp 300,000 Rp 300,000 Rp 3,000
3	Pelatihan Kesenian	Gamelan Tari Macapat Panem brama Gejog lesung	Rp 7,000 Rp 7,000 Rp 5,000 Rp 5,000 Rp 5,000
4	Pelatihan kerajinan daur ulang	Pensil/Pulpen bunga, pensil mainan, bross, celengan, tempat pensil Bunga anggrek Bunga tangkai panjang Tempat serba guna Tudung saji mini Lampu hias	Rp 5,000 Rp 7,000 Rp 5,000 Rp 7,000 Rp 10,000 Rp 20,000
5	Atraksi	Gejog Lesung Kuda lumping (Per Jam) Panem brama+Karawitan Kothekan Shalawatan Jawa Hadroh Ketoprak lesung	Rp 200,000 Rp 500,000 Rp 500,000 Rp 200,000 Rp 300,000 Rp 300,000 Rp 1,000,000
6	Outbond	Titian tali Basket air Bakiak Egrang Tangkap ikan Isi air dalam paralon Membuat kerajinan daur ulang  Membuat telur asin Membuat patung sabut kelapa Membuat jamu Membuat tempe Membuat kue apem Membuat anyaman bamboo	Rp 3,000 Rp 3,000 Rp 3,000 Rp 3,000 Rp 7,000 Rp 3,000 Rp 5,000 Rp 20,000  Rp 5,000 Rp 10,000 Rp 7,000 Rp 5,000 Rp 4,000. Rp 7,000.

**Tabel 10.24 Paket Kuliner yang Ditawarkan oleh Desa Wisata Jethak II**

No	Macam Kuliner	Harga	Satuan
1	snack+minum	Rp 5,000 – Rp 7,000	Per Orang
2	Makan + minum	Rp 10,000 – Rp 17,000	Per Orang
3	Kenduri	Rp 15,000	Per Orang

**Tabel 10.25 Fasilitas yang Ditawarkan oleh Desa Wisata Jethak II**

No	Fasilitas	Harga
1	Rumah budaya Joglo Kapasitas 500 Org	Rp 300,000
2	Limasan	Rp 500,000
3	Home stay Kapasitas 100 org	Rp 85,000
4	Home stay rumah warga (50 unit)	Rp 85,000
5	Gazebo induk / Bale Kambang, Gazebo kecil	Rp 250,000.
6	Tempat outbond, parkir, kolam pemancingan	
7	Sanimas MCK Plus (kapasitas 266 orang)/WC	
8	Mushola, masjid	
9	Transportasi wisatawan mobil avanza 5 unit dan BUS	
10	Rumah makan tradisional	
11	Kios cinderamata	
12	Industri kerajinan kecil dan jamu tradisional	
13	Alat-alat musik tradisional	

## 22. Desa Wisata Sukunan

Kehidupan dan kebiasaan dalam rumah tangga yang terbiasa dengan hal yang instan mengajarkan kita untuk kurang memperhatikan hal-hal yang tidak bernilai ataupun yang ditinggalkan dari hal yang instan itu, salah satu contohnya adalah sampah. Di kampung Sukunan ini, sampah menjadi komoditas untuk diolah menjadi suatu barang yang bernilai ekonomis, sehingga lingkungan yang tercipta dari kampung Sukunan ini adalah lingkungan yang asri bersemi dan bersih dari sampah sisa-sisa barang instan.

Desa wisata Sukunan adalah desa wisata yang menawarkan pengelolaan lingkungan yang asri, bersemi, bersih, berbudaya, dan nyaman. Desa ini menawarkan wisata pengelolaan limbah ataupun sampah menjadi barang yang bernilai ekonomis berupa materiil maupun manfaat. Masyarakat di desa ini mengelola sampah rumah tangganya secara individu maupun kelompok, baik sampah berupa sampah kering maupun sampah basah (limbah). Masyarakat Sukunan juga melengkapi design rumahnya dengan fasilitas yang ramah lingkungan serta mampu menghasilkan sesuatu yang bernilai ekonomis (materiil maupun manfaat)

dari sesuatu yang tidak bernilai atau bahkan sesuatu yang kurang bermanfaat, seperti misalnya memanfaatkan air hujan menjadi air yang dapat untuk dikonsumsi secara harian sehingga tidak terbuang secara percuma, membuat kulkas alami berbahan gentong, penghematan air mandi dengan penggunaan shower karya sendiri, pemanas air karya sendiri, serta pembuatan pupuk organik dari air seni pria.

Desa Wisata Sukunan memiliki potensi untuk dijadikan desa wisata syariah. Misalnya di toilet maupun kamar mandi memiliki peralatan praktis untuk bersuci dan tertutup bagi tamu maupun karyawan. Di dalam kamar tidur tamu tersedia peralatan shalat, tersedia tanda dilarang merokok di kamar, tersedia buku doa, tersedia lembar nasehat keislaman dan bernuansa islami seperti terdapat gambar kaligrafi, masjid atau ka'bah. Tersedia dapur khusus yang mengolah makanan dan minuman yang halal yang terpisah dengan dapur biasa. Ruangannya dalam kondisi bersih dan terawat, tersedia perlengkapan shalat yang baik dan terawat, tersedia sirkulasi udara yang baik seperti kipas angin atau alat pendingin lainnya, tersedia pencahayaan yang cukup terang, tersedia tempat wudhu yang bersih dan terawat, dan tersedia instalasi air bersih untuk berwudhu.

Pihak pengelola bersedia untuk memberikan informasi masjid terdekat dengan tempat penginapan, memberikan informasi jadwal waktu shalat, menyediakan perlengkapan shalat yang bersih dan terawat, memberikan informasi kegiatan islami jika ada, menyediakan buku doa, menyediakan lembar motivasi harian muslim, dan menyediakan makanan dan minuman halal. Bahkan ketika bulan ramadhan, pihak pengelola bersedia untuk menyediakan makanan sahur. Dalam mengelola sumber daya manusia, pihak pengelola harus selalu berpakaian sopan. Di ruang tunggu penginapan tersedia bacaan yang islami dan atau memiliki pesan moral serta terdapat hiasan bernuansa islami seperti kaligrafi atau gambar ka'bah. Desa wisata ini bersedia diubah menjadi desa wisata syariah. Desa Wisata ini berpotensi sedang untuk dijadikan Desa Wisata Syariah.

**Tabel 10.26 Paket wisata yang Ditawarkan oleh Desa Wisata Sukunan**

No	Nama Paket	Harga	Keterangan
1	Kunjungan wisata belajar pengelolaan sampah	Rp 300.000 – Rp 600.000	(sesuai kelompok dengan jumlah 25 orang tiap kelompok dan kenaikan Rp 100.000.00 tiap kelompok)
2	Pelatihan kompos (skala rumah tangga, komunal, inokulen, dan biopori)	Rp 500.000/kelompok Rp 150.000/demonstrasi	
3	Pelatihan kerajinan sampah plastik	Rp 500.000/kelompok Rp 150.000/demonstrasi	
4	Pelatihan kerajinan anyaman dari sampah	Rp 400.000/kelompok Rp 150.000/demonstrasi	Rp
5	Pelatihan aneka kerajinan dari kain sisa dan perca	Rp 500.000/kelompok Rp 150.000/demonstrasi	
6	Pelatihan pengolahan sampah gabus Styrofoam menjadi batako	Rp 400.000/kelompok Rp 50.000/demonstrasi	Rp
7	Pelatihan pembuatan briket bio-arang berbahan sampah organik	Rp 400.000/kelompok Rp 150.000/demonstrasi	
8	Pelatihan kerajinan kulit / cangkang telur	Rp 400.000/kelompok Rp 150.000/demonstrasi	
9	Pelatihan daur ulang sampah kertas	Rp 400.000/kelompok Rp 150.000/demonstrasi	
10	Pelatihan pengolahan sampah kaca/beling/gelas menjadi batako	Rp 400.000/kelompok Rp 150.000/demonstrasi	
11	Pelatihan gamelan + pertunjukan kesenian karawitan, nasyid, kasidah ria	Rp 200.000/kelompok	
12	Wisata pertanian (membajak, tander, danger, panen)	Rp 300.000/kelompok	tergantung musim

**Tabel 10.27 Fasilitas yang Ditawarkan oleh Desa Wisata Sukunan**

No	Fasilitas	Harga	Keterangan
1	Homestay/penginapan @rumah warga	Rp 60.000/kamar atau Rp 30.000/orang	makan Rp 17.500./ kali makan
2	Masjid		
3	MCK		
4	Joglo		
5	Bank sampah		



### 23. Desa Wisata Rumah Domes

Rumah domes mempunyai wujud seperti kubah, sekilas seperti rumah salah satu film serial boneka Teletubies yang sangat jauh berbeda dengan gaya rumah di Jawa pada umumnya. Rumah dome ini dapat dijumpai di salah satu desa di kabupaten Sleman. Tepatnya berada di dusun Nglepen, Prambanan, Kabupaten Sleman. Salah satu tempat relokasi setelah gempa yang melanda Yogyakarta 27 Mei 2006. Rumah dome tersebut merupakan rumah dome satu-satunya di Indonesia bahkan Asia sedangkan di dunia hanya ada 5 negara yakni India, Nicaragua, Haiti, Paraguay dan Indonesia.

Gempa yang meluluhlantakkan dusun Sengir, salah satu dusun di perbukitan tanahnya ambles sehingga rumah-rumah di daerah tersebut hancur. Waktu itu gempa melanda Yogyakarta membuka simpati dari berbagai negara yang tergabung dalam berbagai LSM. Salah satu LSM tergerak untuk membantu kondisi di daerah tersebut yakni LSM WANGO (*Word Association of Non-Governmental Organization*) dan DFTW (*Domes for the Word Foundation*) dengan memberikan sebuah cara rekonstruksi rumah tahan gempa yakni membangun rumah dome. Pada tanggal 10 Oktober 2006 pembangunan rumah dome dimulai dengan memilih lokasi daerah Nglepen yang mempunyai kontur tanah yang datar. Donatur tunggal pembangunan kompleks rumah dome ini adalah Muhammad Ali Alabar pemilik Emar Property Dubai dan di tempati warga pada akhir April 2007. Warga menamai kompleks perumahan ini dengan nama New Nglepen Village.

Rumah Domes dinilai tahan gempa dan bahkan tahan terpaan angin hingga 450 km/jam ini karena pada bangunan rumah dome, domes tidak terdapat sambungan yang merupakan titik lemah saat bangunan diguncang gempa. Cara pembangunan rumah dome sangat unik yakni dengan membuat cetakan berbentuk balon (*airform*) kemudian di atas cetakan balon tersebut dicor beton semen. Di kompleks perumahan tersebut dibangun sebanyak 80 unit rumah dome terdiri dari 71 rumah hunian, 6 MCK komunal, 3 fasilitas umum berupa masjid, aula dan poliklinik. Dimensi rumah dome sendiri bergaris tengah 7 meter terdiri dari dua lantai dengan luas sekitar 38 meter persegi. Ruang bawah terbagi atas 4 ruang, dan bisa terbagi atas ruang tamu, ruang makan, dapur dan tempat tidur, sedangkan lantai 2 difungsikan sebagai ruang keluarga atau tempat tidur. Sedangkan untuk masjid dan aula dibentuk dengan diameter 9 meter dan hanya satu lantai. Sedangkan rumah dome yang digunakan sebagai MCK komunal lebih luas satu MCK disekat menjadi 8 bagian dan digunakan 12 Keluarga dalam satu blok.

Untuk menikmati kawasan ini anda harus membayar Rp1.500,- dan jika mengikuti paket kegiatan ditambah Rp6.000,-. Dan jika ingin menikmati menikmati sensasi tinggal dirumah tersebut dapat menikmati paket homestay cukup membayar Rp55.000,- fasilitas menginap semalam dome, rumah domedan makan tiga kali. Atau paket seni budaya seharga Rp200.000,- anda akan disuguhkan pertunjukan tradisional yakni randa tek-tek, Jathilan, Karawitan, dan organ tunggal.

Banyak fasilitas dari Desa Wisata Rumah Domes yang dapat dijadikan potensi menjadi Desa Wisata Syariah seperti Desa Wisata Rumah Domes menerapkan pada toilet/kamar mandi terdapat peralatan praktis untuk bersuci dan tertata baik bagi tamu maupun karyawan. Di ruang tidur tamu terdapat alat shalat, Al-Quran, makanan dan minuman dalam kemasan yang berlogo halal resmi, dan tidak tersedia akses untuk pornografi dan tindakan asusila dalam bentuk apapun. Ruang ibadah dalam kondisi bersih dan terawat, tersedia perlengkapan shalat yang baik dan terawat, area shalat dan wudhu laki-laki dan perempuan ada pembatas/pemisah, tersedia *sound system* untuk mengumandangkan adzan yang dapat didengar di seluruh area penginapan, tersedia sirkulasi udara yang baik, tersedia pencahayaan yang cukup terang, tersedia tempat wudhu dengan kondisi bersih dan terawat, dan tersedia instalasi air bersih untuk berwudhu.

Pihak pengelola melakukan seleksi terhadap tamu yang datang berpasangan, bersedia memberikan informasi masjid terdekat dengan penginapan, menyediakan makanan dan minuman halal, dan menyediakan makanan sahur pada bulan ramadhan. Fasilitas hiburan yang diberikan pun dibatasi. Tidak terdapat fasilitas hiburan yang mengarah pada pornografi dan pornoaksi serta tindakan asusila. Apabila menggunakan musik hidup atau musik rekaman harus tidak bertentangan dengan nilai dan etika seni dalam Islam. Tidak terdapat fasilitas hiburan yang mengarahkan kepada pornografi dan pornoaksi serta perbuatan asusila. Pihak pengelola harus memakai seragam yang sopan. Bahkan khusus karyawati muslimah menggunakan seragam sesuai dengan cara berpakaian wanita dalam Islam. Dapurnya hanya mengolah makanan dan minuman halal. Desa wisatanya ini bersedia diubah menjadi desa wisata syariah. Desa Wisata ini masih berpotensi rendah untuk dijadikan Desa Wisata Syariah.

**Tabel 10.28 Paket wisata yang Ditawarkan oleh Desa Wisata Rumah Domes**

No	Nama Paket	Rincian	Harga/Org
1	Paket permainan	tangkap belut, Bakiak, estafet air, snake ball	Rp 10.000
2	Paket tracking	Peternakan, belik wunut, tanah ambles, sampel rumah domes, badut teletubies, bukit teletubies, melihat pembuatan roti brownis	Rp 15.000
3	Paket gempap	sampel rumah domes, pemutaran video gempap, badut teletubies	Rp 15.000
4	Paket Kegiatan	Pembuatan emping garut	Rp 15.000
		Pembuatan cendera mata	Rp 15.000
		Paket outbond untuk dewasa	Rp 25.000

**Tabel 10.29 Fasilitas yang Ditawarkan oleh Desa Wisata Rumah Domes**

No	Fasilitas	Harga	Keterangan
1	Masjid domes		
2	Home stay (fasilitas rumah lengkap)	Rp 120,000/Org	plus 2x makan dan welcome drink.
3	Kolam pemancingan anak, mandi bola anak, sepeda unik, odong-odong, kereta anak.		
4	Dokumentator		
5	MC karakter badut untuk acara ulang tahun		
6	Badut teletubies		
7	Sound system		
8	Orgen untuk kegiatan ulang tahun		
9	Aula		
10	Galeri rumah domes		

## 24. Desa Wisata Nawung

Dusun Nawung adalah sebuah dusun wisata yang berada di kawasan Prambanan Yogyakarta. Lokasi Dusun ini jauh dari hiruk-pikuk perkotaan sehingga sangat nyaman karena didukung suasana pedesaan dan pesona alam yang asri dan indah. Pengunjung dapat merasakan sejuknya udara pegunungan dan gemericik air di sungai yang eksotik. Selain dari keindahan alamnya, pengunjung dapat mengunjungi dan mempelajari aktivitas masyarakat desa dalam pembuatan berbagai jenis kerajinan tangan.

Dusun Nawung menawarkan berbagai paket wisata yang dapat menjadi referensi bagi wisatawan. Paket wisata tersebut diantaranya adalah Treking Sungai Kedung Ngaten, *Outbond* untuk membangun diri serta melatih kepemimpinan, Belajar membuat kerajinan batu, bambu jahit dan makanan ringan, menikmati kesenaian tradisional, serta pengunjung dapat menginap di rumah penduduk lokal.

Desa Wisata Nawung termasuk dalam beberapa kriteria sebagai desa wisata syariah. Sehingga dapat dijadikan sebagai desa wisata yang berpotensi sebagai desa wisata syariah. Hal ini ditunjukkan seperti pada ruang tidur tamu terdapat Al-Quran dan perlengkapan shalat lainnya, hiasannya bernuansa islam seperti kaligrafi, gambar/lukisan kab'ah atau masjid, dan tidak terdapat minuman beralkohol di sana. Di dapurnya hanya mengolah makanan dan minuman halal. Tersedia peralatan bersuci yang praktis dan tertutup di kamar mandi/toilet bagi karyawan maupun tamu.

Area shalat laki-laki dan perempuan diberikan pembatas baik di ruang shalat maupun tempat berwudhunya. Tersedia saluran pembuangan air bekas wudhu dengan kondisi baik. Kolam renang di sini berada di dalam ruangan dan atau terhindar dari pandangan umum. Ruang terapi seperti spa pun terpisah antara pria dan wanita dan menggunakan bahan terapi yang berlogo halal resmi. Pihak pengelola melakukan seleksi terhadap tamu yang datang berpasangan dan bersedia memberikan informasi kegiatan bernuansa islam (bila ada). Pada waktu tertentu terdapat alunan musik/lagu religi dan atau tilawah Quran pada waktu tertentu. Desa wisata ini bersedia diubah menjadi desa wisata syariah. Desa Wisata ini berpotensi sedang untuk dijadikan Desa Wisata Syariah.

**Tabel 10.30 Paket wisata yang Ditawarkan oleh Desa Wisata Nawung**

No	Nama Paket	Harga	Keterangan
1	Tracking sungai kedung nganten+outbond & permainan tradisional	Rp 25.000/Org	Minimal 10 Org
2	Belajar membuat makanan ringan	Rp 50.000/Org	Minimal 10 Org
3	Belajar membuat kerajinan batu, bambu, dan kayu	Rp 50.000/Org	Minimal 10 Org
4	Paket makan siang; nasi urap+tahu/tempe+ teh+snack	Rp 15.000/Org	Minimal 10 Org
5	Paket kesenian; jatilán, shalawatan	Rp 200.000	Per Pertunjukkan
6	Menginap dirumah warga + makan	Rp 50.000/Org	Per Malam

## 25. Desa Wisata Palgading

Desa Wisata Palgading termasuk dalam beberapa kriteria sebagai desa wisata syariah. Sehingga dapat dijadikan sebagai desa wisata yang berpotensi sebagai desa wisata syariah. Di toilet/kamar mandi bagi karyawan dan tamu terdapat peralatan praktis untuk bersuci dan tertutup. Di kamar tidur tamu terdapat alat shalat, Al-Quran, dan

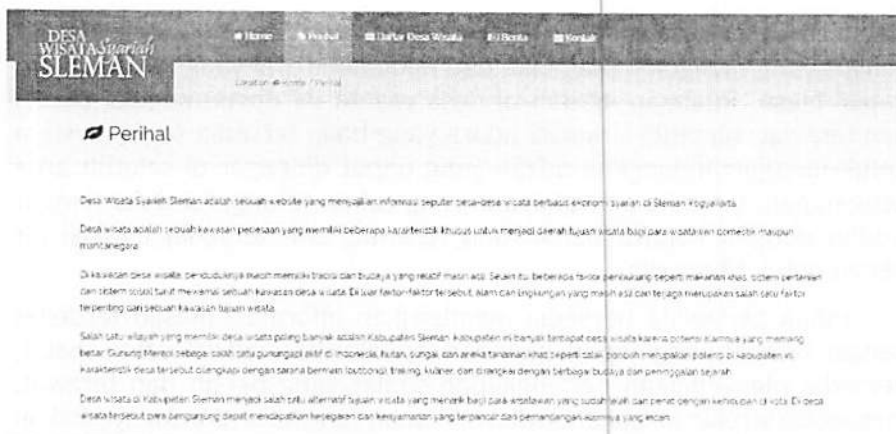
jadwal waktu shalat secara tertulis. Di sini juga tersedia dapur/*pantry* khusus yang mengolah makanan dan minuman halal yang terpisah dari dapur biasa. Ruang ibadah di desa wisata ini dalam kondisi bersih dan terawat, tersedia sirkulasi udara yang baik, tersedia sound system untuk mengumandangkan adzan yang dapat didengar di seluruh area penginapan, tersedia pencahayaan yang cukup terang, tersedia tempat wudhu dengan kondisi bersih dan terawat, dan tersedia instalasi air bersih untuk berwudhu.

Pihak pengelola bersedia memberikan informasi masjid terdekat dengan tempat penginapan, memberikan informasi jadwal waktu shalat, bersedia menyediakan perlengkapan shalat yang bersih dan terawat, menyediakan pilihan makanan dan minuman yang halal, dan menyediakan makanan sahur pada bulan ramadhan. Apabila menggunakan musik hidup atau musik rekaman harus tidak bertentangan dengan nilai dan etika seni dalam islam. Manajemen usaha di sini memiliki dan menerapkan sistem jaminan halal. Seluruh pengelola di sini memakai seragam yang sopan. Desa Wisata ini berpotensi tinggi untuk dijadikan Desa Wisata Syariah.



**Gambar 10.3 Hasil Screenshot Portal Pengembangan Menuju Desa Wisata Berbasis Syariah (Home)**

Home : pada bagian ini menjelaskan tentang tampilan awal dari web desa wisata syariah sleman. Berisi tentang menu-menu yang ada di dalam web tersebut meliputi home, perihal, daftar desa wisata, berita dan kontak.



**Gambar 10.4 Hasil Screenshot Portal Pengembangan Menuju Desa Wisata Berbasis Syariah (Perihal)**

Perihal : pada menu ini menjelaskan tentang isi dari web desa wisata syariah sleman.



**Gambar 10.5 Hasil Screenshot Portal Pengembangan Menuju Desa Wisata Berbasis Syariah (Daftar Desa Wisata)**

Daftar Desa Wisata : pada menu ini berisi tentang informasi dari 26 desa wisata syariah di sleman. Dalam masing-masing menu desa wisata terdapat informasi seputar fasilitas desa, paket wisata, akses, dan kontak dari pengelola desa tersebut.



**Gambar 10.6 Hasil Screenshot Portal Pengembangan Menuju Desa Wisata Berbasis Syariah (Berita)**

Berita : pada menu ini berisi tentang berita-berita dari desa wisata syariah sleman



**Gambar 10.7 Hasil Screenshot Portal Pengembangan Menuju Desa Wisata Berbasis Syariah (Kontak)**

Kontak : menu ini berisi tentang kontak dari admin, user dapat mengirimkan pesan kepada admin melalui menu kontak ini.





# DAFTAR PUSTAKA

- Agus Sulastiyono. 2001. *Manajemen Penyelenggaraan Hotel*. Bandung: Alfabeta.
- Amran Hmzah. 2012. *Exploring the Issue Associated With the Development, Management and Promotion of Islamic Tourism*. Universiti Teknologi Malaysia.
- Arikuntoro, S. 2002. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan praktek*. Jakarta: Rinika Cipta.
- B. Biwoho, Ratna Pudjowati, yulia Himawati. 1990. *Pariwisata Citra dan Manfaatnya*. Jakarta: Bina Rena Pariwisata.
- Banto, Michael. 1966. *An Antropological Approaches to The Study of Religion*. London: Tavistock Publication.
- Breman Jan, dan Gunawan Wiradi. 2004. *Masa Cerah dan Masa Suram di Pedesaan Jawa Studi Kasus Dinamika Sosio-Ekonomi di Dua Desa Menjelang Akhir Abad ke-20*. Jakarta: LP3ES.
- Direktorat Jendral Pariwisata. 1996. *Kebijaksanaan Pariwisata Nasional*. Jakarta: Direktorat Jendral Pariwisata.
- Fahad Salim Bahammam. 2012. *Panduan Wisatawan Muslim*. Jakarta: Pustaka Al-Kautsar.
- Frinces, Z.H. 2007. *Manajemen Strategik: Resep Daya Saing dan Unggul*. Yogyakarta: Mida Pustaka.
- Gamal Suwantoro. 1994. *Perencanaan Produk Pariwisata*. Yogyakarta: Dinas Pariwisata.
- Gamal Suwantoro. 1997. *Dasar-Dasar Pariwisata*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Gomes, Faustino Cardoso. 1995. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Yogyakarta: Andi.
- Gratner, William C. 1996. *Tourism Development; Principles, Processes, and Policies*. New York: Van Nostrand Reinhold.
- H. Kodhyat. 1996. *Sejarah Pariwisata dan Perkembangannya di Indonesia*. Jakarta: Gramedia.
- Hendry Simamora. 2000. *Manajemen Pemasaran Internasional (cetakan pertama)*. Yogyakarta: Salemba Empat.

- Heng, T.M, dan Low L. 1990. Economic Impact of Tourism in Singapore. *Annals of Tourism research*, 17, 246-269, Management.
- I Gde Pitana, dan I Ketut Surya Diarta. 2009. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- I Gde Pitana, dan Putu G. Gayatri. 2005. *Sosiologi Pariwisata; Kajian Sosiologis Terhadap Struktur, Sistem, dan Dampak-Dampak Pariwisata*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- I Gusti Bagus Rai Utama, dan Ni Made eka Mahadewi. 2012. *Metodologi Penelitian Pariwisata dan Perhotelan*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- I Gusti Ngurah Gorda. 2004. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Denpasar: Widya Kriya Gematama.
- Iwan Triyuwono. 2000. *Organisasi Dan Akuntasi Syariah, Cetakan Ke-1*. Yogyakarta: Lkis.
- Izatul Yussof, Azizi Bahauddin, dan Badaruddin Mohamed. 2012. *Tourist Evaluation on The Food Experience In Tourism: Case Study In Terengganu*. Paper Sustainable Tourism Research Cluster, Universiti Sains Malaysia.
- Lijphart, A. 1964. *Tourism Traffic and Integration Potential*. *Journal of Common Market Studies*, Vol.2 Februari 1964, 251-262.
- Linberg, K, dan Hawkens, D.E. 1993. *The Ecotourism Society*. USA: Nort Bennington.
- Lupiyoadi, R. 2006. *Manajemen Pemasaran Jasa*. Jakarta: Salemba Empat.
- Manahati Zebua. 2014. *Inspirasi Pengembangan Pariwisata di Daerah*. Yogyakarta: Penerbit Valemba.
- Marpaung, H, dan Bahar, H. 2002. *Pengantar Pariwisata*. Bandung: Alfabeta.
- Muh Arfin M. Salim. 2009. *Pariwisata Dalam Perspektif Islam*. *Jurnal Kepariwisataan*, Volume 01 Nomor 2 Februari 2009, Akademi Pariwisata Makasar.
- Oka. A Yoeti. 1992. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa Offset.
- Oka. A Yoeti. 2003. *Tours and Travel Marketing*. Jakarta: Pradnya Paramita.
- Pranowo, M. Bambang. 1988. *Islam Faktual Antara Tradisi dan Relasi*

Kuasa. Yogyakarta: Adicita Karya Nusa.

Pusat Kajian Sumberdaya Pesisir dan Lautan (PKSPL). 2011. Menuju Desa 2030. Yogyakarta: Pohon Cahaya.

Radjasa Mu'tasim, Timbul Haryono, dan Sunardi. 2013. Agama dan Pariwisata; Telaah Atas Transformasi Keagamaan Komunitas Muhammadiyah Borobudur. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Ramaini. 1992. Geografi Pariwisata. Jakarta: Gramedia Widia Sarana Indonesia.

Richer, L.K. 1989. The Politics of Tourism in ASIA. Honolulu, Hawaii: The University of Hawaii Press.

Ridwan, M. 2012. Perencanaan dan Pengembangan Pariwisata. Jakarta: PT.Sofmedia.

Rismiati, C.E, dan I.B Suratno. 2001. Pemasaran Barang dan Jasa. Yogyakarta: Kanisius.

Riyanto Sofyan. 2012. Prospek Bisnis Pariwisata Syariah. Jakarta: Buku Republika.

Rossi, Ino. 1974. The Unconscious in Culture; The Structuralism of Claude Levi Strauss in Perspective. New York: E.P Dutton & Co.

Sihite, Richard. 2000. Hotel Management. Surabaya: SIC.

Soekadijo, R.G. 1997. Anatomi Pariwisata, Memahami Pariwisata Sebagai System Linkage. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama.

Spillane, James. 1993. Ekonomi Pariwisata, Sejarah, dan Prospeknya. Yogyakarta: Kanisius.

Spillane, James. 1994. Pariwisata Indonesia Siasat Ekonomi dan Rekayasa Kebudayaan. Yogyakarta: Kanisius.

Supranto,J. 1997. Metode Riset; Aplikasinya Dalam Pemasaran. Jakarta: Rineka Cipta.

Susetyo Prabowohadi. 1983. Teknik Memandu Wisata. Yogyakarta: Ria.

Terry, George R. 2000. Dasar-Dasar Manajemen. Jakarta: Bumi Aksara.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 1994 Tentang Kepariwisataaan.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisataaan.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 32 Tahun 2004 Tentang  
Pemerintah Daerah.

Wahab, S. 1992. Manajemen Kepariwisataaan. Frans Gromang  
(Penerjemah). Jakarta: Pradnya Paramita.

Wahab, S, dan C, Cooper. 2001. Tourism In The Age of Globalization.  
London: Routledge.

World Tourism Organization. 2002. Tourism in the Age of Alliance,  
Mergers, and Acquisition. Madrid: The World Tourism  
Organization.

# PARIWISATA SYARIAH

## Prospek dan Perkembangan

Banyak negara di dunia memposisikan pariwisata sebagai aspek penting dan integral dari strategi pengembangan ekonomi. Beberapa negara yang melakukan pengembangan sektor pariwisata memberikan manfaat ekonomi yang signifikan. Dewasa ini muncul inovasi baru pengembangan pariwisata yang disebut *halal tourism* atau pariwisata syariah, yaitu pariwisata dengan konsep nilai-nilai syariah. Kaum muslim membutuhkan produk *lifestyle* yang sesuai dengan konsep syariah seperti: makanan, keuangan, hotel, rumah sakit, dan tempat wisata.

Berbagai daerah tujuan wisata di Indonesia, mempunyai potensi pengembangan pariwisata syariah sangat besar, termasuk di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY). Salah satu produk wisata syariah yang berpotensi dikembangkan adalah desa wisata syariah. Keunikan yang ditawarkan berupa potensi alam dengan pemandangan yang indah dan sejuk, suasana asli masyarakatnya yang ramah dan sederhana, seni dan budaya, serta adat istiadat yang masih dijalani masyarakat setempat. Kabupaten Sleman merupakan kabupaten di DIY yang memiliki desa wisata terbanyak yakni mencapai 40 desa wisata.

Besarnya potensi pariwisata berbasis syariah untuk dikembangkan di Kabupaten Sleman perlu dipersiapkan dari aspek Sumber Daya Manusia (SDM), produk wisata, dan layanan terhadap para wisatawan. Pengembangan model menuju desa wisata berbasis syariah menjadi sangat strategis.

Buku ini membahas antara lain tentang perkembangan pariwisata syariah di berbagai negara; peran sektor pariwisata dalam perekonomian; potensi, tantangan, dan peran pemerintah dalam pengembangan pariwisata; sumber daya manusia sektor pariwisata; pengembangan desa wisata syariah; dan model desa wisata daerah khususnya di kabupaten Sleman Yogyakarta.



UNGGUL PRIYADI adalah alumnus Fakultas Ekonomi UNSOED Purwokerto, program studi Ilmu Ekonomi Umum (1982-1987), program studi S2 pada Perencanaan Pembangunan Wilayah dan Pedesaan, PWD Institut Pertanian Bogor (1993-1996) dan program studi S3 Ilmu Ekonomi di Universitas Brawijaya Malang (2004-2008).

Semenjak tahun 1988 sampai saat ini sebagai dosen pada Fakultas Ekonomi Universitas Islam Indonesia, Yogyakarta, Kepala UII PRESS tahun 2010-2014, Kepala Pusat KKN DPPM UII 2014-sekarang, Anggota Dewan Redaksi Jurnal Unisia. Penulis aktif mengikuti berbagai seminar dan *workshop* antara lain AMDAL,

Pengajaran Ekonomi Islam, dan menjadi pemateri dalam pelatihan kebijakan publik.

Penulis melakukan riset bidang ekonomi dan pembangunan serta menulis artikel di berbagai jurnal ilmiah seperti Aplikasi Bisnis, Jurnal Inovasi dan Kewirausahaan, Jurnal Analisa Kebijakan, Jurnal Fenomena, Jurnal Ekonomi Pembangunan, Unisia, dan Jurnal Kompak. Penulis telah menulis buku diantaranya Reorientasi Ekonomi Syariah penerbit UII Press (2014), dan Retrospeksi Industri Gula Nasional Pendekatan Teoritis dan Empirik penerbit UII Press (2014). Alamat email penulis: 883130101@uii.ac.id dan priyadi.unggul@gmail.com

ISBN 978-602-1286-36-4



9 786021 286364 >