

**Peranan Biro Perjalanan Wisata Dalam Mengembangkan
Wisata Halal Di Lombok Tengah Dan Lombok Barat**

Abdul Muttalib

*Dosen Fakultas Ekonomi, Program Studi Ekonomi Islam
Universitas Dahdlatul Ulama (UNU) NTB*

ABSTRAK

Sektor pariwisata sangat penting untuk dikembangkan. Factor pendukung pengembangan seperti penyedia jasa (biro) perjalanan pariwisata turut berperan serta meskipun belum begitu besar dalam pengembangan wisata halal yang sedang berkembang, di provinsi NTB, khususnya di kabupaten Lombok Barat. Penyedia jasa perjalanan wisata menyadari sepenuhnya berbagai kekurangan produk atau paket wisata sehingga belum secara nyata bisa memenuhi kebutuhan wisatawan. Akan tetapi terlihat usaha dan upaya untuk menjadi bagian integratif dalam rangka mengembangkan wisata halal. Wisata halal belum begitu besar implikasinya, namun ide dan pemikiran, gagasan dan upaya terus dipersiapkan secara maksimal dalam rangka mendukung pengembangan wisata halal.

Kata Kunci: *Perjalanan wisata, pariwisata, wisata halal*

PENDAHULUAN

Presiden Republik Indonesia menetapkan sektor pariwisata sebagai sumber APBN. Pada tahun anggaran 2016 sektor pariwisata berada pada urutan ke 4 penyumbang devisa setelah migas. Tahun 2019 sektor pariwisata diharapkan berada di urutan pertama sumber pendapatan negara. Oleh karenanya, pemerintah serius membangun 10 destinasi baru sebagai tujuan wisata di Indonesia. Salah satu destinasi wisata yakni provinsi Nusa Tenggara Barat (NTB).

Pemerintah NTB, mengembangkan pariwisata halal bertujuan melengkapi keberadaan pariwisata konvensional yang telah berlangsung lama. Selain menarik wisatawan muslim yang berasal dari timur Tengah, juga wisatawan non muslim dari berbagai negara. Di samping itu, pengembangan pariwisata halal merupakan salah satu upaya pemerintah dalam rangka mendongkrak ekonomi umat Islam yang merupakan bagian penting dalam pembangunan ekonomi masyarakat NTB. Tidak terlepas bahwa sektor pariwisata adalah bagian dari pengembangan ekonomi global. Keseriusan pemerintah mengembangkan pariwisata halal di seluruh kabupaten kota dibuktikan dengan keluarnya Peraturan Gubernur Nomor 51 Tahun 2015.

Perkembangan konsep wisata halal berawal dari adanya jenis wisata ziarah dan religi (*pilgrims tourism/spiritual tourism*). Di mana pada tahun 1967 telah dilaksanakan konferensi di Cordoba, Spanyol, oleh *World Tourism Organization* (UNWTO) dengan judul "*Tourism and Religions: A Contribution to the Dialogue of Cultures, Religions and Civilizations*" (UNWTO, 2011). Wisata ziarah meliputi aktivitas wisata, didasari motif keagamaan tertentu seperti Hindu, Budha, Kristen,

Islam dan lain-lain. Seiring waktu, fenomena wisata tersebut tidak terbatas wisata religi. Muncul formulasi baru yang berusaha mewujudkan nilai-nilai yang bersifat universal seperti kearifan lokal setempat. Harapannya, memberi manfaat bagi masyarakat.

Potensi wisatawan muslim NTB dinilai besar disebabkan jumlah didominasi penduduk muslim dengan tipikal konsumen berusia muda, produktif, berpendidikan, dan memiliki *disposable income* memadai. Menurut *Pew Research Center* jumlah penduduk muslim pada tahun 2010 sebesar 1,6 miliar atau 23 persen jumlah penduduk dunia. Jumlah penduduk muslim tersebut merupakan urutan kedua setelah Kristen sebesar 2,2 miliar atau 31 persen penduduk dunia (*Worldaffairsjournal, 2015*). Diperkirakan pada tahun 2050, penduduk muslim mencapai 2,8 miliar (30 persen penduduk dunia). Potensi pasar muslim dunia memang menggiurkan pelaku bisnis pariwisata. Berdasarkan data Thomson Reuters yang diambil dari 55 negara dalam *Global Islamic Economy Report 2014 – 2015*, total pengeluaran muslim dunia tahun 2013 di sektor makanan dan minuman halal mencapai US\$1,292 miliar (10,8) persen dari pengeluaran kebutuhan makan-minum penduduk dunia, mendekati angka US\$2,537 miliar (21,2) persen dari pengeluaran kebutuhan makanan-minuman global pada 2019. Di sektor perjalanan, tahun 2013 umat muslim dunia menghabiskan sekitar US\$140 miliar untuk berwisata (7,7) persen dari pengeluaran global. Diperkirakan jumlah tersebut meningkat menjadi US\$238 miliar (11,6) pengeluaran global sektor perjalanan tahun 2019 (di luar perjalanan haji dan umrah). Di sektor media dan rekreasi, muslim dunia menghabiskan sekitar US\$185 miliar (7,3) persen pengeluaran global pada tahun 2013. Tahun 2019 diperkirakan mencapai

US\$301 miliar (5,2 persen) dari pengeluaran global (Reuters & Dinar Standard, 2014).

Master Card dan *Crescent Rating* (2015) dalam *Global Muslim Travel Index* (GMTI) 2015, menyebutkan tahun 2014 terdapat 108 juta wisatawan muslim yang merepresentasikan 10 persen dari keseluruhan industri wisata. Segmen ini memiliki nilai pengeluaran sebesar US\$145 miliar. Diperkirakan tahun 2020 angka wisatawan muslim meningkat menjadi 150 juta wisatawan, mewakili 11 persen segmen industri dengan pengeluaran meningkat sebesar US\$200 miliar. Berikut ini adalah 10 besar negara tujuan wisatawan muslim:

Tabel 1.1.

Sepuluh Besar Negara Tujuan *Organisation of Islamic Cooperation* (OIC) dan Non-OIC dalam *Global Muslim Travel Index* (GMTI) 2015

Keterangan: (..) Ranking GMTI secara keseluruhan 201

Sumber: Crescen Rating, GMTI Report 2015

Sejumlah negara-negara di dunia telah menggarap industri pariwisata halal. Sejumlah negara di benua Asia seperti Malaysia, Thailand, Singapura, Korea, Jepang, Taiwan, dan China sudah lebih awal mengembangkan pariwisata halal. Thailand dengan *The Halal Science Center Chulalongkorn University*, bekerja sama dengan Pemerintah Thailand, membuat sertifikasi dan standardisasi industri yang dilakukan secara jelas dan transparan. Australia melalui Lembaga *Queensland Tourism* mengeluarkan program pariwisata halal pada bulan Agustus 2012 melalui kerjasama dengan hotel-hotel ternama mengadakan buka puasa bersama, menyediakan tempat sholat yang nyaman dan mudah dijangkau pusat-pusat perbelanjaan, memberikan petunjuk arah kiblat dan menyediakan Al-Quran di kamar

Peringkat	Destinasi OIC	Skor	Destinasi Non-OIC	Skor
1	Malaysia	83,8	Singapura (1)	65,1
2	Turki	73,8	Thailand (20)	59,2
3	UEA	72,1	Inggris (25)	55,0
4	Saudi Arabia	71,3	Arab Saudi (30)	51,0
5	Qatar	68,2	Perancis (31)	48,2
6	Indonesia	67,5	Belgia (32)	47,5
7	Oman	66,7	Hongkong (33)	47,5
8	Jordania	66,4	Amerika Serikat (34)	47,5
9	Moroko	64,4	Spain (35)	46,0
10	Brunei	64,3	Taiwan (36)	46,2

Belum banyak biro perjalanan yang mengemas perjalanan *inbound* dengan paket halal travel, target wisata halal sebenarnya bukan hanya wisatawan muslim, tetapi juga non muslim karena pada hakekatnya wisata halal menjadi pelengkap jenis wisata konvensional. Sebagai Kabupaten dengan mayoritas penduduk Muslim terbesar, Lombok Tengah dan Lombok Barat mestinya berupaya secara maksimal mengembangkan wisata halal. Meliputi empat jenis komponen usaha pariwisata, yaitu perhotelan, restoran, biro atau jasa perjalanan wisata, dan SPA. Terdapat 10 (sepuluh) provinsi di Indonesia dijadikan sebagai destinasi wisata halal, yakni NTB, Nangroe Aceh Darussalam, Sumatera Barat, Riau, Lampung, DKI Jakarta, Jawa Barat, Jawa Tengah dan Lombok Barat, Yogyakarta, Jawa Timur, Sulawesi Selatan, dan Bali (Indonesia Travel, 2013). Wilayah tujuan wisata halal tersebut ditentukan berdasarkan kesiapan SDM, budaya masyarakat, produk wisata daerah, serta akomodasi wisata.

Pada dasarnya pengembangan wisata halal bukanlah wisata eksklusif. Wisata halal tidak terbatas pada adanya tempat wisata ziarah dan religi, melainkan mencakup ketersediaan fasilitas pendukung lainnya. Dalam mencapai tujuan tersebut, penyedia jasa perjalanan sebagai usaha penyedia jasa perencanaan perjalanan dana atau jasa pelayanan dan penyelenggaraan pariwisata perlu melakukan terobosan inovatif. Tidak terlepas dari peran melayani wisatawan dengan berbagai tujuan. Dari segi fungsi biro perjalanan wisata, tersedia produk seperti jasa penyusunan dan penyelenggaraan paket wisata; jasa pemesanan tiket dan pengurusan dokumen perjalanan dan pemesanan akomodasi, restoran; jasa antar-jemput.

Keberadaan berbagai bidang usaha di atas bertujuan melengkapi sarana pariwisata. Berdasarkan data ASITA (*Association of The Indonesian Tours and Travel Agencies*) pertumbuhan agen perjalanan wisata di Kabupaten Lombok Barat meningkat. Tabel 1.2 menunjukkan data potensi usaha perjalanan wisata di Lombok Barat.

Nomor	Tahun	Jumlah
1	2012	108
2	2013	113
3	2014	113
4	2015	113
5	2016	113

Penelitian ini menarik untuk dilakukan, bertujuan mengkaji peranan biro perjalan dalam mengembangkan wisata halal di kabupaten Lombok Tengah dan Lombok Barat. Peneliti memfokuskan pembahasan pada salah satu industri pariwisata yakni peran penting penyedia jasa perjalanan wisata. Banyak hal perlu diungkap dan menarik untuk dikaji. Berdasarkan latar belakang permasalahan di atas, pertanyaan dalam penelitian ini sebagai berikut : 1) Bagaimana peranan biro perjalanan wisata dalam pengembangan wisata halal di Kabupaten Lombok Barat?; 2) Bagaimana inovasi-inovasi biro perjalanan dalam pengembangan wisata halal di Kabupaten Lombok Barat?; 3) Bagaimana implikasi wisata halal terhadap kunjungan wisatawan di Kabupaten Lombok Barat.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan kegiatan atau peranan usaha biro perjalanan wisata dalam mengembangkan produk wisata halal, inovasi-inovasi yang dikembangkan dalam mendukung pengembangan produk wisata halal di Kabupaten Lombok Tengah dan Lombok Barat. Pendekatan yang paling tepat untuk penelitian ini adalah penelitian kualitatif dengan jenis penelitian yaitu penelitian lapangan ((*field research*)). Penelitian kualitatif akan menghasilkan data-data yang bersifat deskriptif, yang berbentuk kalimat serta uraian-uraian, bahkan cerita pendek, sehingga jika dianalisa data tersebut akan menghasilkan format deskriptif kualitatif.

Penelitian lapangan yang dilakukan yaitu pada Biro wisata yang berada di Kabupaten Lombok Tengah dan Kabupaten Lombok Barat mengenai kegiatan usaha biro perjalanan wisata dalam mengembangkan wisata halal. Penelitian dilaksanakan pada Bulan September sampai dengan Oktober 2017.

Data dalam penelitian ini terbagi menjadi dua yaitu data primer dan data sekunder. a) data primer, yaitu bersumber dari rekaman hasil wawancara dengan semua informan yaitu pemilik biro perjalanan wisata, manajer yang berperan besar di masing-masing biro perjalanan wisata, wisatawan, pengurus-pengurus asosiasi pariwisata, anggota masyarakat, tokoh masyarakat, pemerintah dalam hal ini kepala dinas pariwisata atau kepala bagian, dan para pemimpin industri pariwisata. Dituangkan dalam bentuk verbatim maupun berbagai bentuk data primer lain yang diperoleh langsung di lapangan seperti temuan-temuan di tempat penelitian; b) data sekunder, yaitu data yang sudah tersedia

sehingga kita hanya mencari dan mengumpulkan. Data sekunder yang diperoleh dari penelitian ini adalah data yang diperoleh peneliti di kantor biro perjalanan wisata, Dinas Pariwisata di Kabupaten Lombok Tengah dan Kabupaten Lombok Barat serta Dinas Pariwisata Propinsi Nusa Tenggara Barat, data di Asosiasi-asosiasi pariwisata serta melalui buku-buku yang berkaitan dengan penelitian ini, literatur dan artikel-artikel.

A. HASIL DAN PEMBAHASAN

a. Peran Biro Perjalanan Wisata dalam Pengembangan Produk Wisata Halal di Kabupaten Lombok Barat

Biro Perjalanan Wisata adalah usaha perjalanan komersial. Berfungsi mengatur, menyediakan dan menyelenggarakan pelayanan bagi seseorang atau kelompok orang (*group*) mengantar wisatawan ke tujuan wisata. Hal ini menunjukkan bahwa pelayanan yang diberikan sesuai selera wisatawan. Dalam konteks pengembangan pariwisata, wisata halal sebagai pelengkap, membawa dampak signifikan bagi pengembangan wisata dan kepariwisataan.

Bahwa industri pariwisata halal didukung berbagai pihak dalam pengembangannya terutama sekali biro perjalanan, untuk itu, bisa dipastikan penyedia jasa pariwisata turut berperan dalam pengembangan industri *halal tourism*.

Indikator pariwisata halal yang mengedepankan rasa aman, suasana nyaman dan kondusif bagi wisatawan muslim dapat diwujudkan oleh segala sesuatu yang mendukung keberadaan pariwisata halal. Dengan kata lain, baik yang menyangkut akomodasi berstandar syariah dan pendukung lainnya menjadi

bagian tidak terpisah dalam usaha pengembangan wisata syariah.

Berdasarkan data yang diperoleh, juga dapat dijelaskan bahwa keberadaan penyedia jasa perjalanan wisata telah memberikan kontribusi besar bagi pengembangan wisata halal. Kontribusi tersebut, tidak bisa dilepaskan dari pengetahuan informan memahami apa dan bagaimana pariwisata halal. Terlebih beberapa tahun terakhir objek wisata yang dibutuhkan konsumen beragam dan sesuai dengan kebutuhan masing-masing baik konsumen muslim dan non-muslim.

Dengan demikian, produk layanan yang melibatkan para pelaku dan penyedia serta pegiat perjalanan wisata telah dikembangkan sesuai selera dan perkembangan yang terjadi dalam tumbuh kembang pariwisata (*growth of tourism*) yang secara konsisten bisa memenuhi trend global industry pariwisata. Menurut Jaelani (2017:4) pertumbuhan yang konsisten di segmen pasar ini telah menjadi tren global dalam industri pariwisata. Trend perjalanan keagamaan tidak dianggap sebagai fenomena baru. Untuk melakukan perjalanan, wisata religi telah lama menjadi motif integral dan biasanya dianggap sebagai bentuk tertua dari perjalanan ekonomi.

Sesuai dengan pembahasan, biro perjalanan wisata cukup berperan dalam pengembangan pariwisata halal. Fenomena sebagaimana telah dideskripsikan di atas, menunjukkan adanya sinyal bahwa komponen penting dalam pengembangan *halal tourism* bisa direalisasikan oleh penyedia jasa sebagai bentuk kontribusi dalam pengembangan pariwisata halal. Peran-peran tersebut secara garis besar bisa dilihat dari : pelayanan (*service*), upaya

kerjasama dengan pihak terkait, produk different (produk yang berbeda) dan *controlling system* serta komunikasi.

b. Bentuk Inovasi Biro Perjalanan dalam Pengembangan Produk Wisata Halal di Kabupaten Lombok Barat

Keberadaan biro perjalanan wisata tidak jauh berbeda dengan pedagang. Kesamaan ini dipandang dari perspektif bahwa keduanya sama-sama menawarkan barang (produk). Yang berbeda hanya objek atau sasaran barang dan jasa yang ditawarkan. Dalam konteks demikian, dapat dinyatakan bahwa produk yang baik dan berkualitas adalah produk yang memiliki nilai tambah (*added value*). Barang dan jasa yang ditawarkan dan disediakan memiliki varian dan alternatif sesuai permintaan, dan praktik di dalamnya harus mengandung nilai-nilai etis. Filosofi nilai etis bersifat universal dalam sistem kehidupan manusia begitu penting. Kajian tentang nilai dalam ruang lingkup bisnis, termasuk pariwisata menjadi salah satu perbedaan utama antara pandangan sains barat dengan pandangan ilmu pengetahuan Islam (Alimuddin, 2013:8). Inilah yang membedakan konsep pariwisata halal dan konvensional.

Dalam keadaan sebagaimana tersebut di atas, unit perjalan wisata (UPW) harus mampu bersaing dan kuat dalam segala aspek dan komponen. Baik dari sisi pelayanan, varian produk paket wisata dan sebagainya. Semua komponen tersebut mutlak dibutuhkan penyedia jasa. Dengan demikian dapat dikatakan bahwa eksistensi biro perjalanan wisata merupakan lembaga bisnis (*profit*). Oleh karenanya, realitas demikian,

menghendaki produk-produk yang mampu menarik perhatian wisman siap memenuhi kebutuhan segmen pasar. Jika hal tersebut tidak bisa diwujudkan bukan saja usaha biro perjalanan wisata tertinggal oleh kompetitor lain, bahkan tidak akan mampu memenuhi kebutuhan konsumen pariwisata.

Adalah sebuah keharusan mewujudkan dan merealisasikan produk-produk yang relevan dengan perkembangan dan trend pariwisata. Untuk itu, diperlukan sinergi berbagai pihak agar bisa melahirkan produk yang inovatif ditawarkan ke pasar pariwisata. Tujuannya guna memenuhi kebutuhan konsumen pariwisata. Artinya bahwa produk yang ditawarkan ke pasar pariwisata untuk melayani tamu mengikuti trend perkembangan dunia pariwisata. Berkaitan hal ini, berdasarkan data yang diperoleh di lapangan menyimpulkan bahwa terjalin sinergi dari berbagai pihak untuk turut serta mengambil peran terutama sekali berkaitan masalah ketersediaan produk. Bagi masyarakat Lombok, paket wisata halal, tidak sulit untuk diwujudkan disebabkan karena mayoritas masyarakat Lombok, meyakini bahwa Islam adalah agamanya. Dalam kaitan ini, keberadaan Islamic Centre, menurut mampu menjadi magnet pariwisata halal.

Dalam perspektif ini, maka kultur masyarakat Lombok bisa menjadi sebuah inovasi yang bisa dimanfaatkan secara baik sebagai ikhtiar mengembangkan pariwisata halal. Aspek kerjasama memunculkan inovasi yang bisa menunjang produk penyedia perjalanan wisata. Hal ini dilakukan karena masing-masing memiliki peran, sebagai contoh

penyedia travel tentu saja memainkan peran berbeda dengan guide.

Sebagai kegiatan usaha yang bersifat komersial, mengatur, menyediakan dan menyelenggarakan pelayanan bagi seseorang, atau sekelompok orang untuk melakukan perjalanan dengan tujuan utama berwisata, sebuah agen traveler jelas memberikan sesuatu yang dibutuhkan.

Pada dasarnya peranan perantara (*middlemen*) tidak diperlukan, karena proses produksi terjadi pada waktu yang bersamaan dengan proses konsumsi. Satu-satunya perantara yang merupakan saluran (*channel*) dalam penjualan jasa industri pariwisata hanyalah *travel agent* atau *tour operator*.

Berdasarkan observasi dan hasil wawancara yang dilakukan, bahwa penyelenggaraan pariwisata berlomba-lomba memberikan produk terbaik kepada para wisatawan, menonjolkan daya tarik dari masing-masing produk, keunggulan bersaing dikontrol dan dievaluasi secara ketat dan kreatif telah disadari sesungguhnya oleh penyedia jasa perjalanan. Kesadaran tersebut, mempengaruhi layanan produk sehingga menjadi elan vital pendorong untuk melahirkan inovasi-inovasi sesuai trend pariwisata.

Juga dapat diuraikan bahwa fenomena inovasi produk perjalanan wisata mengikuti trend perkembangan. Juga pemanfaatan teknologi IT. Walaupun sebenarnya fenomena tersebut, secara sadar atau tidak pada hakikatnya telah dilaksanakan oleh kelompok penyedia jasa perjalanan wisata. Namun diakui, mulai dari semakin populernya istilah pariwisata halal, fenomena tersebut semakin terus dikembangkan dan disesuaikan sehingga

memiliki relevansi dengan segmen pasar wisatawan yang sebelumnya didominasi sebagian wisman yang sebelumnya di dominasi benua Eropa. Khusus pada pengembangan produk apa yang dinyatakan informan (Wa) membuktikan bahwa inovasi membutuhkan pemanfaatan teknologi. Dengan demikian ada upaya untuk membenahi kekurangan yang ada termasuk menambah paket wisata dan promosi yang gencar.

Atas dasar demikian, maka BPW berusaha secara maksimal bukan hanya menyesuaikan tetapi pelaku penyedia wisata telah berkontribusi dalam pengembangan pariwisata halal sesuai dengan kondisi daerah. Hal ini didasarkan bahwa kepariwisataan ada dan tumbuh karena perbedaan, keunikan, unsur lokalitas yang ditampilkan baik itu yang berupa bentang alam dan flora serta fauna, juga ciri khas kebudayaan sebagai hasil cipta, karsa, rasa dan budhi manusia.

Objek wisata satu tentu memiliki perbedaan dengan kawasan wisata lainnya. Perbedaan lebih disebabkan karena budaya dan unsur lokalitas, dan kepercayaan atau agama penduduk. Namun demikian, para penyedia jasa perjalan wisata memandang bahwa ini merupakan bagian penting dalam kepariwisataan dan inilah motivasi wisman. Pada perspektif ini, objek wisata di NTB dan Lombok telah umum diketahui, untuk itu, penyedia jasa perjalanan wisata turut serta mengambil peran untuk tujuan tersebut di atas.

Apabila tidak ada perbedaan, mustahil kepariwisataan menjadi aspek penting dalam kehidupan dan boleh jadi orang tidak memiliki kecenderungan melakukan perjalanan atau berwisata. Oleh karena itu, melestarikan alam dan

budaya serta menjunjung kebhinekaan adalah fungsi utama kepariwisataan. Alam dan budaya dengan segala keunikan dan perbedaannya adalah aset kepariwisataan yang harus dijaga kelestariannya. Kenyataan ini, menjadi faktor pendukung penyedia jasa perjalanan wisata untuk memberikan layanan terhadap konsumen pariwisata.

Berdasarkan penelitian, hubungannya dengan pariwisata halal, faktor-faktor yang telah disebutkan di atas, dinyatakan telah menjadi bagian *inhern* sehingga NTB mendapat anugerah pariwisata halal. Untuk itu, pemahaman bahwa apabila hilang keunikan alam dan budaya, berarti hilang pulalah kepariwisataan itu. Dengan berlandaskan prinsip keunikan dan kelokalan, kepariwisataan di suatu daerah, pulau Lombok khususnya, didasari oleh falsafah hidup dan budaya yang melekat di masyarakat, yaitu konsep kehidupan seimbang (*al-mizan*). Seimbangnya hubungan manusia dengan Tuhan, seimbangnya hubungan manusia dengan sesama, manusia dengan lingkungan dan alam. Konsep ini mengajarkan kepada kita untuk menjunjung nilai-nilai luhur agama serta mampu mengaktualisasikannya, menghargai nilai-nilai kemanusiaan, toleran, kesetaraan, kebersamaan, persaudaraan, memelihara lingkungan alam.

Fauzia (2013:11) mengatakan aspek ahlak menjadi nafas bagi tumbuh kembangnya praktik-praktik syari'ah dan spirit dalam setiap aktivitas yang terbangun di dalamnya. Hal ini kemudian relevan dengan Al-Qur'an surah Al-Imran ayat 3. Menjelaskan kepada manusia guna menegaskan kebenaran sebagai bentuk pemahamannya terhadap pengembangan

wisata yang syarat muatan syari'ah. Firman Allah sebagai berikut :

Artinya :Engkau adalah umat terbaik yang diturunkan di tengah manusia untuk menegakkan kebaikan, mencegah kemungkaran (kejahatan) dan beriman kepada Allah (Terjemahan Deparetemen Agama RI, 2009).

Dari keterangan ayat Al-Qur'an di atas dapat ditarik pengertian bahwa manusia diciptakan ke bumi untuk kebaikan. Kebaikan tidak terlepas bahwa manusia diberikan amanah untuk memakmurkan bumi dan seharusnya memahami tugasnya yang dalam konteks pariwisata syariah merupakan bagian dan hakekat pariwisata. Untuk memahami tugas tersebut tentu dimulai dari kepercayaan bahwa perilaku baik, penuh pertimbangan akan membawa kepada suatu hasil maksimal-berkualitas.

Kesadaran untuk menyeimbangkan kebutuhan materi dan rohani, seimbangny pemanfaatan sumber daya dan pelestarian. Konsep ini juga menempatkan manusia sebagai subyek. Manusia dengan segala hasil cipta, rasa, karsa, dan budhinya adalah budaya. Dengan demikian kepariwisataan Indonesia adalah kepariwisataan yang berbasis masyarakat (*community based tourism*) dan berbasis budaya (*cultural tourism*). Kepariwisataan yang dibangun atas dasar prinsip realitas kehidupan masyarakat, oleh masyarakat dan untuk masyarakat, bertujuan untuk menciptakan rasa aman dan nyaman bagi wisatawan. Dalam konteks pariwisata syariah maka, ini adalah salah satu aspek yang bisa dijadikan wahana untuk mengenali dan mengembangkan kebutuhan rohani

mereka, tetapi juga pariwisata, sebagai penggunaan tertentu seperti waktu luang, telah datang untuk dilihat oleh sebagian orang sebagai perbuatan spiritual atau perjalanan suci (Jaelani, 2017:2).

Dapat diungkapkan bahwa para penyedia jasa perjalanan telah mampu melakukan adaptasi yang dikemas dalam paket wisata berhubungan kemana tujuan wisman, bagaimana menjual dan melayani wisatawan, penyelenggaraan pemandu wisata yang merupakan fungsi dan tanggung jawab BPW. Penyedia jasa perjalanan wisata menyadari sepenuhnya bahwa kemampuan adaptif yang rendah untuk mengadopsi tehnik baru dalam mengelola produk dapat dengan mudah menyebabkan ketertinggalan. Sedangkan keunggulan yang bersaing menggambarkan fleksibilitas yang baik dalam sebuah organisasi atau penyelenggara kegiatan pariwisata (Martina, 2013:4).

Sektor penyedia jasa perjalanan memiliki kontribusi yang signifikan terhadap pengembangan pariwisata halal. Inovasi yang tepat sangat diperlukan dalam meningkat sektor penyedia jasa, penggunaan sumber inovasi eksternal dan investasi teknologi berperan dalam meningkatkan *net profit margin*. Proses inovasi dan strategi diperlukan dalam meningkatkan *return of asset* telah diterapkan penyedia perjalanan wisata secara kelembagaan.

Oleh karena itu, dapat diungkapkan kembali bahwa unit penyedia jasa perjalanan wisata telah melakukan inovasi produk untuk ikut berperan dalam pengembangan pariwisata halal. Konsep pengembangan tersebut disesuaikan dengan produk wisata yang ditawarkan, di mana ruang lingkup pengembangan tidak

terbatas pada hotel sebagai tempat menginap wisatawan namun juga objek dan tujuan, kondisi alam serta yang lainnya. Tercermin dalam informan (Fat) pada sub bab sebelumnya, bahwa sarana dan prasarana hotel dibuat secara menarik dan mengesankan agar tamu bisa menikmati dan merasakan sesuatu yang lain.

c. Implikasi Wisata Halal terhadap Kunjungan Wisatawan di Kabupaten Lombok Barat

Bahwa pariwisata halal merupakan aktivitas kegiatan yang didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat dan pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah berstandar pada aturan-aturan syariah pada dasarnya berbeda dengan konsep pariwisata konvensional yang telah berkembang sejak lama. Meskipun berbeda, terdapat kesamaan dalam berbagai hal dan aspek.

Secara umum, hal penting dalam pariwisata halal adalah terimplementasinya universalisme nilai Islam. Konsep ini dapat mewujudkan wisata halal yang sedang dan terus dikembangkan suatu daerah. Ini menegaskan bahwa sebagai ummat Islam, figure nabi Muhammad telah mencetak personal branding yang kuat sebagai pengusaha yang bermodal kejujuran.

Berdasarkan hasil penelitian dan wawancara diperoleh gambaran bahwa Lombok merupakan daerah yang memiliki keunggulan dan keunikan tersendiri sehingga penghargaan pariwisata halal yang diperoleh NTB, sedikit tidak menjadi pelengkap pariwisata konvensional yang sudah sejak lama berkembang. Meskipun gambaran bahwa wisata halal masih belum diketahui secara komperenshif.

Namun demikian, standar pelayanan terhadap tamu/wisatawan tetap mengacu pada nilai-nilai kebaikan. Dengan kata lain, sebenarnya walaupun tidak berkonsep syariah, asalkan nilai-nilai kebaikan terwujud, sudah menjadi bagian yang terintegrasi dengan pariwisata syari'ah.

Lebih jauh, semakin dikenalnya wisata halal meskipun terdapat perbedaan dengan pariwisata konvensional yang telah berkembang lama, bahkan menjadi urat nadi masyarakat NTB dalam sektor pariwisata di satu sisi menjadi sesuatu yang sangat menakutkan. Namun di sisi lain, bagi yang memiliki pemahaman tentang wisata syariah, meskipun non-muslim, justeru beranggapan sebaliknya, bisa menjadi sesuatu yang sangat menarik bagi konsumen pariwisata. Realitas demikian, harus jujur diakui bahwa wisata halal menimbulkan persepsi dan dugaan lain. Hanya saja, pernyataan-pernyataan tersebut masih bersifat parsial, dengan lain kata, ini tantangan dan dinamika bagi pariwisata halal yang dikembangkan NTB.

Pada hakikatnya pariwisata halal, bukanlah sesuatu yang asing dan kali pertama dipraktikkan dalam kehidupan. Sebaliknya, Islam merupakan agama yang mensejajarkan segala kebutuhan dan keperluan manusia secara universal. Memosisikan keberadaan agama sebagai etika sosial yakni keniscayaan agar dapat menjadi landasan berpijak yang menghadirkan keinginan yang sejalan antara pengabdian kepada Allah dan semangat untuk memakmurkan kehidupan.

Akan hal itu, dapat dikatakan bahwa Islam sebagai agama yang konferhensif. Keberadaannya bersinergi keberadaanya

harus memberikan kontribusi, wazan, *judgment*, atau pertimbangannya terhadap aktivitas hidup dunia modern yang tidak bisa dilepaskan, termasuk dunia kepariwisataan. Dunia kepariwisataan termasuk subsistem kehidupan yang merupakan salah satu aspek dari muammalah atau kehidupan sosial kemasyarakatan, ekonomi, dan budaya (Kariem, 2006). Juga pengembangan pariwisata halal menjadi alternatif bagi industri wisata di Indonesia seiring dengan tren wisata halal yang menjadi bagian dari industri ekonomi Islam global.

Karena pariwisata sebagai bagian penting dalam subsistem kehidupan yang harus ditumbuhkembangkan, maka upaya sistematis dan strategis dari upaya mengembangkan sektor ini sangat diperlukan. Dalam kegiatannya, kepariwisataan atau industri pariwisata melibatkan beberapa sektor seperti; sektor ekonomi, sosial, budaya, politik, keamanan, dan lingkungan yang secara bersama-sama menghasilkan produk pelayanan jasa kepariwisataan yang dibutuhkan oleh para wisatawan. Selain itu, sektor pariwisata merupakan sektor yang memiliki peran sentral dalam mewujudkan kesejahteraan masyarakat Indonesia. Indonesia merupakan negara yang sangat kaya dan memiliki daya tarik wisata yang unik, baik dari daya tarik alam, daya tarik budaya dan sejarah yang dapat dikemas dan dikembangkan sebagai tujuan, mengangkat nilai lokal dan dapat memberikan manfaat bagi masyarakat lokal.

Wisata halal juga telah memberikan dampak bagi manajemen hotel untuk memperhatikan lingkungan terutama sekali masyarakat. Berdasarkan hasil penelitian dengan pihak management

hotel The Santosa, menjalin komunikasi yang lebih intensif. Pilihan kebijakan ini, melibatkan berbagai pihak masyarakat (tokoh agama, pemuda, dan lainnya). Program-program sosial juga dilaksanakan oleh pihak manajemen. Sejumlah program yang terus secara konsisten dilaksanakan adalah pemberdayaan ekonomi seperti santunan terhadap anak yatim dan dhuafa, serta kegiatan berbasis keagamaan baik dalam ruang lingkup desa dan kecamatan.

Pengeluaran dari wisatawan secara langsung ataupun tidak langsung merupakan salah satu dari sumber pendapatan (*income*). Jumlah wisatawan yang banyak merupakan pangsa pasar bagi produk lokal. Masyarakat secara perorangan dapat memperoleh penghasilan jika mereka bekerja dan mendapat upah dari pekerjaan tersebut. Pekerjaan di sektor pariwisata sangat beragam, seperti pengusaha pariwisata, karyawan hotel dan restoran, karyawan agen perjalanan, penyedia jasa transportasi, pemandu wisata, penyedia souvenir, atraksi wisata, pemandu wisata, dan seterusnya.

Pekerjaan-pekerjaan tersebut merupakan sumber pendapatan dalam upaya memenuhi kebutuhan dan meningkatkan kesejahteraan baik pribadi maupun keluarga, selain itu mampu memperkuat fondasi spiritualitas disebabkan oleh karena seseorang telah mampu memenuhi semua itu. Tujuan ini dalam kehidupan seorang muslim menjadi sebuah kewajiban. Allah SWT menegaskan dalam QS. Al-Mulk ayat 15 sebagai berikut :

Artinya : Dialah yang menjadikan bumi itu mudah bagi kamu, Maka berjalanlah di segala

penjurunya dan makanlah sebahagian dari rezki-Nya. dan Hanya kepada-Nya-lah kamu (kembali setelah) dibangkitkan (Terjemahan Departemen Agama RI, 2009).

Keberhasilan pembangunan kepariwisataan bergantung pada keunggulan daya tarik wisata, kualitas sarana dan prasarana destinasi wisata, dan keberadaan industri pariwisata. Industri pariwisata didefinisikan sebagai kumpulan usaha pariwisata yang saling terkait dalam rangka menghasilkan barang dan/atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dalam penyelenggaraan pariwisata. Usaha pariwisata yang dimaksudkan adalah usaha yang menyediakan barang dan/atau jasa bagi pemenuhan kebutuhan wisatawan dan penyelenggaraan pariwisata meliputi: usaha daya tarik wisata dan kawasan pariwisata; jasa transportasi wisata dan jasa perjalanan wisata serta makanan dan minuman; penyediaan akomodasi dan paket hiburan dan rekreasi; penyelenggaraan pertemuan dan insentif, konferensi dan pameran; serta jasa informasi pariwisata dan konsultan pariwisata serta jasa pramuwisata, juga wisata tirta dan SPA.

Dalam upaya pelaksanaan pembangunan pariwisata halal dibutuhkan strategi pengembangan yang merupakan target sekaligus disiplin manajemen yang harus dilakukan. Sebuah perusahaan tanpa memiliki strategi yang baik tanpa proses yang mendukung tidak akan menghasilkan apa-apa (Gunhara, 2000). Tujuannya sebagai *road map* (peta jalan) terhadap sektor pariwisata di masa mendatang,

yaitu dengan beberapa produk pariwisata antara lain :

a) Daya Tarik Wisata

Wisatawan berkunjung ke suatu tempat disebabkan rasa tertariknya kepada objek yang hendak dituju. Sesuatu yang menarik, sehingga wisatawan mau berkunjung disebabkan daya tarik (atraksi wisata). Obyek wisata yang paling bisa diandalkan adalah obyek wisata yang dapat dikunjungi tiap saat meskipun tanpa persiapan, sebagai misal laut, pantai, gunung merapi, sungai, danau, kawasan lindung, pemandangan alam dan lain-lain. Berdasarkan data yang diperoleh bahwa, obyek wisata yang dimaksudkan ada namun belum dikembangkan maksimal. Dengan demikian upaya pengembangan wisata halal harus terus dikembangkan dengan konsistem mempertimbangkan faktor geografis, potensi, karakteristik objek dan tingkat perkembangan.

b) Aksesibilitas

Aksesibilitas merupakan komponen penting kepariwisataan. Berkat kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, berbagai modal transport sudah tersedia walau sepenuhnya belum memberikan dukungan terhadap kemajuan wisata halal.

c) Akomodasi/Accommodation

Bagi traveler akomodasi merupakan istilah yang memberikan informasi mengenai sarana yang menyediakan tempat penginapan. Untuk itu, sejumlah jenis akomodasi yang lazim dikenal dalam dunia kepariwisataan seperti hotel, pondok wisata, villa, dan sarana penginapan lain harus diupayakan mampu memenuhi standar wisata halal.

d) Amenities

Fasilitas pendukung seperti tempat makan minum, belanja, fasilitas olahraga, hiburan, akomodasi dan sarana pendukung lain, sepenuhnya harus memudahkan

wisatawan. Kemudahan dalam pemenuhan fasilitas merupakan faktor pendukung dalam melayani kebutuhan tujuan wisatawan. Tidak jarang wisatawan berkunjung ke suatu tempat wisata karena karena kemudahan dalam pemenuhan fasilitas. Juga terjadi sebaliknya tidak sedikit wisatawan membatalkan kunjungan ke tujuan wisata disebabkan kurang maksimalnya pelayanan. Kemudahan memperoleh informasi, mengurus dokumen dan sebagainya.

Jasa boga juga termasuk dalam amenities. Misalnya jasa sebagai penyedia makanan dan minuman bagi wisatawan. Terkadang wisatawan melakukan perjalanan wisata mengunjungi suatu tempat didorong alasan apakah sesuai dan tidaknya kebutuhan terhadap makanan atau minuman. Oleh sebab itu, wisatawan biasanya menaruh harapan untuk mendapatkan makanan atau minuman sesuai selera atau kehendak yang diinginkan.

e) Aktivitas

Aktivitas wisata adalah segala kegiatan yang dilakukan di dalam maupun di luar atau di sekitar daya tarik wisata. Aktivitas yang dilakukan tersebut dapat berupa aktivitas wisata alam, petualangan, *rafting*, aktivitas wisata budaya dan lainnya. Aktivitas pariwisata dilakukan oleh wisatawan yang sedang berlibur di suatu daerah tujuan wisata.

Keberadaan varian aktivitas yang dilakukan wisatawan memungkinkan wisatawan menetap lebih lama di tempat tujuan. Jika demikian yang terjadi, pengeluaran (belanja) di mana ia berada lebih banyak, berdampak pada income daerah tujuan wisata, disebabkan perolehan porsi lebih banyak. Tercermin dari pernyataan informan sebelumnya,

juga informan lain (Mut). Juga informan yang menyatakan sebagai berikut berikut :

1) Agen Perjalanan

Di luar negeri perusahaan perjalanan digolongkan ke dalam dua kelompok besar, yaitu agent perjalanan (*Travel Agent*) dan operator perjalanan (*tour operator*). Agen perjalanan dikenal dengan berbagai istilah seperti *tour-travel services*, *travel services*, *travel bureau*, atau *tourist bureau*. Sedangkan *tour operator*. Juga dikenal sebagai istilah yang kegiatannya serupa tapi tidak sama: *whole saler*.

2) Biro Perjalanan Wisata

Fungsi utama Biro Perjalanan Wisata yakni membuat produk dalam bentuk paket-paket wisata. Produk yang dimaksud dapat dijual oleh penyedia jasa perjalanan wisata kepada wisatawan/dijual melalui agen perjalanan wisata. Berdasarkan hasil wawancara, penyedia jasa terus berkomitmen untuk memenuhi target tersebut. Berdasarkan hal ini relevan dengan konsep bahwa pengetahuan akan kondisi lingkungan bisnis secara *up to date*, hubungan dengan perusahaan dengan konsumen merupakan beberapa langkah yang harus dilakukan (Gunhara, 2000:85).

Dapat diungkapkan kembali bahwa branding pariwisata halal berimplikasi terhadap pengembangan pariwisata di dua kabupaten Lombok Barat dan Lombok Tengah. Hal ini bisa dilihat dari banyak aspek baik ditinjau dari perspektif sosial budaya, agama dan sosial ekonomi. Berarti ada kaitan bahwa tujuan wisata memiliki lima unsur penting, yaitu atraksi, akses, fasilitas, kegiatan, dan terkait sisi jasa pariwisata (Buhalis, 2008).

Perubahan signifikan banyak terjadi dalam fenomena kepariwisataan.

Fenomena tersebut nampak dalam berbagai jenis pelayanan penyedia jasa pariwisata. Tugas dan tanggung jawab penyedia jasa perjalanan, pelayanan terhadap tamu yang memuaskan, sesuai dengan kehendak wisatawan merupakan perwujudan nilai-nilai universal untuk memakmurkan alam semesta. Paradigma agama terhadap implementasi nilai-nilai islami dalam ruang lingkup pariwisata pada dasarnya merupakan representasi pencerminan apakah agama berperanan terhadap pengembangan wisata yang ideal. Apabila mereka menjalankan tugasnya secara baik, etis atau berakhlakul karimah, dan bagi yang beragama (Islam) menjalankan ibadahnya serta menyediakan waktu pula bagi peserta wisata menjalankan ibadah mereka, maka otomatis mereka bekerja sambil beribadah.

Branding pariwisata halal telah sedikit merubah tatanan sosial budaya di tengah kehidupan masyarakat NTB dari yang tidak biasa, mewujud pada kebiasaan yang memang dibutuhkan untuk kehidupan manusia. Bertindak negatif dalam berbagai hal termasuk melakukan kebohongan dan berorientasi hanya untuk kepentingan pribadi berjual beli akan berdampak pada apa yang diperoleh. Islam melarang perbuatan tersebut (QS. al-An'am ayat 151). Melarang setiap manusia melakukan tindakan keji, baik tersembunyi atau tidak. Syari'at Allah memerintahkan kepada manusia untuk memahami nilai baik dan buruk. Pengetahuan terhadap hal inilah yang diyakini dapat menuntun pada tujuan kebaikan. Suwailem (2006) yang menyatakan syari'ah menyediakan suatu aturan komperhensif yang memandu setiap perilaku menjadi berakhlak.

Branding pariwisata halal merupakan praktik pengetahuan agama terutama berkaitan nilai Islam yang relevan dengan berjual beli (bisnis) dijadikan pedoman untuk membimbing sikap dan perilakunya dalam berusaha dan bekerja. Semua tersebut berdasarkan atas sesuatu yang telah diketahui dan menjadi keyakinan. Sudiman (1946:109) mengatakan pemahaman adalah suatu kemampuan seseorang dalam mengartikan, menafsirkan, menerjemahkan, atau menyatakan sesuatu dengan caranya sendiri tentang pengetahuan yang pernah diterimanya. Relevan dengan teori Bloom (dalam Utari, 2011:13) dengan teorinya tentang pemahaman (*comprehension*). Menurut Bloom pemahaman adalah kemampuan memahami atau mengerti tentang sesuatu dan mewujudkannya dengan perilaku (perasaan, nilai, minat, motivasi, dan sikap).

Bloom (dalam Groundlond, 1990:514) mengatakan bahwa pemahaman adalah suatu kemampuan untuk memahami suatu makna dari materi. Kemampuan ini ditunjukkan melalui kemampuan menerjemahkan ke dalam satu bentuk yang lain dan melalui kecendrungan meramalkan yang akan datang. Berkaitan hal ini, Ricour (2002: 153) mengatakan bahwa pemahaman mendapat tempat dalam praktis kehidupan manusia memiliki kaitan erat dengan pengalaman subjek (pemikiran lain) yang sesama dengan milik individu. Ilmu tersebut harus berkenaan dengan pengalaman subjek lain atau pemikiran lain yang sesama dengan milik individu. Kemakmuran hanya dapat diwujudkan dengan cara mengembangkan pengetahuan konseptual pada lapangan kehidupan yang sifatnya luas (Asy'arie, 2004: 74).

Pernyataan tersebut di atas menggambarkan bahwa pengetahuan konseptual tersebut adalah hal penting karena mengandung banyak nilai-nilai terutama dalam kehidupan sektor kepariwisataan dan sejumlah hal terkait di dalamnya. Pentingnya nilai tersebut sebagaimana pernah dicontohkan rasul saw., sebaliknya menjauhi perbuatan yang tidak dibencinya. Rasul saw., dalam sebuah hadist yang diriwayatkan Bukhari dan Muslim, mengatakan:

“Ada tiga orang yang nanti pada hari kiamat tidak akan diajak bicara oleh Allah, tidak dipandang, tidak disucikan dan mereka mendapatkan siksa yang pedih, yaitu; orang yang mempunyai kelebihan air di gurun Sahara tetapi tidak mau memberikannya kepada musafir; orang yang membuat perjanjian dengan orang lain untuk menjual barang dagangan sesudah Asar; ia bersumpah demi Allah bahwa telah mengambil (membeli) barang itu dengan harga sekian dan orang lain tersebut mempercayainya, padahal sebenarnya tidak demikian; orang yang berbai’at kepada pemimpin untuk kepentingan dunia. Jika sang pemimpin memberikan keuntungan duniawi kepadanya, ia penuhi janjinya, tapi bila tidak, maka ia tidak penuhi janjinya.”

Praktik jual beli melarang keras tindakan kurang bijak dan tidak memegang amanah. Rasul bersabda:

Manih takara alal muslimina at-ta’amahum dharabahullahu bil-iflasi au bijuzami “Barangsiapa melakukan monopoli, Allah akan menghukumnya dengan bangkrut dan penyakit kusta”. Sehubungan dengan ayat tersebut di atas, maka seluruh aktivitas hidup dan kehidupan manusia bertujuan dan dalam rangka pengabdian (ibadah). Semua kegiatan yang dilakukan baik komersial maupun sosial semata-mata untuk mencari ridha dan bentuk ibadah kepada Allah serta tidak dipenuhi dengan target karena ambisi dunia semata (Tamanni, dkk, 2013: 14). Untuk melakukan berbagai hal dibutuhkan materi, untuk beribadah materi (harta) pun sangat dibutuhkan. Melalui kegiatan jual beli hubungan seorang hamba dengan Tuhannya menjadi dekat. Seorang manusia yang selalu mendekat kepada Tuhannya adalah manusia takwa. Takwa adalah totalitas penghambaan manusia kepada Allah.

d. Peranan Biro Perjalanan Wisata dalam Mengembangkan Wisata Halal di Lombok Barat

Biro perjalanan berperan mengembangkan wisata halal di NTB, dan kepariwisataan nasional. Meskipun tidak secara menyeluruh, praktik, sikap dan tindakan telah mencerminkan upaya mengembangkan wisata halal baik secara langsung maupun tidak langsung. Di satu sisi, bertujuan bukan hanya memenuhi aspek material dan psikologis saja, di sisi lain berkontribusi terhadap peningkatan aspek sosial ekonomi.

Juga bisa disimpulkan bahwa pariwisata halal tidak bersifat eksklusif, namun inklusif bagi semua wisatawan tanpa kecuali. Sebab, inti wisata halal menekankan prinsip-prinsip syari’ah dalam manajemen dan tata kelola

melayani seluruh wisatawan. Sikap dan bentuk pelayanan serta inovasi yang dipraktekkan pelaku pariwisata, penyedia jasa perjalanan merupakan kontribusi berharga. Strategi pengembangan yang diarahkan pada pemenuhan indeks daya saing pariwisata sebagai indikator-indikator untuk melakukan pembenahan infrastruktur, promosi, penyiapan sumber daya manusia, khususnya peningkatan kapasitas pelaku usaha pariwisata adalah usaha yang terus upayakan.

Berangkat dari paparan di atas, terdapat sejumlah hal penting mengenai peran biro perjalanan wisata dalam mengembangkan wisata halal yaitu *Pertama*, biro perjalanan berusaha memberikan layanan terbaik kepada konsumen pariwisata. Guide, traveler dan industri pariwisata lainnya terus bekerjasama dan menyesuaikan layanan pariwisata dengan kebutuhan dan selera konsumen. *Kedua*, biro perjalanan membuat perencanaan-perencanaan untuk turut serta mengambil bagian dalam trend wisata halal. Sejumlah produk baru yang inovatif menjadi titik awal untuk memulai dan mengikuti trend yang sedang berkembang.

Ketiga, dalam perencanaan yang dibuat dalam point kedua, akan dapat diketahui produk-produk yang lebih menarik dipersiapkan guna memenuhi layanan konsumen pariwisata, yang secara konsisten merupakan bagian dari program dan standar pariwisata halal, antara lain secara guidelines dalam ruang lingkup lima unsur penting, yaitu atraksi dan akses, fasilitas dan kegiatan, serta aspek lain terkait industri pariwisata.

Keempat, pemerintah bersama masyarakat harus terus menyiapkan sumber daya manusia (SDM) untuk

memperkuat branding pariwisata halal. Pengembangan pariwisata bisa dilakukan melalui pelatihan-pelatihan pengelolaan bagi para pelaku pariwisata, terutama institusi penyedia jasa perjalanan dan komponen-komponen yang ada di dalamnya. Melalui strategi ini diharapkan masyarakat dapat berpartisipasi secara penuh dalam pengembangan pariwisata halal.

B. KESIMPULAN

1. Biro atau penyedia jasa perjalanan pariwisata turut berperan serta meskipun belum begitu besar dalam pengembangan wisata halal yang sedang berkembang, di provinsi NTB, khususnya di kabupaten Lombok Barat.
2. Belum terpenuhinya paket wisata halal secara konkrit dan komperhensif dalam memenuhi kebutuhan dan keinginan wisatawan baik muslim dan non-muslim.
3. Penyedia jasa perjalanan wisata menyadari sepenuhnya berbagai kekurangan produk atau paket wisata sehingga belum secara nyata bisa memenuhi kebutuhan wisatawan. Akan tetapi terlihat usaha dan upaya untuk menjadi bagian integratif dalam rangka mengembangkan wisata halal.
4. Wisata halal belum begitu besar implikasinya, namun ide dan pemikiran, gagasan dan upaya terus dipersiapkan secara maksimal dalam rangka mendukung pengembangan wisata halal.

DAFTAR PUSTAKA

- Al-Qur'an dan Terjemahan Departemen Agama RI, 2009
- Asy'arie, Musa. 2004: Islam dan Dialog Pembebasan. Yogyakarta: Lkis.
- Adi Wibowo, Lili. 2008: Modul Usaha Jasa Pariwisata. Universitas Pendidikan Indonesia.

- Anonim, Modul Manajemen Unit Perjalanan Wisata (UPW), STP Sahid Jakarta, 2015
- Al-Suwailem, Sami. (2006): Hedging In Islamic Finance. Jeddah: IDB
- Alimuddin. 2013: Memahami Hakikat Hidup: Menggapai Kehidupan
- Buhalis, D. 2000. Marketing the competitive destination of the future. *Tourism Management*, 21(1), 97-152. DOI: [http://dx.doi.org/10.1016/S0261-5177\(99\)00095-3](http://dx.doi.org/10.1016/S0261-5177(99)00095-3).
- Gunhara, Thorik, dkk. (2007): Marketing Muhammad. Bandung: Madania Prima
- Hamidi. 2008: Metode Penelitian Kualitatif; Pendekatan Praktis Penulisan Proposal dan Laporan Penelitian. Malang: UMM Press. <http://www.antaraneews.com/berita/402153/mendulang-untung-bisnis-pariwisata-syariah-2014> <http://shofwankarim.wordpress.com/2006/08/18/etika-agama-dan-pariwisata/>
- Jaelani, Aan. 2017. Halal tourism industry in Indonesia: Potential and Prospects. Faculty of Shari'ah and Islamic Economic, IAIN Syekh Nurjati Cirebon
- Kawistara, Jurnal Ilmiah dan Social Humaniora Universitas Gajah Mada, Volume 3 1 April 2013
- Mashur. 2014. Impelementasi Nilai Ekonomi Islam terhadap Pedagang Asongan di Kawasan Pariwisata Senggigi. Tesis. Universitas Mataram
- Mashlahah Melalui Penerapan Nilai-Nilai Islam Dalam Bisnis. Jurnal ASSETS Volume 3 Nomor 1. Lombok Barat dalam Angka 2013. Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Lombok Barat.
- Lombok Tengah dalam angka 2014 Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Lombok Tengah.
- Laporan Akhir Kajian Pengembangan Wisata Syariah, Asisten Deputi Penelitian dan Pengembangan Kebijakan Kepariwisata Deputi BIDANG Pengembangan Kelembagaan Kepariwisata Kementerian Pariwisata, 2015
- Perda: Rencana Tata Ruang Daerah Provinsi Nusatenggara Barat, No. 3 Tahun 2010. Nusa Tenggara Barat (NTB).
- Ricour, Paul. 2002: Filsafat Wacana; Membelah Makna dalam Anatomi Bahasa. Terj. Musnur Heri. Yogyakarta: iRCisod.
- Sugiyono. 2008. Memahami Penelitian Kuantitaif Kualitatif dan R & D. Bandung: Alfabeta
- Suprayogo, Imam. 2001. Metodologi Penelitian Sosial-Agama, Bandung: Remaja Rosda
- Tamanni, Luqyan, dkk. 2013: Sakinah Finance; Solusi Mudah Mengatur Keuangan Islami. Solo:Tinta Medina.
- Undang-undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan, Jakarta: Bumi Aksara.
- Yunia Fauzia, Ika. 2013: Prinsip Dasar Ekonomi Islam; Perspektif Maqashid Al-Syari'ah. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Widjaja Tunggal, A 2005. Kamus Bisnis Dan Manajemen, Jakarta: Kanisius
- Wardiyanta. 2006. Metode Penelitian Pariwisata. Yogyakarta: Andi.

