



Volume 1, Issue 2, Tahun 2021, ISSN: 2776-7434 (Online), doi: 10.21274

**Ar Rehla: Journal of Islamic Tourism,
Halal Food, Islamic Traveling, and Creative Economy**

Faculty of Islamic Economic and Business
Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung
Jl. Mayor Sujadi Timur No. 46 Tulungagung Jawa Timur 66221 Indonesia
Website: <http://ejournal.iain-tulungagung.ac.id/index.php/arrehla/index>

**WISATA SYARIAH DALAM UPAYA PENGEMBANGAN EKONOMI
KREATIF BERBASIS POTENSI LOKAL
(Studi Kasus di Daerah Istimawa Yogyakarta dan Jawa Tengah)**

Titi Wahyuni^{1*}

¹Universitas Gadjah Mada

*Corresponding Author Email: titi.wahyuni2016@mail.ugm.ac.id



This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License

Abstrak: Wisata Syariah sebagai salah satu pilihan dalam koridor pariwisata perlu dikembangkan di masyarakat lokal. Tidak semua daerah memiliki anugerah berupa potensi lokal yang menarik untuk peruntukan pariwisata. Kondisi alam dapat dimanfaatkan untuk memunculkan ide-ide kreatif dalam upaya pengembangan ekonomi kreatif berbasis pariwisata. DIY dengan wisata budaya kearifan lokal dan Jateng dengan wisata peninggalan sejarah Islam Wali Sanga. Penelitian ini bermaksud untuk melihat destinasi dan produk pariwisata yang ditawarkan di DIY-Jateng yang berpotensi untuk dikembangkan menjadi pariwisata syariah, bagaimana pengelolaan pariwisata selama pandemi COVID-19, serta rekomendasi pengelolaan potensi wisata syariah yang semestinya dilakukan. Penelitian ini menggunakan pendekatan penelitian deskriptif (*descriptive research*). Hasilnya, (1) destinasi dan produk pariwisata yang ditawarkan di DIY dan Jateng yang berpotensi untuk dikembangkan menjadi pariwisata syariah dibedakan menjadi dua secara terintegrasi dan secara terpisah; (2) pengelolaan pariwisata di tengah pandemi COVID-19 dilakukan secara terbatas, buka-tutup untuk pengunjung lokal; dan (3) saran yang dapat diterapkan dalam pengelolaan pariwisata syariah DIY-Jateng adalah adanya infrastruktur yang nyaman dan aman, promosi yang masif, sistem website yang terintegrasi, ketersediaan informasi yang memadai, serta kerjasama antar pemerintah provinsi dan masyarakat setempat dalam melestarikan destinasi wisata syariah yang ada.

Kata Kunci: Wisata Syariah; Ekonomi Kreatif; DIY-Jateng; Pengelolaan Pariwisata.

Abstract: Halal Tourism is the first choice that developed by the local community. Not all regions have an interesting local gift for tourism. Natural conditions give rise to creative ideas in the efforts to develop a tourism-based creative economy. DIY has cultural tourism of local wisdom and Central Java has tourism relics of Islamic history Wali Sanga. This study intends to see tourism destinations and products offered in DIY-Jateng which are potential to result the halal tourism

products, how to manage tourism during the COVID-19 pandemic, as well as recommendations for halal tourism proper management. This research used a descriptive research approach. As a result, (1) tourism destinations and products offered in DIY and Central Java that potentially to result Syariah tourism products are divided into two integrated and separated; (2) tourism management during the COVID-19 pandemic is conducted on a limited basis, open-close for local visitors; and (3) recommendations that can be applied in the management of Syariah tourism DIY-Jateng is the existence of a comfortable and safe infrastructure, massive promotion, integrated website system, availability of adequate information, as well as cooperation between provincial governments and local communities in preserving existing Syariah tourism destinations.

Keywords: *Syariah tourism; creative economy; DIY-Jateng; tourism management.*

PENDAHULUAN

“Halal economy” merupakan salah satu sektor unggulan dalam ekonomi makro. Konsep ini, diketahui mencakup beberapa sektor industri kreatif yang terbukti mampu meningkatkan perekonomian, sektor tersebut diantaranya adalah sektor makanan dan minuman, keuangan Islam, industri asuransi, tata busana, produk kecantikan, farmasi, dan pariwisata (Deputi Bidang Pengembangan Destinasi dan Industri Pariwisata, 2015). Pada tahapan selanjutnya, industri rekreasi dinominasikan sebagai sektor penting agar dikembangkan secara terpadu sebagai prioritas utama (Astuti, Noor, Pariwisata, & Morotai, 2016). Pariwisata tercatat telah berkontribusi penting dalam meningkatkan pendapatan bersih nasional Indonesia. Industri rekreasi menjadi pemasok utama devisa negara, serta membuka peluang usaha bagi masyarakat pribumi pada umumnya. Berdasarkan data SICTA-WTO, sektor rekreasi meliputi sebanyak 185 kegiatan usaha mayoritas yang berbentuk UKM, tercatat memberikan keuntungan kepada perekonomian nasional. Pada Pemerintahan Presiden Joko Widodo, pariwisata ditetapkan sebagai Sektor Primer yang digerakkan untuk mendukung perekonomian Indonesia (Djakfar, 2017).

Merujuk pada penelitian Kartu Utama dan Penilaian *Crescent* mengenai “Indeks Perjalanan Muslim Dunia” (Rasyid, 2015), tercatat sebanyak seratus delapan juta umat Islam telah melakukan mobilitas dengan *cost* sebesar seratus empat puluh lima miliar dolar Amerika. Angka tersebut mempresentasikan kurang lebih 10% dari total nilai ekonomi wisata global. Berdasarkan data tersebut dapat ditargetkan kisaran 2020 jumlah penduduk Islam yang melakukan perjalanan dari satu tempat ke tempat yang lain atau perpindahan antar negara mengalami penambahan (diangka 150.000.000 dengan *cost* US\$200.000.000.000). Hal ini menjadi kabar gembira bagi para pelaku usaha di industri ekonomi kreatif pada sektor Pariwisata Syariah.

Pada tahun 2019 terjadi wabah penyakit global COVID-19 yang menjadi pandemi sampai saat ini. Pandemi telah berdampak kepada perekonomian nasional bahkan dunia, dalam hal ini aktivitas pariwisata menjadi terhambat bahkan terhenti. Kondisi ini, mendorong terjadinya proses adaptasi yang melahirkan kebiasaan *New Normal* dengan berlakunya protokol kesehatan termasuk di sektor pariwisata. Sebagai tindak lanjut, pemerintah telah meluncurkan sepaket adab kebiasaan baru berupa CHSE dan Gerakan bisa (Disparbud Banjarnegara, 2020). Adab kebiasaan baru tersebut mengharuskan agar seluruh Daya Tarik Wisata (DTW) menerapkan KKK dan LH. Berbagai potensi Sumber Daya Alam lokal beserta kearifannya harus tetap dimunculkan sebagai benda maupun jasa dalam pengelolaannya menjadi produk wisata syariah (Kemenparekraf, 2020).

Laporan Kunjungan dan Mobilisasi Arboreal Daerah Istimewa Yogyakarta menginformasikan tidak satu pun warga negara asing yang mendarat di Yogyakarta pada Desember 2020 (BPS DIY, 2020). Di tengah pandemi sekarang ini, sektor pariwisata dapat dikatakan tengah mati suri, akan tetapi pariwisata tidak boleh dibiarkan mati. Menunggu momen berakhirnya pandemi Covid-19, menuju kebangkitan nasional dunia pariwisata dalam menyokong perekonomian negara, perlu adanya persiapan dengan sebaik-baiknya, semampu kita. Kajian dan pengelolaan wisata syariah menjadi salah satu fokus utama dalam wadah ekonomi kreatif yang harus tetap digali eksistensinya. Indonesia yang kaya akan potensi lokal dan gaya hidup Islami telah menjadi kearifan lokal sejak dahulu kala. Identitas sebagai negara muslim yang telah melekat, semestinya menjadi nilai tambah dalam penggerakkan ekonomi kreatif wisata syariah. Dengan kata lain, Indonesia telah memiliki bakat untuk tidak hanya menjadi konsumen produk wisata syariah negara lain, tetapi juga menjadi produsen produk wisata syariah bagi diri sendiri di kancah perekonomian Asia dan negara-negara muslim dunia.

Wisata syariah terdengar masih awam bagi masyarakat luas. Untuk mendorong perkembangan wisata syariah dibutuhkan pengkajian dan penelitian lebih lanjut sehingga wisata syariah di Indonesia dapat bersaing dengan negara-negara Muslim yang telah lebih dulu meluncurkan produk-produk wisata syariah dunia. Penelitian ini bermaksud untuk mengkaji bagaimana potensi dan upaya pengelolaan wisata syariah berbasis lokal serta rekomendasi pengelolaan yang sebaiknya dilaksanakan. Pembahasan dibatasi pada potensi destinasi wisata syariah di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) dan Jawa Tengah (Jateng). Sejauh mana pengelolaannya serta rekomendasi apa yang semestinya diberikan agar wisata syariah dapat berkembang sejajar dengan pilihan wisata lain.

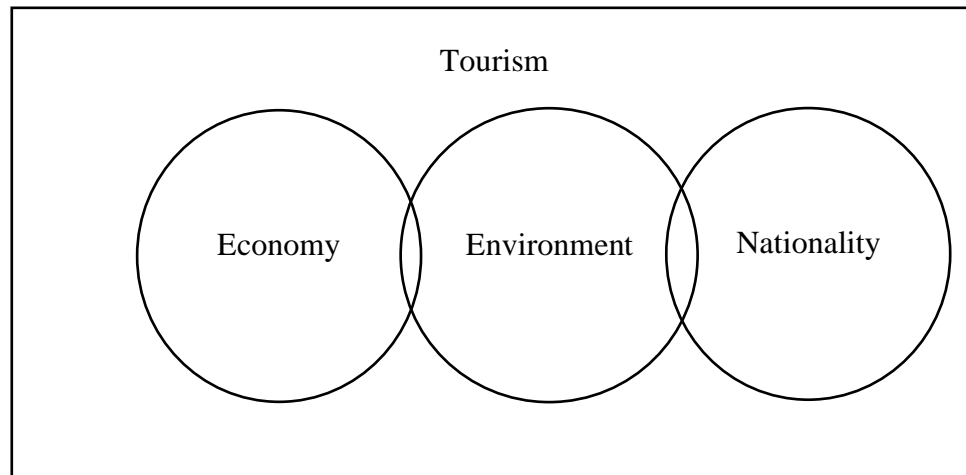
KAJIAN PUSTAKA

Mengacu kepada Undang Undang Kepariwisata, wisata memiliki konotasi hijrah, yang dimaknai sebagai mobilitas individu atau jamaah (yang selanjutnya disebut sebagai wisatawan) untuk mendatangi suatu tempat demi agenda *refreshing*, *upgrade* diri, serta menggali makna dari wilayah yang didatangi secara nomaden. Istilah lainnya adalah piknik, yaitu serangkaian acara *outdoor* yang disokong oleh beraneka jenis sarana dan prasarana sekaligus pelayanan/jasa dari penyelenggara wirausaha pusat, maupun lokal. Suatu kawasan secara jelas diketahui memiliki fungsi daya tarik wisata dan berpotensi untuk dikembangkan sebagai destinasi pariwisata, dimana tempat tersebut memiliki nilai tambah mencakup perekonomian, kebudayaan, bentang alam dan ekologisnya, beserta ketertiban-kedamaian, selanjutnya dikenal sebagai Sasaran Alternatif Potensial Plesiran (“4636_1364-UUTentangKepariwisataannet1,” n.d.).

Halal *Traveling* didefinisikan sebuah manajemen bepergian dimana pengelolaannya ditujukan bagi *traveler* Pengikut Nabi Muhammad SAW, dimana produk dan jasa wisatanya memiliki label halal menurut tuntunan Islam. Lebih lanjut yang dimaksud wisata syariah dalam hal ini, tidak sebatas wisata ke tempat-tempat yang memiliki nuansa islami (ziarah), tetapi lebih kepada jasa/*service* yang mengedepankan pelayanan berbasis standar halal, diantaranya makanan dan minuman yang berlabel halal serta adanya tempat ibadah dengan standar halal (Pariwisata et al., n.d.). Yang perlu ditekankan, konsep halal memuat makna suatu perkara yang diizinkan, tidak terbatas pada makanan, melainkan juga paket-paket Sunnah seperti perbankan sampai tata rias, obat-obatan dan penggunaannya, termasuk perihal jalan-jalan. Lebih lanjut, Halal tourism utamanya merupakan suatu pelayanan/jasa wisata yang menyediakan *hospitality service* sesuai tuntunan Agama Islam. Contohnya, *resort* penginapan tanpa menyediakan bahan-bahan alcoholic yang telah terstandar Halal MUI mencakup makanan dan minuman, fasilitas pelayanan khusus wanita, tempat ibadah, serta secara keseluruhan menyediakan lingkungan yang ramah Muslim (Geetanjali Ramesh Chandra, 2014).

Tamasya merupakan bagian dari ekonomi kreatif. Konstitusi tentang Kepariwisata butir 5 menyebutkan piknik dilakukan dengan tetap mengedepankan syariat agama dan adat istiadat dalam rangka mewujudkan hakikat bernapas yakni menjaga keselarasan amalan antar sesama, jagat semesta, dan kepada Sang Pencipta, Tuhan Yang Maha Esa. Secara garis besar kepariwisataan bertujuan untuk 3 Sektor yakni Ekonomi, Lingkungan, dan Nasionalisme. Pada Sektor Ekonomi Pariwisata memiliki *goal* memajukan pemasukan negara, kemakmuran bersama, mengatasi ketimpangan sosial serta ketidak-mapanan. Pada Sektor *Environment* Pariwisata bertujuan untuk menjaga sistem ekologis lahan, daya dukung dan daya tampung

hayati, serta melestarikan aset-aset kekayaan warisan nusantara. Pada Sektor Nasionalisme kepariwisataan bertujuan untuk memajukan Bhineka Tunggal Ika, menambah kecintaan terhadap ibu pertiwi, menguatkan kepribadian cikal nagari beserta mengukuhkan ikatan silaturahmi antarbangsa.



Gambar 1. Tujuan Pariwisata Nasional

(UU Nomor 10 tahun 2009)

Ekonomi kreatif sebagai penopang wisata syariah memiliki peranan penting dalam perekonomian. Sebutan karya inovasi dalam bentuk distribusi barang dan jasa berawal dari adanya pangkal/pokok bernama kreativitas guna melejitkan perhitungan laba dari suatu usaha milik lokal. Niaga kekinian dimaksudkan sebagai ruang perniagaan modern generasi keempat dicanangkan menjadi episode lanjutan pendahulunya yang menitikberatkan ide-ide cemerlang manusia, cipta rasa dan karsa, serta keunikan setempat (Sari et al., 2020).

Saat sekarang ini, perkembangan dunia telah sampai pada era industri generasi keempat, yaitu masanya industri ekonomi kreatif. Merujuk Faidah dan Anwar; 2016 dalam buku Berjudul Potensi Pariwisata Syariah di Jawa Timur (Heckman, Pinto, & Savelyev, 1967) industri kreatif dicalonkan sebagai primadona dunia usaha generasi milenial. Pemerintah Indonesia mengeluarkan Inpres untuk mengatur mengenai pembangunan perekonomian kekinian yang memuat perintah berlaku semua kalangan tanpa terkecuali. Pemerintah berupaya menyokong program-program ekonomi guna mengembangkan revolusi perdagangan, yang ditekankan pada pengelolaan kegiatan ekonomi berlandaskan pada kreativitas untuk menciptakan produk dan jasa bernilai ekonomis. Lebih lanjut, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif mengeluarkan Panduan Umum MICE (*Meeting, Incentive, Convention, and Exhibition*) panduan sederhana kepada pelaku usaha rekreasi untuk menyediakan wahana plesiran berlandaskan pedoman protokol kesehatan Covid-19 (Kemenparekraf, 2020).

Beberapa faktor yang mempengaruhi kedatangan pelancong, yaitu *culture*, strata masyarakat, kepentingan jasmani dan rohani. Adapun gaya tarik minat kunjungan adalah kondisi geografis, cuaca relatif, kelengkapan peralatan dan permainan yang ditawarkan, patokan pengeluaran yang perlu dianggarkan, sajian pertunjukan yang sarat akan estetika, adanya kenyamanan dan kesempatan berkegiatan di luar ruangan yang bersih dan aman (Maulana & Koesfardani, 2021).

Mengulas kembali pada konsep pariwisata, bahwa berwisata mencakup mobilisasi berbeda tempat, sirkulasi barang jasa dan timbulnya *srawung/pergaulan* di antara lingkaran wisatawan-lokal-penyelenggara di tempat wisata (Chadwick, 1994; Page dan Connell, 2009, 65; (Heckman et al., 1967) dalam Faidah dan Anwar, 2016). Untuk itu, pariwisata membutuhkan kinerja kreatif. Keunikan lokal di negeri ini dapat menghasilkan ragam kerajinan, motif batik dan tenun, dan kuliner khas setempat yang bisa diperkenalkan ke negara-negara Islam. Apalagi kemajuan teknologi dan informasi juga menyumbang “ide dan cara menjadi kreatif” yang menjadikan Indonesia sebagai salah satu rujukan *trensetter* gaya berbusana Islam dunia.

Data Direktorat Jenderal Imigrasi (*Directorate General of Immigration*) menunjukkan telah terjadi peningkatan turis asing mendarat di Indonesia tercatat 10.230.775 jiwa selang empat tahun kemudian naik menjadi 16.106.954 orang pada tahun 2019 (Badan Pusat Statistik, 2020). Hal ini tentu saja berkaitan dengan negara Indonesia yang mayoritas muslim, dimana Islam berupaya menegakkan usaha/ikhtiar berdasarkan kepada kejujuran dan komitmen kepada kebenaran, serta mengharamkan segala bentuk kecurangan (Nugroho, 2018). Menurut COMCEC Coordination Office terdapat beberapa negara yang sukses dalam “Muslim Friendly Tourism” yaitu Malaysia, Indonesia, Qatar, United Arab Emirates (UAE), Tunisia, Singapura, dan UK (COMCEC, 2016). Indonesia termasuk dari 4 negara Muslim terbesar di Asia Tenggara selain Pakistan, India, dan Bangladesh. Berdasarkan Economist Intelligence Unite, Indonesia adalah berada di urutan pertama negara dengan populasi muslim terbesar. Hal itu menjadikan Indonesia memiliki potensi tinggi sebagai pasar makanan halal (Africa Islamic Economic Foundation, 2013).

Kemenparekraf tengah berupaya keras untuk memasarkan berbagai produk premium *holiday* mulai dari akomodasi yang terjangkau, menu favorit penggugah selera, pengalaman yang menyenangkan, beserta perawatan kecantikan layaknya raja/ratu di beberapa kota besar seperti Jakarta, Lampung, Aceh, Jabar, Jateng, Jatim, Jogjakarta, Nusa Tenggara Barat, dan Sulawesi Selatan (alim et al, 2015). Menambahkan ada 4 (empat) agenda Program Pariwisata Berkelanjutan yang berkorelasi dengan UU Kepariwisata yaitu, berpacu dengan tetap



menjaga kelestarian lingkup lokal, adanya keterpaduan sistem yang terus berkembang; promosi yang sehat dan efektif bagi wisata ramah lingkungan, dan dukungan pemangku kebijakan reliabel meliputi aturan, SDM, maupun satuan kelompok kerja (Gunawan, 1377). Program pariwisata berkelanjutan yang ramah lingkungan ini sejalan dengan kebiasaan muslim yang sedang dikembangkan dalam hal ini “halal tourism”. Lebih lanjut, agen perjalanan travel dapat menjadi pilihan bagi muslim untuk melakukan wisata syariah dalam paket perjalanan Halal (*Halal tour*) yang menyediakan fasilitas berupa makanan halal, buku panduan perjalanan mengelilingi tempat ibadah, mengunjungi masjid beserta pemandu wisata muslim. Paket wisata syariah juga bisa didesain sebagai program bagi negara minoritas muslim untuk dapat berkunjung ke negara yang memiliki sejarah dan kebudayaan Islam dimana umat muslim dapat belajar mengenai komunitas sesama muslim dan berbagi pemahaman tentang Islam (Battour & Ismail, 2016).

Berkaitan dengan pemanfaatan wisata lokal, kini lingkup desa bisa berkarya. Misal di Jawa Tengah (Jateng), adanya Peraturan Daerah (Perda) Pemerintah Provinsi Jateng tentang Pemberdayaan Desa Wisata sebagai dasar agar potensi lokal bisa berkembang. Ragam usaha yang dibudidayakan berupa perjalanan liburan, santapan kebutuhan perut, tempat tinggal murah, ajang plesiran, peremajaan rambut dan kulit, kolam renang, dan lain-lain. Contoh kasus, situs Gunungpring yang terletak di Magelang, selain menawarkan wisata religi juga memiliki daya tarik wisata berupa suasana Islami kawasan pondok pesantren yang didukung dengan bentang alam yang indah (Habib & Mahyuddin, 2021).

Kesuksesan pengelolaan suatu pokja plesiran tentu merangsang satuan kelompok kerja lain untuk dapat merasakan keberhasilan serupa. Hal inilah yang semestinya terus dipancing dalam rangka menciptakan iklim usaha positif. Apabila digeneralkan ada dua bagian, bagian pertama adalah bawaan geografis yang memikat hati sehingga dibutuhkan *setting* tempat dan penghijauan. Bagian kedua, secara geomorfologi itu biasa tidak terlalu mencolok mata, akan tetapi penghuni setempat terdiri atas orang-orang muda dan tua ulet-produktif, maka akan dapat mencetuskan hasil-hasil kreatif yang bisa dipopulerkan. Bagian kedua inilah, yang selalu diusahakan pemenuhannya, dibantu oleh insan-insan unggul yang dijiwai iman dilengkapi piranti canggih yang ramah lingkungan dengan harapan dapat dikelola secara bermasa-depan.

METODE PENELITIAN

Penelitian menerapkan cara meneliti berupa *descriptive research*. Data yang disatukan beserta pembahasan penelitian diarahkan untuk mengulik serta memaparkan satu kondisi atau fakta sosial dengan cara merincikan satu-dua-tiga hal/poin yang saling berhubungan, sejalan

dengan permasalahan penelitian yang diajukan pada paper ini (Zellatifanny & Mudjiyanto, 2018) dalam (Maulana & Koesfardani, 2021). Data yang dikaji ialah datum sekunder Dinas Pariwisata DIY dan Jateng serta telaah pustaka terkait permasalahan. Pembahasan diarahkan untuk mengkaji *pertama*, destinasi dan produk pariwisata apa saja yang ditawarkan di DIY dan Jateng yang berpotensi untuk dikembangkan menjadi pariwisata syariah dalam mendongkrak ekonomi kreatif yang sedang dibumikan. *Kedua*, sejauh mana pengelolaan pariwisata di tengah pandemi COVID-19 di DIY dan Jateng. *Ketiga*, apa saran atau rekomendasi pengelolaan potensi wisata syariah di DIY dan Jateng yang semestinya dilakukan agar dapat berkembang lebih baik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Destinasi Pariwisata di DIY dan Jawa Tengah sebagai Wisata Syariah

Berdasarkan rumusan LKIP-DisPar DIY Tahun 2019, upaya pemerintah pusat dalam rangka pemerataan pariwisata adalah dengan membentuk 5 destinasi prioritas Bali baru dengan superprioritas (Lombok, Toba, Candi Borobudur, Likupang, Blitung-Manado dan Labuan Bajo). Hal itu menyebabkan semakin kompetitifnya persaingan antardestinasi wisata, sehingga dibutuhkan pengembangan strategi baru untuk menarik wisatawan dimana salah satu destinasi wisata tersebut berada di kawasan DIY-Jateng (BKKBN, 2019).

DIY dan Jateng dalam konstelasi kepariwisataan nasional memiliki Kawasan Strategis Pariwisata Nasional. DIY memiliki 5 (lima) Kawasan Strategis Pariwisata Nasional yakni Pantai Selatan, Dataran Perbukitan Karst, sajian Malioboro, pesona Prambanan-Kalasan, serta tak ketinggalan jalur pendakian Gunung Merapi-Merbabu. Lebih lanjut, ada 2 area yang terletak berhimpitan di bawah kekuasaan Jateng yaitu Borobudur-Mendut-Pawon dan Dieng (Bappeda D.I. Yogyakarta, 2018). Provinsi Jawa Tengah Tahun 2012-2027 dibagi menjadi 6 Perwilayahan Destinasi Pariwisata Jawa Tengah terdiri atas Kota Semarang dan hamparan Karimunjawa, artefak seputar hal-ihwal arkeologi tahapan/silsilah manusia purba, Pusat Kerajinan Guci dan Batik, Pulau Penjara dan Baturaden, Borobudur sepaket dengan Dataran Tinggi Dieng, Cepu dan sekitarnya (Gubernur Jawa Tengah, 2012). Berdasarkan PP No. 51 Tahun 2019 tentang Program Kampung Iklim di Jawa Tengah menetapkan Jawa Tengah memiliki 4 (empat) daerah peruntukan pariwisata skala nasional yaitu Candi Borobudur bersama Jogja, Pulau Karimunjawa, Situs Museum Purbakala Sangiran, Nusakambangan dan pantai yang berdekatan. Menambahkan, berdasarkan Arah Pengembangan Kawasan DPP, konsep Pengembangan perwilayahan KSPN Borobudur adalah untuk pemeliharaan secara

berkesinambungan (*sustainable preservation*) dengan tetap berdaya-saing secara kompetitif di kancah nasional dan mancanegara, untuk pemberdayaan dan kemakmuran rakyat.

Data Pemasaran keluar-masuk wisnus dan wisman Jawa Tengah menunjukkan ada 10 (sepuluh) besar kunjungan wisatawan nusantara dan mancanegara tahun 2018, selengkapnya disajikan pada baris dan kolom 1 (memuat 18 menurun dan 4 mendatar).

Tabel 1
Rekap Pemasaran Pariwisata Jawa Tengah Tahun 2018

No.	Destinasi wisata	Kunjungan wisatawan nusantara (orang)	Kunjungan wisatawan mancanegara (orang)
1.	Candi Borobudur	(1) 2.939.070	(2) 196.222
2.	Taman Balekambang Kota Surakarta	(2) 2.534.466	(10) 11.788
3.	Owabong Purbalingga	(3) 940.701	
4.	Candi Prambanan Klaten	(4) 910.234	(1) 228.457
5.	Makam Sunan Kalijaga Demak	(5) 887.965	
6.	Taman Satwa Taru Jurug Surakarta	(6) 861.861	
7.	Pantai Karang Jahe Rembang	(7) 686.817	
8.	Masjid Agung Demak	(8) 622.532	
9.	Miniatur Dunia (Dream Land), Banyumas	(9) 578.097	
10.	Guci, Kabupaten Tegal	(10) 541.195	
11.	Candi Mendhut dan Pawon, Magelang		(3) 76.508
12.	Candi Ceto, Karanganyar		(4) 44.888
13.	Kota Lama & Lawang Sewu Dskt, Semarang		(5) -
14.	Ketep Pass, Kab. Magelang		(6) 18.910
15.	Punthuk Setumbu, Kab. Magelang		(7) 18.177
16.	Museum Rekor Indonesia, Semarang		(8) 17.390
17.	Pura Mangkunegaran, Surakarta		(10) 11.788

(“BAPPEDA PROVINSI JAWA TENGAH A . Target capaian s . d . 2018 Wisnus 33 , 824 , 055 B . Target Capaian s . d . 2018 Wisman 432 , 171,” n.d.)

Pada tabel ini, destinasi pariwisata yang paling menarik wisatawan nusantara di tahun 2018 adalah Candi Borobudur yang terletak di DIY-Jateng, dan menarik kedua bagi wisatawan mancanegara. Hal itu tentu menjadi potensi besar bagi pengembangan pariwisata di DIY-Jateng. Lebih lanjut, beberapa program dijalankan secara bersama oleh kelembagaan terkait di DIY-Jateng untuk memajukan destinasi wisata Candi-Borobudur dan sekitarnya.

DIY-Jateng selain mengunggulkan objek-objek budayanya, begitu membanggakan varian plesiran Islami yang dimiliki selama ini. Destinasi wisata yang digadang-gadang menjadi wisata syariah, berwujud prasasti peninggalan persebaran Islam yang disokong oleh kelengkapan sarpras yang memadai (alim et al, 2015). Jawa Tengah memiliki Kota Kudus yang

menjadi *icon* jejak agama Islam. Kudus adalah kota wali sanga dalam menyebarkan ajaran Islam dahulu, tempat dimakamkannya Sunan Muria dan Sunan Kudus (Indrahti, 2012). Selain Kudus, destinasi wisata syariah potensial di Jateng adalah Demak. Demak memiliki 2 (dua) yaitu makam Sunan Kalijaga dan Masjid Agung Demak.

DIY lebih terkenal dengan pariwisata budayanya, tetapi tidak menutup kemungkinan untuk ditambahkan/dikembangkan pilihan wisata baru, wisata syariah. Pengembangan wisata syariah tidak melulu tentang fisik bangunan. Intisari kebiasaan etnis tertentu yang mengandung *values* kebijaksanaan domesik memiliki keterkaitan pemenuhan kebutuhan rohani seseorang. Pengungkapan nilai-nilai filosofis lokal yang menghidupkan semangat spiritual semestinya diarahkan sebagai terobosan baru pengenalan wisata syariah. Mempertimbangkan hal itu, DIY memiliki kekayaan budaya yang telah mendarah-daging sehingga lebih luwes dikemas sebagai wisata halal muslim. Salah satunya sebagai objek studi/kajian lintas agama, bangunan candi-candi di wilayah DIY dapat dijadikan sebagai destinasi pariwisata. Hal ini ditujukan kepada wisatawan yang tertarik “mengulik agama” dalam rangka menambah rasa syukur dan kepedulian terhadap agama dan lingkungan sekitar.

Upaya Mengembangkan Destinasi Wisata Syariah di DIY dan Jawa Tengah

Seiring dengan agenda besar Nawa Cita, permutakhiran di segala bidang pariwisata dikhususkan dalam tekad demi mengangkat buatan negeri yang bermartabat di muka dunia. Pemerintah berkomitmen membangun karakter dan potensi pariwisata melalui, salah satunya, memberi dukungan dalam rupa pembangunan fasilitas pendukung swasembada plesiran baik itu moda transportasi menuju/keluar lokasi, pola pikir warga sekitar, maupun kemajuan sistem telekomunikasi yang dipakai (Deputi Bidang Pengembangan Destinasi dan Industri Pariwisata, 2015).

Yogyakarta dan Jateng diketahui telah melakukan upaya-upaya dalam mengembangkan pertumbuhan pariwisata di kedua wilayah tersebut. Borobudur adalah satu wisata unggulan yang keberadaannya pernah dan masih menjadi sorotan dunia. Borobudur menjadi proyek bersama antara DIY-Jateng. Salah satu kendala dalam pengembangan destinasi wisata adalah terkait dengan infrastruktur pariwisata. Untuk itu, DIY-Jateng telah membangun armada Joglo Semar untuk jalur wisata Candi Borobudur. Tidak hanya itu, penanganan beberapa lokasi tujuan wisata tahun ini adalah destinasi wisata Dieng dan Borobudur yang dikelola sebagai perpaduan liburan asyik dalam satu waktu. Secara kontrol mayor, DIY-Jateng mengintegrasikan Joglo-Semar sebagai perpanjangan tangan opsi andalan piknik-sepaket *Integrated Tour*.



Rekomendasi Pengelolaan Wisata Syariah di DIY dan Jawa Tengah

Yogyakarta, sejak dahulu kala sudah terkenal sebagai daerah istimewa, pariwisata yang kental dengan nilai budaya masyarakatnya yang begitu melekat. Ketika orang menyebut nama Yogyakarta maka langsung teringat dengan budayanya, pantainya, kulinernya, bangunan bersejarahnya. Yogyakarta sarat akan label kota budaya dan sejarah perjuangan bangsa. Program pariwisata Yogyakarta diarahkan kepada pariwisata budaya, tidak menutup kemungkinan pilihan wisata syariah dapat ditambahkan sebagai menu pariwisata Yogyakarta.

Berbeda dengan DIY, Jawa Tengah terkenal dengan slogan Jateng Gayeng memiliki beberapa potensi wisata tidak hanya sarat nilai budaya, tetapi juga nilai religi sehingga juga berpotensi untuk dikembangkan menjadi destinasi wisata syariah. Yogyakarta sudah sejak dahulu dikenal sebagai kota gudeg dan kota budaya, Daerah Istimewa Yogyakarta. Jawa Tengah dimana secara geografis memiliki kabupaten-kabupaten yang terletak memanjang dari yang paling timur (berbatasan dengan Jawa Timur) ada kabupaten Rembang, Blora, Grobogan, Sragen, Karanganyar, dan Wonogiri sampai yang paling Barat (Kabupaten Cilacap-Brebes), memiliki kecenderungan pluralistik, tidak terpusat, dan saling terpisah dari ujung ke ujung. Oleh karena itu, untuk pengelolaan industri wisata, Jateng membutuhkan upaya yang lebih ekstra dalam menjangkau satu kabupaten dengan kabupaten yang lain. DIY secara geografis adalah kota yang terpusat di Kabupaten Sleman, sehingga secara pengelolaan lebih terpadu. Lebih lanjut, secara pengelolaan wisata syariah keduanya baik DIY maupun Jateng memiliki potensi lokal masing-masing yang dapat dimunculkan sebagai produk wisata syariah. Produk wisata syariah dapat berupa kuliner, jasa perjalanan syariah, masjid/candi/makam/monumen bersejarah lainnya, maupun alam yang memiliki nilai spiritual yang reaktif tergantung kebutuhan rohani masing-masing wisatawan.

Rekomendasi pengelolaan destinasi wisata syariah di DIY dan Jateng antara lain, 1) DIY perlu menambahkan secara eksplisit produk-produk yang diunggulkan sebagai produk wisata syariah dalam promosi pariwisatanya; 2) Jateng perlu kerja sama yang lebih antara kabupaten-kabupaten dan pemerintah provinsi/gubernur dalam mengunggulkan produk-produk wisata syariah dan mengintegrasikan pengelolaan destinasi wisatanya; 3) ketika menelusuri informasi (dengan cara mengetik peta destinasi wisata DIY dan/atau Jateng) DIY mudah menemukan peta destinasi wisata sedangkan Jateng masih terbatas ketersediaan peta destinasi wisata secara keseluruhan yang bisa diakses/diunduh, sehingga khusus Jateng diperlukan lebih banyak ketersediaan data-data geografis yang mudah diakses dan diunduh oleh masyarakat luas secara mudah, 4) diperlukan pengelolaan destinasi wisata Borobudur-Dieng yang lebih *massive action* baik secara offline maupun online antara DIY-Jateng, serta 5)



penyediaan dan perbaikan fasilitas wisata syariah meliputi makanan halal, tempat ibadah (sholat), toilet-air ramah muslim, fasilitas dan pelayanan edisi Ramadhan, tidak ada fasilitas standard *non-halal activities*, dan adanya ruang privasi hijau halal muslim.

KESIMPULAN

Berdasarkan data dan pembahasan potensi pariwisata syariah dan upaya pengelolaan wisata syariah yang ada di DIY-Jateng dapat ditarik simpulan, yaitu:

1. Destinasi dan produk pariwisata yang ditawarkan di DIY dan Jateng yang berpotensi untuk dikembangkan menjadi Pariwisata Syariah dibedakan menjadi 2 (dua) secara terintegrasi adalah Borobudur-Dieng, dan secara terpisah di DIY adalah budaya kearifan lokal kota Jogjakarta dan di Jateng adalah jejak-jejak penyebaran agama Islam oleh Wali Sanga.
2. Sejauh ini, pengelolaan pariwisata selama pandemi COVID-19 dilakukan sistem operasional secara terbatas pada waktu tertentu dibuka secara terbatas untuk pengunjung lokal dan pada waktu darurat ditutup untuk pengunjung lokal.
3. Saran yang dapat diterapkan dalam pengelolaan Pariwisata Syariah DIY-Jateng adalah adanya infrastruktur yang nyaman dan aman, promosi yang masif, sistem website yang terintegrasi, ketersediaan informasi yang memadai, kerjasama antarpemerintah provinsi dan masyarakat setempat dalam melestarikan destinasi wisata syariah yang ada.

DAFTAR PUSTAKA

- Africa Islamic Economic Foundation. (2013). Global Halal Industry : An Overview. *Global Islamic Finance Report 2013*, 140–159. Retrieved from http://www.gifr.net/gifr2013/ch_13.PDF
- Alim et al. (2015). Analisis Potensi Pariwisata Syariah dengan Mengoptimalkan Industri Kreatif di Jawa Tengah dan Yogyakarta. 2015, 1. Retrieved from <http://eprints.undip.ac.id/45828/1/Artikel.pdf>
- Astuti, M. T., Noor, A. A., Pariwisata, K., & Morotai, K. (2016). Daya Tarik Morotai Sebagai Destinasi Wisata Sejarah dan Bahari The Attractiveness of Morotai as Historical and Marine Tourism Destination. *Kepariwisata Indonesia*, 11(1), 25–46.
- Badan Pusat Statistik. (2020). Catalog : 1101001. *Statistik Indonesia 2020*, 1101001, 790. Retrieved from <https://www.bps.go.id/publication/2020/04/29/e9011b3155d45d70823c141f/statistik->



indonesia-2020.html

- Bappeda D.I. Yogyakarta. (2018). *Arahan Pengembangan Kawasan Pariwisata D.I. Yogyakarta*, (September).
- BAPPEDA PROVINSI JAWA TENGAH A . Target capaian s . d . 2018 Wisnus 33 , 824 , 055
B . Target Capaian s . d . 2018 Wisman 432 , 171. (n.d.).
- Battour, M., & Ismail, M. N. (2016). Halal tourism: Concepts, practises, challenges and future. *Tourism Management Perspectives*, 19(December 2015), 150–154.
<https://doi.org/10.1016/j.tmp.2015.12.008>
- BKKBN. (2019). *Laporan Kinerja Instansi Pemerintah BKKBN. Bkkbn* (Vol. 20).
- COMCEC. (2016). Muslim Friendly Tourism: Understanding the Demand and Supply Sides in the OIC Member Countries. *COMCEC Coordination Office*, (August), 1–112.
- Deputi Bidang Pengembangan Destinasi dan Industri Pariwisata. (2015). Rencana Strategis Pengembangan Destinasi Dan Industri Pariwisata Kementerian Pariwisata Tahun 2015-2019. *Rencana Strategis Pengembangan Destinasi Dan Industri Pariwisata Kementerian Pariwisata Tahun 2015 -2019*.
- Djakfar, M. (2017). Pariwisata Halal. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1689–1699.
- Geetanjali Ramesh Chandra. (2014). Halal Tourism; A New Goldmine for Tourism. *International Journal of Business Management & Research (IJBMR)*, 4(6), 45–62.
- Gubernur Jawa Tengah. (2012). Pemerintah Provinsi Jawa Tengah, 1–29.
- Gunawan, M. O. O. (1377). Rencana Strategis Pariwiwsata Berkelanjutan dan Green Jobs untuk Indonesia, 29.
- Habib, M. A. F., & Mahyuddin, M. (2021). Evaluasi Pengelolaan Teknologi Tps 3R Di Desa Wisata Religi Gunungpring Kabupaten Magelang. *Journal of Islamic Tourism, Halal Food, Islamic Traveling, and Creative Economy*, 1(1), 1–34. <https://doi.org/10.21274/ar-rehla.2021.1.1.1-34>
- Heckman, J. J., Pinto, R., & Savelyev, P. A. (1967). 濟無 No Title No Title No Title. *Angewandte Chemie International Edition*, 6(11), 951–952.



- Indrahti, S. (2012). *Kudus Dan Islam: Nilai-Nilai Budaya Lokal*. Retrieved from http://eprints.undip.ac.id/39024/2/buku_KUDUS_DAN_ISLAM.pdf
- Kemenparekraf. (2020). Panduan Pelaksanaan Kebersihan Kesehatan, Keselamatan, dan Kelsetarian Lingkungan pada Penyelenggaraan Kegiatan Pertemuan, Insentif, Konvensi, dan Pameran (MICE), 2019(September). Retrieved from https://chse.kemenparekraf.go.id/storage/app/media/dokumen/Pedoman_Penyelenggaraan_Kegiatan.pdf
- Maulana, A., & Koesfardani, C. F. P. P. (2021). Pola Musiman Kunjungan Wisatawan Mancanegara Ke Bali. *Jurnal Kepariwisata Indonesia: Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Kepariwisata Indonesia*, 14(2), 73–90. <https://doi.org/10.47608/jki.v14i22020.73-90>
- Pariwisata, K., Halal, G., Barat, S., Timur, J., Syariah, W., Hanya, B., & Ziarah, W. (n.d.). PERSUASI.
- Rasyid, A. (2015). Pariwisata Syariah. *Bussiness Law Binus*, 1. Retrieved from <http://business-law.binus.ac.id/2015/10/08/pariwisata-syariah/>
- Sari, A. P., Pelu, M. F. A., Dewi, I. K., Ismail, M., Siregar, R. T., Mistriani, N., ... Sudarmanto, E. (2020). *Ekonomi Kreatif. Yayasan Kita Menulis* (Vol. 53).