

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Landasan Teori

1. Pariwisata

b. Pengertian Pariwisata

Menurut Konferensi PBB tentang Perjalanan dan Pariwisata Internasional di Roma (1963) dalam Bintoro, B. (2007) memiliki suatu pandangan yang sangat luas mengenai pariwisata. Menurut konferensi ini pariwisata adalah suatu kegiatan perjalanan yang dilakukan lebih dari 24 jam oleh seseorang yang disebut turis dengan tujuan :

- 1) *Leisure “(recreation, holiday, health, study, religion and sport)*
- 2) *Business, family, mission, meeting.*

Selain itu, *International Union of Official Travel Organization (IUOTO)* menetapkan suatu batasan tentang wisatawan internasional yaitu setiap orang yang datang ke suatu negara selain tempat tinggalnya dengan maksud apa pun kecuali untuk mencari upah atau pekerjaan.

Pariwisata adalah kegiatan melakukan perjalanan dengan tujuan mendapatkan kenikmatan, kepuasan, mengetahui sesuatu, memperbaiki kesehatan, menikmati olahraga atau istirahat, menunaikan tugas, berziarah, dan lain-lain (Spillane, James J, (1994: 20-21).

Pariwisata dalam defenisi yang luas pariwisata adalah perjalanan dari satu tempat ke tempat lain, bersifat sementara, dilakukan perorangan maupun kelompok, sebagian usaha mencari keseimbangan atau keserasian dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup dalam dimensi sosial, budaya, alam, dan ilmu (H. Kodhyat dalam Bintoro, B. (2007)).

Menurut Schulalard (1910) dalam buku Yoeti, Oka A (1987: 105) pengertian pariwisata adalah sejumlah kegiatan, terutama yang ada kaitannya dengan kegiatan perekonomian yang secara langsung berhubungan dengan masuknya, adanya pendiaman dan Bergeraknya orang-orang asing keluar masuk suatu kota, daerah atau negara.

Dalam *World Tourism Organization* (WTO) menurut Pitana (2009) dalam pengantar ilmu pariwisata, pariwisata merupakan kegiatan dari seseorang yang bepergian atau tinggal di suatu tempat di luar lingkungannya biasanya dalam waktu tidak lebih dari satu tahun secara terus menerus, untuk kesenangan, bisnis ataupun tujuan lainnya. Menurut defenisi yang lebih sempit, berdasarkan arti kata pariwisata yang terdiri dari dua suku kata, yaitu pari dan wisata. Pari yang berarti banyak, berkali-kali atau berputar-putar, serta wisata berarti perjalanan atau bepergian, jadi pariwisata adalah perjalanan yang dilakukan berputar-putar atau berkali-kali dari suatu tempat ke tempat lain (Kartini L.U, 2011).

Defenisi yang bersifat umum tentang pariwisata adalah keseluruhan kegiatan pemerintah, dunia usaha dan masyarakat untuk mengatur, mengurus, dan melayani kebutuhan wisatawan (Karyono, A.Hari, (1997: 15)

Defenisi yang bersifat teknis dari pariwisata adalah rangkaian kegiatan yang dilakukan oleh manusia baik secara perorangan ataupun kelompok di dalam suatu wilayah negara sendiri atau di negara lain. Kegiatan tersebut dengan menggunakan kemudahan, jasa, dan faktor penunjang lainnya yang diadakan oleh pemerintah atau masyarakat, agar dapat mewujudkan keinginan pariwisata. Kemudahan dalam batasan pariwisata adalah berupa fasilitas yang memperlancar arus kunjungan wisatawan. Sedangkan faktor penunjang adalah berupa prasarana dan utilitas umum, seperti jalan raya, penyedia air minum, listrik, tempat penukaran uang, pos dan telekomunikasi dan sebagainya (Karyono, A. Hari, 1997).

Menurut Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 tentang kepariwisataan menyebutkan defenisi dari pariwisata adalah beragam kegiatan wisata yang didukung oleh berbagai sarana dan prasarana yang telah disediakan oleh masyarakat, pemerintah, pemerintah daerah dan pengusaha. Kepariwisataan ini bersifat multidimensi dan multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara. Daya tarik wisata adalah suatu keindahan, keunikan, kekayaan alam, budaya dan hasil buatan manusia yang menjadi tujuan wisatawan. Suatu tempat atau daerah yang menjadi tujuan wisatawan disebut dengan destinasi wisata yang di dalamnya terdapat daya tarik wisata, sarana dan prasana penunjang, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan.

c. Jenis Pariwisata

Karena suatu daerah maupun negara lain memiliki berbagai keunikan, atraktsi dan keindahan tersendiri dalam bidang kepariwisataan maka motif-

motif tujuan wisata yang akan dikunjungi bisa dikategorikan berdasarkan jenis pariwisata yang mana sekiranya yang akan dikunjungi berdasarkan kepentingan. Hal ini juga akan berpengaruh pada sarana dan prasarana yang akan menjadi penunjang sehingga perlu dipersiapkan dalam pembangunan ataupun untuk program promosi dan periklanannya. Berikut jenis-jenis pariwisata menurut pandangan Spillane, James J (1994)

1) Pariwisata untuk menikmati perjalanan (*pleasure tourism*)

Pariwisata ini dilakukan oleh orang-orang yang meninggalkan tempat tinggalnya untuk berlibur, untuk mencari udara segar yang baru, untuk memenuhi kehendak keingin-tahunya, untuk mengendorkan ketegangan saraf, untuk melihat sesuatu yang baru, untuk melihat keindahan alam, untuk mengetahui sejarah dan hikayat daerah setempat, untuk mendapatkan ketenangan di daerah luar kota, dan sebagainya.

2) Pariwisata untuk rekreasi (*recreation tourism*)

Pariwisata ini dilakukan oleh orang-orang yang menghendaki pemanfaatan hari-hari liburnya untuk beristirahat, untuk memulihkan kembali jasmani dan rohaninya. Biasanya mereka tinggal selama mungkin di tempat-tempat yang dianggapnya benar-benar menjamin tujuan-tujuan rekreasi tersebut (misalnya di tepi pantai, di pegunungan dan sebagainya) dengan tujuan memperoleh kenikmatan yang diperlukan.

3) Pariwisata untuk kebudayaan (*cultural tourism*)

Pariwisata ini ditandai dengan adanya rangkaian motivasi, seperti keinginan untuk belajar di pusat-pusat pengajaran dan riset, untuk mempelajari adat istiadat, kelembagaan, mengunjungi tempat bersejarah, dan peninggalan peradaban masa lalu.

4) Pariwisata untuk olahraga (*sport tourism*)

Pariwisata ini memiliki tujuan untuk menghadiri pagelaran peristiwa olah raga besar seperti *Olympiade Games* atau juga untuk mereka yang ingin berlatih dan mempraktekkan sendiri. Negara yang memiliki kelengkapan fasilitas atau tempat-tempat olahraga akan memiliki daya tarik sendiri tidak hanya oleh olahragawan saja namun juga para penonton dan penggemarnya.

5) Pariwisata untuk urusan usaha dagang (*business tourism*)

Pariwisata yang dilakukan untuk urusan bisnis yang dilakukan oleh pengusaha atau industrialis antara lain mencakup kunjungan ke pameran atau instalansi teknis yang bahkan menarik orang-orang di luar profesi ini.

6) Pariwisata untuk berkonvensi (*convention tourism*)

Peranan pariwisata ini makin lama makin penting. Pariwisata ini terjadi karena adanya konferensi, simposium, dan seminar nasional.

d. Manfaat Pariwisata

Pariwisata secara umum memiliki manfaat sebagai sarana untuk liburan. Pada kalangan tertentu ada juga yang menjadikan pariwisata sebagai sarana intelektual.

Menurut Samsuridjal dan Kaelany (2004:19) manfaat pariwisata lebih dari sekedar untuk hiburan dan intelektual. Pariwisata secara langsung juga memberikan manfaat untuk perekonomian terutama sumber devisa bagi negara khususnya bagi daerah di sekitar kawasan wisata tersebut. Sebagai contoh objek-objek wisata biasanya menarik pajak pada pengunjung dalam bentuk karcis masuk. Pada wisatawan asing yang datang berwisata dengan belanja yang cukup besar sehingga menambah pemasukan devisa. Belanja wisatawan yang berupa valuta asing akan memperkuat neraca pembayaran negara tujuan. Selain itu pemerintah juga akan dapat memperoleh masukan dari pajak-pajak yang berasal dari sektor usaha di sekitar kawasan destinasi wisata tersebut. Manfaat pariwisata di dalam pembangunan mencakup beberapa segi, yaitu :

a) Segi ekonomi

Perkembangan pariwisata dapat merangsang tumbuhnya beberapa usaha ekonomi tertentu yang saling menunjang dalam istilah teknisnya hal tersebut memperluas dasar perekonomian suatu negara.

b) Segi budaya

Pesatnya perkembangan industri pariwisata maka akan membawa pemahaman dan pengertian antar budaya melalui interaksi pengunjung wisata (turis) dengan masyarakat lokal tempat daerah wisata tersebut berada. Dari interaksi inilah para wisatawan dapat mengenal dan

menghargai budaya masyarakat setempat dan juga memahami latar belakang kebudayaan lokal yang dianut oleh masyarakat tersebut.

c) Segi pemeliharaan dan pemanfaatan lingkungan hidup

Pariwisata juga mendatangkan manfaat bagi lingkungan hidup karena sebuah objek wisata apabila ingin banyak mendapatkan kunjungan dari wisatawan haruslah terjaga kebersihannya sehingga kita menjadi terbiasa untuk merawat dan menjaga lingkungan kita agar selalu terjaga kebersihannya. Pembangunan pariwisata tidak mengakibatkan dampak-dampak negatif terhadap lingkungan dan penurunan kualitas tanah atau lahan pertanian baik lahan perladangan maupun persawahan. Kelestarian hutannya masih tetap terjaga dengan baik. Masyarakat secara bersama-sama dan sepakat untuk melestarikan hutan dan tanpa harus ketergantungan terhadap hutan tersebut. Pada dasarnya masyarakat lokal telah sadar terhadap perlunya pelestarian hutan, karena kawasan hutan yang dimaksud merupakan daerah resapan air yang bisa dipergunakan untuk kepentingan hidupnya maupun makhluk hidup yang lainnya serta untuk keperluan persawahan.

d) Segi nilai pergaulan dan ilmu pengetahuan

Manfaat pariwisata yang kita dapat dari segi nilai pergaulan adalah kita menjadi lebih banyak mempunyai teman dari berbagai negara dan kita bisa mengetahui kebiasaan orang yang dari masing-masing negara tersebut sehingga kita bisa mempelajari bagaimana kebiasaan yang baik di masing-

masing negara. Selain itu kita juga mendapat manfaat ilmu pengetahuan dari pariwisata karena dengan mempelajari pariwisata kita juga bisa tahu dimana letak dan keunggulan sebuah objek wisata sehingga kita bisa mempelajari mengapa sebuah objek wisata tersebut bisa maju dan bisa diterapkan di daerah objek wisata daerah kita yang belum berkembang dengan baik.

e) Memperluas kompetisi kerja

Industri pariwisata merupakan industri yang sifatnya menyerap kebutuhan tenaga kerja, tidak hanya mementingkan mesin-mesin saja. Sebagai industri yang sifatnya melayani, maka selain membutuhkan unsur cepat, murah, mudah dan nikmat juga ramah. Apabila rangkaian tenaga kerja pada industri penunjang pariwisata seperti penunjang industri kerajinan, hotel, toko-toko *souvenir*, dan sebagainya. Maka jumlah tenaga kerja yang diserap semakin banyak.

f) Menunjang perbaikan kesehatan dan prestasi kerja.

Manusia selalu ingin terlepas dari kejenuhan, kesibukan sehari-hari atau rasa bosan dengan mendambakan suasana baru, lingkungan baru walaupun hanya untuk sementara.

Manfaat pariwisata menurut Samsuridjal dan Kaelany (2004:22) secara khusus terdiri dari beberapa nilai pergaulan dalam hidup, antara lain berupa:

- 1) Timbulnya rasa cinta tanah air.
- 2) Menghilangkan rasa kedaerahan atau kesukuan yang berlebihan.
- 3) Memperluas penggunaan bahasa nasional
- 4) Merangsang majunya kesenian daerah, baik berupa ukiran, tarian, maupun lukisan dan lain-lain.
- 5) Membantu tumbuhnya budaya Indonesia.
- 6) Memajukan ekonomi dan membantu pemerataan pembangunan daerah.

7) Membantu pembentukan “*nation building*”.

Dalam Undang-Undang RI Nomor 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata, bab I, pasal 3 dinyatakan bahwa kepariwisataan berfungsi memenuhi kebutuhan jasmani, rohani, dan intelektual setiap wisatawan dengan rekreasi dan perjalanan serta meningkatkan pendapatan negara untuk mewujudkan kesejahteraan rakyat. Adapun tujuan pariwisata nasional adalah:

1. Segi Ekonomi

- a. Meningkatkan pertumbuhan ekonomi.
- b. Meningkatkan kesejahteraan rakyat.
- c. Menghapus kemiskinan.
- d. Mengatasi pengangguran.

2. Segi Lingkungan

- a. Melestarikan alam, lingkungan, dan sumber daya.
- b. Memajukan kebudayaan.

3. Segi Kebangsaan

- a. Mengangkat citra bangsa.
- b. Memupuk rasa cinta tanah air.
- c. Memperkukuh jati diri dan kesatuan bangsa.
- d. Mempererat persahabatan antarbangsa.

2. Pengembangan Pariwisata

Menurut Aje Siregar (2016) pengembangan adalah suatu usaha menuju kearah yang lebih baik, yang berarti ada perubahan dan pertumbuhan. Perubahan itu bisa dalam arti kualitas dan kuantitas dalam konteks pariwisata secara kualitas berarti meningkatkan objek wisata dan peningkatan mutu pelayanan. Sedangkan secara kuantitas berarti perluasan penganekaragaman objek wisata serta akomodasi lainnya.

Pengembangan pariwisata di suatu daerah memiliki tujuan yang sangat berkaitan dengan pembangunan perekonomian daerah tersebut. Pengembangan pariwisata di suatu daerah selalu akan diperhitungkan tidak hanya mempertimbangkan kenyamanan wisatawannya namun juga masyarakat di sekitar kawasan wisata tersebut. Jika pengembangan pariwisata di suatu kawasan yang menjadi tujuan wisata baik maka akan menjadi daya tarik sendiri untuk menarik pengunjung yang tentu saja dapat memberi keuntungan dan manfaat tidak hanya untuk para wisatawan namun juga untuk masyarakat serta pemerintah.

Pengembangan pariwisata dapat dilakukan dari dua segi, yaitu:

- 1) Dari segi fisik
 - a) Membangun sarana dan prasarana pariwisata yang baik di objek wisata.
 - b) Melengkapi sarana prasarana yang sudah ada di objek wisata
- 2) Dari segi non fisik
 - a) Meningkatkan pelayanan (*service*) kepada para pengunjung dengan meningkatkan daya manusia sebagai pengelola objek wisata.

- b) Menampilkan kebudayaan-kebudayaan yang ada di daerah seperti seperti yang dapat dinikmati oleh pengunjung.
- c) Memunculkan sesuatu yang khas dan menjadi daya tarik di suatu daerah seperti makanan khas, kerajinan tangan, dan sebagainya.

3. Strategi

a. Defenisi strategi

Strategi adalah alat untuk mencapai tujuan jangka panjang. Strategi adalah suatu tindakan potensial yang membutuhkan keputusan manajemen tingkat atas dan sumber daya perusahaan dalam jumlah yang besar (Fred, David dalam Maryam, S., & Waridin, W., 2011)

Strategi pada prinsipnya berkaitan dengan persoalan ataupun masalah biasanya berkaitan dengan kebijakan pelaksanaan, penentuan cara-cara atau metode penggunaan sarana prasarana. Pembahasan mengenai strategi selalu berkaitan dengan tujuan, sarana dan cara (Suryono dalam Primadany, S. R., 2013). Oleh karena itu, strategi harus didukung dengan kemampuan mengantisipasi kesempatan yang ada. Dalam pelaksanaan untuk melakukan pengembangan pariwisata di daerah, pemerintah daerah harus mampu mempersiapkan dan melakukan berbagai upaya dalam proses pengembangan sarana dan prasarana.

b. Manajemen strategi

1) Pengertian manajemen strategi

Manajemen adalah proses perencanaan, pengorganisasian, pengarahan dan sumber daya organisasi dalam rangka mencapai sasaran. Strategi adalah penentuan dan sasaran jangka panjang perusahaan ditetapkan aksi dan alokasi sumber daya yang dibutuhkan untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Sedangkan manajemen strategi adalah serangkaian keputusan dan tindakan yang mendasar yang dibuat oleh manajemen puncak dan diimplikasikan oleh seluruh jajaran suatu organisasi dalam rangka pencapaian tujuan organisasi tersebut (Wahid, Abdul, 2015).

Manajemen strategi adalah serangkaian keputusan dan tindakan mendasar yang dibuat oleh manajemen puncak serta diimplementasikan oleh jajaran suatu organisasi dalam rangka pencapaian tujuan organisasi tersebut (Siagian dalam Rahayu, R. P.,2015).

2) Manfaat manajemen strategi

Manfaat dari manajemen strategi adalah membantu organisasi untuk :

- a) Berfikir secara strategi dan mengembangkan strategi yang efektif.
- b) Memperjelas arah masa depan.
- c) Menciptakan prioritas.
- d) Membuat keputusan sekarang dengan mengingat konsekuensi masa depan.
- e) Mengembangkan landasan yang koheren dan kokoh bagi pembuatan keputusan.
- f) Menggunakan keleluasaan yang maksimum dalam bidang-bidang yang berada di bawah kontrol organisasi.

- g) Membuat keputusan yang melintasi tugas dan fungsi.
- h) Memecahkan masalah utama organisasi.
- i) Menangani keadaan yang berubah dengan cepat secara efektif.
- j) Membangun kerja kelompok dan keahlian.

3) Perumusan Strategi

Perumusan Byson suatu strategi yang efektif itu harus memenuhi beberapa kriteria, yaitu :

- a) Strategi secara teknis harus dapat dijalankan.
- b) Strategi secara politis harus dapat diterima oleh para *key stakeholder*
- c) Strategi harus sesuai dengan filosofi dari nilai-nilai organisasi.
- d) Strategi harus sesuai dengan isu strategi yang hendak dipecahkan.

4. Objek Wisata

Menurut Gamal (2004: 31) daya tarik wisata yang juga disebut objek wisata merupakan potensi yang menjadi pendorong kehadiran wisatawan ke suatu daerah tujuan wisata.

a. Pengusahaan objek wisata dikelompokkan ke dalam:

1. Pengusahaan objek wisata alam.
2. Pengusahaan objek wisata budaya.
3. Pengusahaan objek wisata minat khusus.

Objek wisata memiliki kedudukan yang sangat menentukan sehingga harus dirancang, dibangun dan dikelola dengan sedemikian rupa sehingga dapat menarik wisatawan untuk datang. Dengan begitu objek wisata harus dirancang berdasarkan kriteria tertentu.

b. Daya tarik objek wisata secara umum:

1. Adanya sumber daya yang dapat menimbulkan rasa senang, indah, nyaman dan bersih.
2. Adanya aksesibilitas yang tinggi untuk dapat mengunjunginya.
3. Adanya ciri khusus/spesifikasi yang bersifat langka.
4. Adanya sarana dan pra sarana penunjang untuk melayani para wisatawan yang hadir.
5. Objek wisata alam mempunyai daya tarik tinggi karena keindahan alam pegunungan, sungai, pantai, pasir, hutan, dan sebagainya.
6. Objek wisata budaya mempunyai daya tarik tinggi karena memiliki nilai khusus dalam bentuk atraksi kesenian upacara-upacara adat, nilai luhur yang terkandung dalam sebuah objek buah karya manusia masa lampau.

Menurut Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 9 Tahun 1990 tentang kepariwisataan, ada dua jenis objek dan daya tarik wisata, yaitu:

- a. Objek dan daya tarik wisata ciptaan Tuhan Yang Maha Esa yang berwujud keadaan alam, flora dan fauna.
- b. Objek dan daya tarik wisata hasil karya manusia yang berwujud museum, peninggalan purbakala, peninggalan sejarah, seni budaya, wisata argo, wisata tirta, wisata buru, wisata petualangan alam, taman rekreasi, dan tempat hiburan.

Menurut Yoeti, Oka A (1996) objek wisata adalah obyek yang tidak dipersiapkan sebelumnya dengan kata lain objek tersebut diadakan tanpa bantuan orang lain.

5. Wisata Halal

Pariwisata halal adalah konsep baru pariwisata. Pariwisata ini bukanlah pariwisata religi seperti umroh dan menunaikan ibadah haji. Pariwisata halal adalah pariwisata yang melayani liburan, dengan menyesuaikan daya liburan sesuai dengan kebutuhan dan permintaan traveler muslim. Dalam hal ini maksudnya adalah hotel yang mengusung prinsip syariah tidak melayani minuman beralkohol dan memiliki kolam renang dan fasilitas spa terpisah untuk pria dan wanita (Wuryasti dalam Jaelani, A. (2017).

Pariwisata dan Ekonomi Kreatif menyatakan bahwa wisata Islami di definisikan sebagai kegiatan yang didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah yang memenuhi ketentuan Islami. Semua upaya pemasaran dan pengembangan produk diarahkan pada muslim, bahkan tanpa motivasi sepenuhnya agama (Hendersonm dalam Rizka, R., 2016).

Menurut Hamarmeh dalam Jaelani, A. (2017) berpendapat bahwa pariwisata Halal (Islami) merupakan upaya yang menekankan pentingnya turis muslim dan non-muslim sebagai pasar dan tujuan baru untuk pariwisata. Dengan kata lain, upaya tersebut mencoba untuk mempromosikan pariwisata di kalangan umat

Islam, mengembangkan tujuan wisata baru, dan memperkuat antar organisasi dan kerjasama antar pemerintah di dunia Islam.

Shakiry (2006), menurutnya bahwa konsep pariwisata halal (Islami) tidak terbatas pada pariwisata religius, tetapi meluas ke segala bentuk pariwisata kecuali yang melawan nilai Islam.

Menurut Hassan (2016) dalam arti sempit wisata halal (Islami) dapat berarti wisata religius (mengunjungi tempat-tempat ibadah diseluruh dunia). Tapi dalam arti luas, wisata Islami adalah jenis pariwisata yang menganut nilai islam. Kebanyakan dari nilai tersebut dibagi dengan keyakinan agama dan non-agama lainnya (sebagai contoh kode etik dipromosikan oleh organisasi pariwisata lainnya). Ini dinamakan respek bagi masyarakat lokal dan lingkungan sekitar, menguntungkan bagi warga setempat, kesopanan dan belajar tentang budaya di dirinya

Hassan (2016), mengatakan bahwa pariwisata halal (Islami) berarti dimensi etika baru di bidang pariwisata. Berdiri untuk umum diterima sebagai standar nilai moralitas dan kesesuaian tinggi. Hal ini juga untuk menghormati kepercayaan dan tradisi lokal, serta peduli lingkungan. Ini merupakan pandangan baru pada kehidupan masyarakat, membawa kembali nilai-nilai ke panggung utama di usia dimana konsumen wisata atau turis merajalela dan semuanya tersedia untuk penggunaan dan penyalahgunaan dengan cara yang paling egois.

a. Konsep dan karakteristik wisata halal

Pariwisata halal memiliki karakteristik produk dan jasa yang universal, keberadaannya dapat dimanfaatkan oleh banyak orang. Produk dan jasa wisata, objek

wisata dan tujuan wisata dalam pariwisata halal adalah sama dengan produk, jasa, objek dan tujuan wisata pada umumnya selama tidak bertentangan dengan nilai-nilai dan etika islami. Adanya nilai-nilai dan etika islami yang melekat tersebut menjadikan para wisatawan dalam melakukan kegiatan wisata disamping memperoleh kesenangan yang bersifat duniawi, juga mendapatkan kesenangan yang sejalan dengan nilai-nilai yang selara dan seiring dengan tujuan dijalankannya Islami, yaitu memelihara kesejahteraan manusia yang mencakup perlindungan terhadap keimanan, kehidupan, akal, dan harta benda. Pariwisata halal merupakan segmen penting yang khusus dirancang terhadap muslim yang mematuhi aturan islami, dimana tempat-tempat tujuan atau fasilitas lain seperti hotel tidak melayani alkohol, menyediakan makanan yang halal, dan fasilitas ibadah yang lengkap.

Pariwisata halal (Islami) telah diperkenalkan sejak tahun 2000 dari pembahasan pertemuan OKI. Pariwisata halal merupakan suatu permintaan wisata yang didasarkan pada gaya hidup wisatawan muslim selama liburan. Selain itu, pariwisata halal merupakan pariwisata yang fleksibel, rasional, sederhana dan seimbang. Pariwisata ini bertujuan agar wisatawan termotivasi untuk mendapatkan kebahagiaan dan berkat dari Allah (Munirah dalam Commed, J., 2017). Negara-negara Muslim cenderung menafsirkan pariwisata berdasarkan apa yang Al-Qur'an katakan. Berikut bentuk pariwisata berdasarkan Al-Qur'an :

1. Hijja, melibatkan perjalanan dan ziarah ke Mekah. Perjalanan ini merupakan persyaratan untuk setiap muslim dewasa yang sehat. Setidaknya sekali dalam seumur hidup untuk melakukan haji.

2. Zejara, mengacu pada kunjungan ke tempat-tempat suci lainnya.
3. Rihla, adalah perjalanan untuk alasan lain, seperti pendidikan dan perdagangan.

Penekanannya adalah pada gerakan terarah, sebagai komponen dari perjalanan spiritual dalam pelayanan Tuhan. Shari'ah hukum menentukan apa yang dapat diterima-halal dan apa yang tidak diterima-haram dalam kehidupan sehari-hari dan selama perjalanan (Kovjanic dalam Pratiwi, A. E. (2016). Karakteristik Pariwisata syariah menurut Chukaew (2015), terdapat tujuh faktor standar pengukuran pariwisata syariah dari segi administrasi dan pengelolaannya untuk semua wisatawan yang hal tersebut dapat menjadi suatu karakteristik tersendiri, yaitu :

1. Pelayanan kepada wisatawan harus cocok dengan prinsip muslim secara keseluruhan;
2. Pemandu dan staf harus memiliki disiplin dan menghormati prinsip-prinsip Islam;
3. Mengatur semua kegiatan agar tidak bertentangan dengan prinsip Islam;
4. Bangunan harus sesuai dengan prinsip-prinsip Islam;
5. Restoran harus mengikuti standar internasional pelayanan halal;
6. Layanan transportasi harus memiliki keamanan sistem proteksi;
7. Ada tempat-tempat yang disediakan untuk semua wisatawan muslim melakukan kegiatan keagamaan dan bepergian ke tempat-tempat yang tidak bertentangan dengan prinsip Islam.

b. Pariwisata dan Islam

Pengembangan pariwisata islami, mengacu pada ajaran Islam untuk terus melakukan usaha mengembangkan ekonomi dari kekayaan alam yang telah

diciptakan Allah SWT. Dalam Al-Quran dijelaskan agar manusia mencari keuntungan dari apa yang diciptakan Allah (QS.An- Nahl,16:14) :

"Dan Dia-lah, Allah yang menundukkan lautan (untukmu), agar kamu dapat memakan daripadanya daging yang segar (ikan), dan kamu mengeluarkan dari lautan itu perhiasan yang kamu pakai; dan kamu melihat bahtera berlayar padanya, dan supaya kamu mencari (keuntungan) dari karunia-Nya, dan supaya kamu bersyukur".

Ayat tersebut menandakan bahwa manusia diberi kesempatan untuk eksplorasi apa yang ada di muka bumi. Oleh sebab itu, setiap muslim diwajibkan untuk berusaha mengembangkan sesuatu yang bermanfaat. Allah menyukai orang-orang yang kuat dan mau berusaha, serta mampu menciptakan kreasi baru yang lebih baik untuk kebahagiaan di dunia dan akhirat. Selain itu, di dalam Al-Qur'an ayat lainnya juga menjelaskan bahwa perjalanan atau wisata merupakan suatu perintah untuk memahami dan mengenal tuhan pencipta alam semesta ini, sebagaimana yang difirmankan dalam (QS. Saba : 18) yang artinya, yaitu :

"Dan kami jadikan antara mereka dan antara negeri-negeri yang kami limpahkan berkat kepadanya, beberapa negeri yang berdekatan dan kami tetapkan antara negeri-negeri itu (jarak-jarak) perjalanan, berjalanlah kamu di kota-kota itu dalam malam dan siang hari dengan aman"

Dalam ayat tersebut terkandung maksud antara lain agar kita peduli terhadap kedisiplinan dan kerapian baik dalam perjalanan maupun ditempat masing-masing. Jelaslah bahwa pariwisata adalah bentuk ibadah muamalah yaitu mengajak atau

menganjurkan manusia untuk memahami siapa sebenarnya dirinya, mengapa ia diciptakan, dan mau kemana arah dari hidup yang sebenarnya. Karena dengan melakukan perjalanan dimuka bumi ini kita akan mengenal alam semesta sebagaimana dijelaskan dalam Al-Qur'an.

6. Perbedaan Wisata Halal dengan Wisata Lainnya

Pada dasarnya pariwisata halal sama seperti pariwisata pada umumnya, hanya saja konsep ini secara eksplisit akan memberi beberapa batasan dengan tujuan memberi kenyamanan. Wisata halal dan wisata konvensional meskipun berbeda secara konsep, namun tidak berarti saling meniadakan dan menghilangkan satu sama lain. Wisata konvensional pada prinsipnya dapat mendukung terselenggarakannya wisata halal (Islami), sepanjang tidak bertentangan dengan kaidah hukum Islam. Menurut Hamzah dan Yudiana (2015) dalam Jaelani, A. (2017) berikut perbedaan wisata konvensional, wisata religi dan wisata syariah :

Tabel 2. 1

Perbedaan Wisata Konvensional, Wisata Religi, Dan Wisata Halal/Syariah

No.	Aspek	Wisata Konvensional	Wisata Religi	Wisata Halal/Syari'ah
1	Objek	Alam, budaya, heritage, Kuliner	Tempat ibadah, peninggalan sejarah	Semuanya.
2	Tujuan	Menghibur	Meningkatkan spiritualitas	Meningkatkan spiritualitas dengan cara menghibur.
3	Target	Menyentuh kepuasan dan kesenangan yang berdimensi nafsu, semata-mata hanya untuk hiburan.	Aspek spiritualitas yang bisa menenangkan jiwa. Guna mencari ketenangan batin.	Memenuhi keinginan dan kesenangan serta menumbuhkan kesadaran beragama.
4	Guide	Memahami dan menguasai informasi sehingga bisa menarik wisatawan terhadap obyek wisata.	Menguasai sejarah tokoh dan lokasi yang menjadi obyek wisata	Membuat turis tertarik pada obyek sekaligus membangkitkan spirit religi wisatawan. Mampu menjelaskan fungsi dan [eran syariah dalm bentuk kebahagiaan dan kepuasan batin dalam kehidupan manusia.
5	Fasilitas Ibadah	Sekedar pelengkap.	Sekedar pelengkap.	Menjadi bagian yang menatu dengan obyek pariwisata, ritual ibadah menjadi bagian paket hiburan.
6	Kuliner	Umum.	Umum.	Spesifik halal.

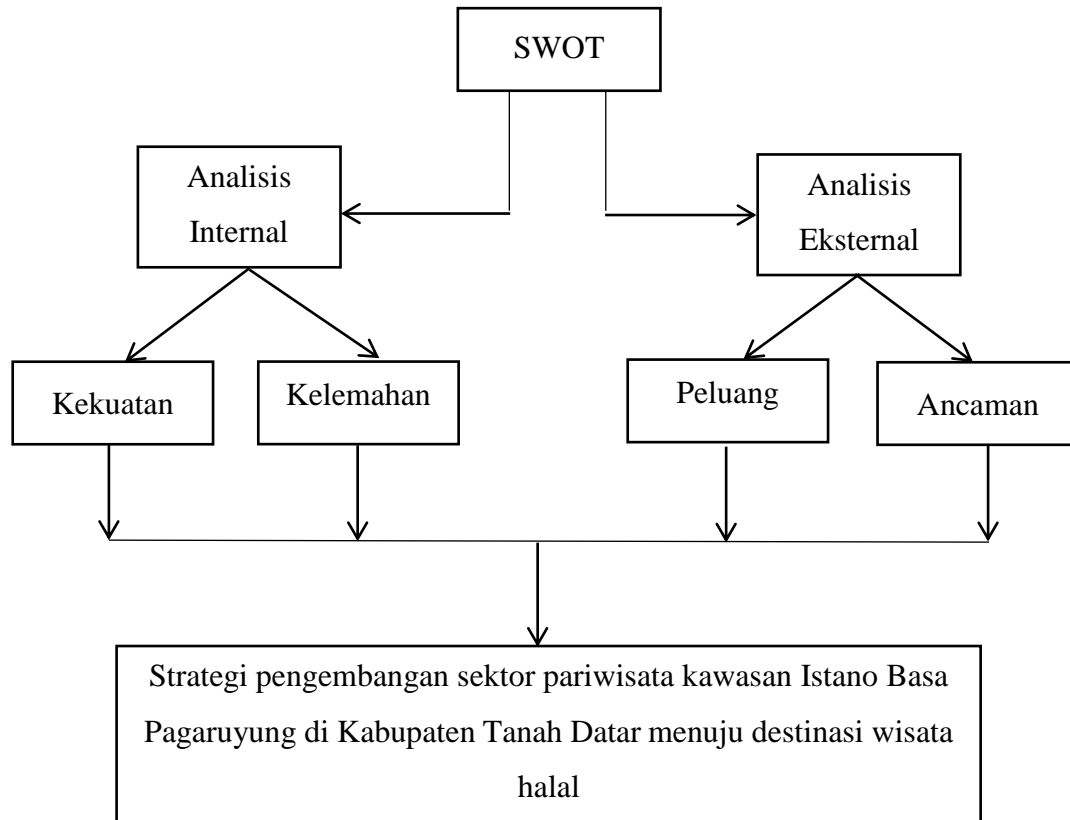
7	Relasi Masyarakat dan Lingkungan Obyek Wisata	Komplomentar dan hanya untuk keuntungan materi.	Komplementar dan hanya untuk keuntungan materi.	Integrated, intrraksi brdasar pada prinsip syariah.
8	Agenda Perjalanan	Setiap waktu.	Waktu-waktu tertentu.	Memperhatikan waktu.

7. Analisis SWOT

Rangkuti dalam Wiwin (2017) mendefenisikan strategi merupakan alat untuk mencapai tujuan jangka panjang. Strategi adalah tindakan potensial yang membutuhkan keputusan manajemen tingkat atas ada sumber daya perusahaan dalam jumlah yang besar. Strategi memiliki konsekuensi yang multifungsi dan multidimensi serta perlu mempertimbangkan faktor-faktor eksternal dan internal yang dihadapi perusahaan. Salah satu langkah dalam pengambilan keputusan strategis yaitu dengan menggunakan teknik analisis SWOT. Dalam perkembangannya saat ini analisis SWOT, banyak dipakai dalam penyusunan perencanaan strategi bisnis (*strategic business planning*) yang bertujuan untuk menyusun strategi-strategi jangka panjang sehingga arah dan tujuan perusahaan dapat dicapai dengan jelas dan dapat segera diambil keputusan.

Gambar 2. 1

Diagram Proses Pengambilan Keputusan Strategis



Sumber: Rangkuti (2014:20)

Analisis SWOT didasarkan pada logika yang dapat memaksimalkan kekuatan (*strength*) serta peluang (*opportunities*), namun secara bersama dapat meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*threats*). Proses pengambilan keputusan strategis selalu berkaitan dengan pengembangan misi, tujuan dan strategi, serta kebijakan perusahaan. Dengan demikian perencana strategis (*strategic planner*) harus

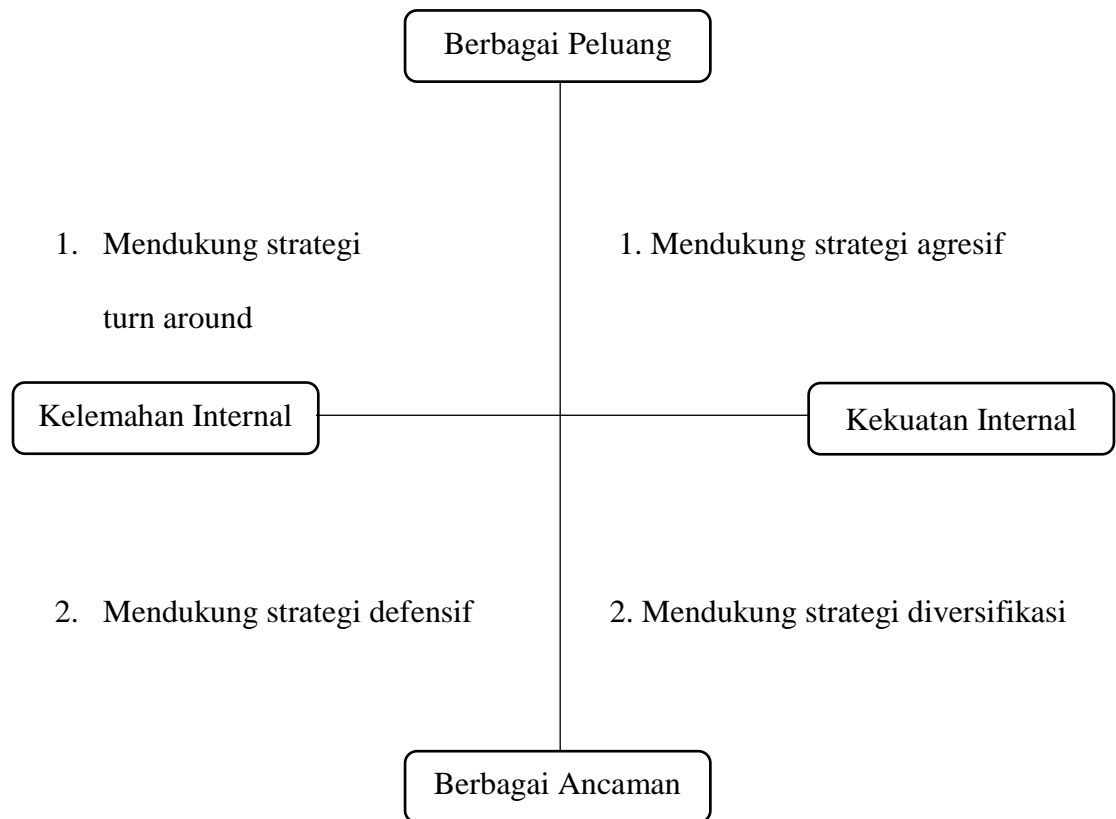
menganalisis faktor-faktor strategis perusahaan (kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman) dalam kondisi yang ada pada saat ini. Hal ini disebut dengan analisis situasi. Model yang paling populer dalam analisis situasi ini adalah analisis SWOT (Rangkuti, 2006).

Rangkuti dalam Wiwin (2006) tahapan proses pengambilan keputusan strategis ini dimulai dari pertama yaitu kegiatan evaluasi yang terdiri (a) evaluasi kinerja saat ini dan (b) evaluasi misi, tujuan serta kebijakan. Kedua analisis budaya manajer (manajemen puncak). Ketiga analisis lingkungan eksternal. Keempat analisis lingkungan internal. Kelima kegiatan analisis terhadap (a) faktor strategis SWOT yang meliputi pemilihan faktor strategis (peluang, ancaman) dan pemilihan faktor strategis (kekuatan, kelemahan), (b) evaluasi review (misi, tujuan, strategi). Keenam memilih alternatif terbaik. Ketujuh implementasi strategi. Kedelapan yaitu evaluasi serta pengendalian.

Gambaran mengenai analisis SWOT membandingkan antara faktor eksternal peluang (*opportunities*) dan ancaman (*threats*) dengan faktor internal kekuatan (*strengths*) dan kelemahan (*weaknesses*). Adapun model yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

Gambar 2. 2

Analisis SWOT



Sumber : (Rangkuti, 2014 : 20)

Keterangan (Rangkuti, 2014:21)

1. Kuadran I (Positif, Positif)

Ini merupakan situasi yang sangat menguntungkan. Perusahaan tersebut memiliki peluang dan kekuatan sehingga dapat memanfaatkan peluang yang

ada. Strategi yang harus diterapkan dalam kondisi ini adalah mendukung kebijakan pertumbuhan yang agresif (*growth oriented strategy*).

2. Kuadran II (Positif, Negatif)

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

3. Kuadran III (Negatif, Positif)

Perusahaan menghadapi peluang pasar yang sangat besar, tetapi di lain pihak, ia menghadapi beberapa kendala/kelemahan internal. Kondisi bisnis pada kuadran 3 ini mirip dengan *Question Mark* pada BCG matrix. Fokus strategi perusahaan ini adalah meminimalkan masalah-masalah internal perusahaan sehingga dapat merebut peluang pasar yang lebih baik.

4. Kuadran IV (Negatif, Negatif)

Ini merupakan situasi yang sangat tidak menguntungkan, perusahaan tersebut menghadapi berbagai ancaman dan kelemahan internal.

8. Strategi Positioning

Strategi *positioning* merupakan strategi yang berusaha menciptakan differensiasi yang unik dalam benak pelanggan sasaran sehingga terbentuk citra (*image*) produk yang lebih unggul dibandingkan dengan merek lain atau produk pesaing. Kunci utama keberhasilan *positioning* terletak pada persepsi yang diciptakan

terhadap produk. Selain ditentukan oleh persepsi pelanggan sendiri dipengaruhi oleh para pesaing dan pelanggan mereka.

Dalam melakukan *positioning* ada tujuh pendekatan yang dapat digunakan (Tjiptono, 1997:110) yaitu:

1. *Positioning* berdasarkan atribut

Positioning dengan cara mengasosiasikan produk dengan atribut tertentu, karakteristik khusus atau dengan manfaat bagi pelanggan.

2. *Positioning* berdasarkan harga dan kualitas (*price and quality positioning*)

Positioning yang berusaha menciptakan kesan/citra/image berkualitas tinggi lewat harga tinggi atau dengan sebaliknya menekan harga murah sebagai indikator nilai.

3. *Positioning* yang dilandasi aspek penggunaan atau aplikasi (*use application positioning*).

4. *Positioning* berdasarkan pemakai produk (*user positioning*)

5. *Positioning* berdasarkan kelas produk tertentu (*product class positioning*)

Positioning yang menghubungkan produk dengan produk lain kelas produk yang serupa.

6. *Positioning* berdasarkan dengan pesaing (*competitor positioning*)

Positioning yang berkaitan dengan posisi persaingan terhadap pesaing utama.

7. *Positioning* berdasarkan manfaat (*benefit positioning*)

Positioning yang berhubungan dengan bagaimana produk tersebut digunakan berdasarkan manfaat : kenyamanan dan kemampuan produk tersebut.

Adapun tujuan pokok strategi *positioning* (Tjiptono, 1999: 112) adalah :

1. Untuk menempatkan atau memposisikan produk dipasar sehingga produk tersebut terpisah atau berbeda dengan merek-merek yang bersaing.
2. Untuk memposisikan produk sehingga dapat menyampaikan beberapa hal pokok kepada pelanggan.

9. Analisis Trend Linier

Analisis trend linier merupakan suatu metode analisis yang digunakan untuk melakukan suatu estimasi atau peramalan pada masa yang akan datang dengan menggunakan berbagai macam informasi (data) yang cukup banyak dan diamati pada periode yang cukup lama. Menurut Iqbal dalam Wiwin (2017) analisis trend linier adalah analisis yang variabel X nya (periode waktu) berpangkat paling tinggi satu. Trend linier memiliki bentuk persamaan berupa persamaan garis lurus.

$$Y = a + bX$$

Y = data berkala atau nilai trend periode tertentu

X = periode waktu

a = konstanta, nilai Y jika X = 0

b = koefisien X, kemiringan garis trend

Untuk menentukan garis trend, terlebih dahulu dicari nilai a dan b. Artinya, jika nilai a dan b sudah diketahui maka garis trend dapat dibuat. Nilai a dan b dapat ditentukan dengan beberapa metode, yaitu :

- a. Metode kuadrat terkecil (*least square*)

Dengan metode kuadrat terkecil, nilai a dan b dari persamaan trend linier dapat ditentukan dengan rumus :

$$a = \frac{\sum y}{n}, \text{ dan } b = \frac{\sum xy}{\sum x^2}$$

Y = nilai data berkala

n = jumlah periode waktu

x = tahun kode

b. Metode matematis

Dengan metode matematis, nilai a dan b dari persamaan trend linier ditentukan dengan menggunakan persamaan normal, berikut ini :

$$\sum y = n \cdot a + b \sum x$$

$$\sum xy = a \sum x + b \sum x^2$$

Penyelesaiannya adalah dengan menggunakan system persamaan linier dua variable.

Pada sistem persamaan linier diatas, X merupakan tahun kode bagi tahun yang digunakan dalam data berkala tersebut, yaitu :

- 1) Untuk tahun pertama, nilai X = 0
- 2) Untuk tahun kedua, nilai X = 1
- 3) Untuk tahun ketiga, nilai X = 2, dst

B. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu ini memuat berbagai penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti sebelumnya baik dalam penelitian biasa, skripsian, tesis, ataupun jurnal yang masih memiliki hubungan dengan penelitian yang akan dilakukan. Dengan

demikian, maka adanya penelitian tersebut dapat mendasari pemikiran penulis dalam menyusun skripsi. Adapun penelitiannya sebagai berikut :

Sugiarti, Ariqa Nurwilda (2015), mengemukakan bahwa Potensi wisata syariah di Bandung sangat besar sekali, tetapi masih banyak pelaku usaha yang belum sadar akan potensi ini karena wisata syariah terkesan eksklusif hanya untuk orang muslim. Persepsi inilah yang akan diklarifikasikan terhadap pengembangan konsep dan prinsip wisata syariah, agar pasar tidak hanya terbatas karena perbedaan keyakinan. Bandung sudah punya potensi wisata alam, sejarah, budaya, rekreasi, dan wisata khusus yang dapat mendatangkan wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara untuk mengunjungi Kota Bandung. Selain itu mayoritas penduduk Bandung juga beragama muslim serta mempunyai beberapa masjid dan pesantren yang potensial untuk dijadikan daya tarik wisata syariah. Salah satu contoh pengembangan pariwisata syariah adalah dengan memberikan kemudahan kepada wisatawan muslim untuk tetap menjalankan kewajibannya untuk beribadah sesuai ajarannya yang syari. Seperti makanan yang halal dan ketersediaan tempat ibadah yang nyaman.

Jaelani (2017), mengemukakan pariwisata halal di Indonesia memiliki prospek ekonomi yang baik sebagai bagian dari industri pariwisata nasional. Industri wisata ini bertujuan bukan hanya memberikan aspek material dan psikologis bagi wisatawan itu sendiri, melainkan juga memiliki kontribusi dalam peningkatan pendapatan pemerintah. Wisata halal ini tidak bersifat eksklusif, namun inklusif bagi semua wisatawan (muslim dan non-muslim). Inti dari wisata halal menekankan

prinsip-prinsip syari'ah dalam pengelolaan pariwisata dan pelayanan yang santun dan ramah bagi seluruh wisatawan dan lingkungan sekitarnya. Karena itu, untuk mewujudkan Indonesia sebagai kiblat wisata halal dunia, maka strategi pengembangannya diarahkan pada pemenuhan indeks daya saing pariwisata sebagai indikator-indikator utamanya, antara lain melakukan pembenahan infrastruktur, promosi, penyiapan sumber daya manusia, khususnya peningkatan kapasitas pelaku usaha pariwisata.

Refnoliza, Gustia (2015), mengemukakan strategi pengembangan objek wisata Istana Basa Pagaruyung di Kabupaten Tanah Datar sudah bisa dilaksanakan daengan baik. Hal ini berkaitan erat dengan berbagai kendala-kendala yang sangat signifikan sehingga mempengaruhi keberhasilan strategi yang tealh ditetapkan Dinas Kebudayaan Pariwisata Pemuda dan Olahraga sebelumnya. Selain itu juga faktor-faktor yang mempengaruhi strategi dinas pariwisata dalam pengembangan pariwisata di Kabupaten Tanah Datar adalah faktor kekuatan berupa adanya dukungan dari Pemerintah, faktor keuangan Daerah terbatas, faktor peluang banyaknya objek wisata alam, bahari, sejarah yang berbeda dari daerah lainnya.

Wahid, Abdul (2015), mengemukakan bahwa strategi pengembangan wisata Nusa Tenggara Barat menuju destinasi wisata Islami. Berdasarkan pembahasan dan hasil penelitian yang telah ada pada bab sebelumnya maka dapat ditarik kesimpulan:1. Faktor pendorong wisata Islami di Nusa Tenggara Barat adalah sumberdaya alam yang asri, wisata Lombok sebagai wisata yang halal dunia, aksesibilitas dan konektivitas yang mudah, kemudahan promosi, sarana ibadah yang

lengkap, harga wisata yang murah. 2. Strategi prioritas dalam pengembangan wisata Islami di Nusa Tenggara Barat berdasarkan analisis SWOT adalah dengan peningkatan dan perbaikan infrastruktur, memanfaatkan objek-objek wisata yang asri, memperluas jaringan dan promosi, mendorong investasi sektor pariwisata dan peningkatan pemberdayaan masyarakat. 3. Potensi kunjungan dan retribusi sektor pariwisata di Nusa Tenggara Barat pada tahun ke tahun akan mengalami perkembangan yang cukup pesat.

Kurniawati, Wiwin (2017), mengemukakan bahwa strategi pengembangan kawasan pantai kartini sebagai kawasan wisata Islami. Berdasarkan pembahasan dan hasil penelitian yang maka dapat ditarik kesimpulan : 1. Menurut penilaian pengunjung kinerja dari pengelola kawasan wisata ini sudah baik dan harus dipertahankan. 2. Diperkirakan retribusi sektor pariwisata di kawasan ini meningkat dari tahun ke tahun dan akan lebih meningkat pula apabila sarana dan prasarannya terus diperbaiki. 3. Pemerintah Kabupaten Jepara perlu meningkatkan pengembangan kawasan wisata dengan maksimal agar dapat menarik para investor untuk berinvestasi pada bidang pariwisata di kawasan wisata pantai kartini. 4. Pengelola kawasan ini diharapkan pula dapat meningkatkan dan menjaga segala sarana fasilitas yang berada di lokasi wisata agar dapat memberikan kenyamanan bagi para wisatawan yang berkunjung.

C. Kerangka Pemikiran

Kerangka dasar pemikiran digunakan sebagai dasar atau landasan dalam pengembangan berbagai konsep dan teori yang digunakan dalam penelitian ini termasuk strategi pengembangan serta analisis potensi untuk kedepannya. Strategi pengembangan disusun atas dasar analisa SWOT dari potensi yang ada dengan memanfaatkan peluang dan keunggulan yang ada serta bagaimana meminimalkan resiko dan menghindari ancaman dimasa yang akan datang. Dengan adanya analisa tersebut diharapkan dapat merumuskan rencana strategis yang bisa dijadikan pedoman untuk kedepan. Untuk mengetahui prospek dan potensi pengembangan wisata halal di kawasan Istano Basa Pagaruyung di masa yang akan datang dapat dilakukan dengan cara menggunakan trend linier dan untuk mengetahui posisi Kabupaten Tanah Datar dalam mengembangkan pariwisata halal ini menggunakan analisis *positioning*.

Untuk memperjelas kerangka berpikir ini, akan peneliti sajikan dalam bentuk table :

Gambar 2.3

Kerangka Pemikiran