

BAB I

PENDAHULUAN

A. Konteks Penelitian

Indonesia adalah salah satu negara yang menjadi rujukan destinasi wisata oleh para wisatawan dalam maupun luar negeri. Banyak objek wisata yang memiliki keindahan yang mempesona dan memiliki kebudayaan yang indah. Hal ini karena Indonesia memiliki kekayaan, keragaman dan potensi alam yang dapat digunakan dan diandalkan untuk menaikkan perekonomian Indonesia,² Baik bagi Negara maupun masyarakat di sekitar lokasi pariwisata.

Di negara Indonesia pertumbuhan pariwisatanya dalam kurun waktu 10 tahun terakhir ini berkembang sangat cepat dan menjadi sektor ekonomi terbesar dalam berkontribusi menyumbang devisa negara. Pada tahun 2015 sektor pariwisata berada di posisi nomer 4 dalam memberikan kontribusi terhadap penghasilan devisa negara dengan capaian USD 12.225 miliar dan berada di bawah batu bara dengan posisi ketiga (USD 14.717 miliar, posisi kedua diduduki industri kelapa sawit (USD 16.427 miliar) dan di posisi puncak diduduki oleh minyak dan gas bumi (USD 18.574 miliar. Namun sebagai bukti betapa strategisnya sektor pariwisata di Indonesia, maka setelah dikembangkan secara cepat maka dapat membuat pergeseran posisi terhadap besarnya nilai kontribusi pada devisa penghasilan negara. Dimana pada tahun 2016 sektor

² Ernaldi, Edgardi Muhammad Yusaliana. *Analisis Strategi Pengembangan Agrowisata Perkebunan Teh Gunung Mas PTPN VIII Bogor, Jawa Barat*. Fakultas Ekonomi dan Manajemen. Institut Pertanian Bogor, 2010.

pariwisata menduduki posisi kedua dengan capaian USD 13.568 miliar dibawah sektor industri kelapa sawit yang mencapai USD 15.965.³

Melihat bahwa Indonesia memiliki banyak destinasi wisata yang memiliki nilai jual yang tinggi dengan berbagai macam keindahan dan pesona alamnya setra keanekaragaman seni dan budaya yang memiliki keunikan dan kekhasan tersendiri, maka kita sebagai warga negara yang baik, hendaknya berkewajiban dalam menjaga dan melestarikan kekayaan alam dan keanekaragaman seni dan budaya yang dimiliki oleh Negara kita Indonesia. Karena dengan kita tetap menjaga, melestarikan dan bahkan mengembangkan potensi wisata di Indonesia, maka akan menambah keindahan wisata yang menggiurkan bagi para wisatawan. Adapun kekayaan dan potensi alam yang dimiliki oleh Negara Indonesia dikelola dan diatur dalam Undang-undang no 10 tahun 2009 tentang kepariwisataan.

Pariwisata merupakan suatu kegiatan yang dinamis dan berkembang di mana dalam melaksanakan kegiatan melibatkan banyak pihak. Selain itu pariwisata mampu merangsang muncul dan berkembangnya bermacam-macam bidang usaha. Apalagi saat ini pariwisata memiliki peluang besar untuk menjadi pendorong utama dari perekonomian Indonesia dan dapat dikategorikan sebagai industri yang mendunia. Sehingga suatu daerah atau

³ Chandra A.A., dan Damarjati D. (2017, Oktober 17), *Tiga tahun Jokowi-JK, Pariwisata Sumbang Devisa Terbesar Kedua*. Retrieved from Detik.com: <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-3687715/tiga-tahun-jokowi-jk-pariwisata-sumbang-devisa-terbesar-kedua>

Negara yang mampu memahami besarnya potensi sektor pariwisata akan mendapatkan banyak pemasukan dari industri tersebut.⁴

Selain itu pariwisata adalah aset yang sangat berharga dan strategis untuk mendukung pembangunan wilayah yang memiliki potensi obyek wisata. Pembangunan dalam sektor pariwisata di Indonesia memiliki potensi berkembang yang sangat besar. Pariwisata merupakan bagian yang tidak bisa dipisahkan dari proses pembangunan nasional yang dilakukan secara sistematis, terpadu, terencana, bertanggungjawab, dan berkelanjutan yang tetap memberikan perlindungan penuh pada nilai-nilai agama, budaya yang ada di masyarakat, mutu dan kelestarian lingkungan hidup serta kepentingan nasional. Selain itu dalam proses pengembangan dan pembangunan pariwisata diperlukan untuk mendorong pemerataan kesempatan membuat usaha dan mendapatkan manfaat secara langsung maupun tidak langsung serta mampu menghadapi tantangan perubahan kehidupan lokal, nasional dan secara global.⁵

Dalam pandangan Islam berwisata itu sangatlah dianjurkan dan penting untuk dilaksanakan oleh setiap muslim guna mengambil ibrah dan pelajaran darinya. Sebagaimana Firman Allah SWT dalam Al-Qur'an surat Al-Mulk ayat 15:

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ ذُلُوقًا وَمَشُورًا فَاكْبِرْهَا وَكُلُوا مِنْ رِزْقِهِ ط
وَالِيهِ النُّشُورُ. (الْمُلْكُ: ٥ ا)

“Dialah yang menjadikan bumi itu mudah bagi kamu, maka berjalanlah di segala penjurunya dan makanlah sebageian dari

⁴Ismayanti. *Pengantar Pariwisata*. Jakarta : Grasindo. 2014. Hal 30

⁵Undang-undang nomor 10 tahun 2009 tentang Kepariwisataaan

rezeki-NYA. Dan hanya kepada-NYA-lah kamu (kembali setelah) dibangkitkan” (QS. Al-Mulk:15).

Berdasarkan ayat Al-Qur'an diatas, bahwasanya Allah telah menganjurkan kepada kita selaku hambanya di muka bumi ini untuk melakukan perjalanan atau berwisata ke berbagai tempat yang kita butuhkan atau inginkan dan mengambil hikmah atau pelajaran dari perjalanan kita tersebut.

Potensi pengembangan pariwisata halal ini cukup menjanjikan yaitu potensi pasar wisatawan mancanegara maupun potensi pasar wisatawan domestik yang secara umum jika dikalkulasikan jumlah wisatawan dunia di tahun 2014 meningkat 5% dari tahun sebelumnya yaitu sebanyak 1.110 juta jiwa, dimana pada tahun 2014 tersebut 27,1% dari wisatawan dunia atau sekitar 300 jutaan wisatawan dunia melakukan perjalanan wisata ke Asia dan yang masuk ke Asia Tenggara sendiri mencapai 96.7 juta wisatawan dunia. Satu tahun setelahnya yaitu pada tahun 2015 di tengah situasi global yang kurang kondusif, wisatawan dunia yang melakukan perjalanan wisata tetap mengalami peningkatan sekitar 4,5%, jadi pada sektor pariwisata senantiasa tetap mengalami peningkatan secara signifikan.⁶

Selain dari pada itu berdasarkan data dari PEW research menyebutkan bahwa populasi muslim mencapai 1,7 miliar jiwa yang bisa dikatakan sebagai populasi terbesar di dunia, tidak hanya sebagai populasi terbesar di dunia namun muslim juga merupakan konsumen terbesar dunia, dalam hal ini menurut Thomson Reuters Global Islamic Economy Report 2017/2018 menyatakan bahwa konsumsi muslim terbesar di dunia mencapai 11,9% dari

⁶ Ahyak, *Strategi Pengelolaan Pariwisata Halal Kota Surabaya “Study Pada Wisata Religi Sunan Ampel Surabaya”*, Tesis (Surabaya: UIN Sunan Ampel, 2018), 6

konsumsi masyarakat di dunia dimana konsumsi muslim terbesar berada pada 6 sektor yaitu sektor makanan, pakaian, pariwisata, farmasi media dan kosmetik atau sebesar US\$ 2 triliyun.⁷

Dengan prospek yang begitu besar dan sangat menjanjikan dari tingginya tingkat konsumsi dan permintaan dari golongan masyarakat muslim dunia terhadap produk wisata halal dari sektor pariwisata, Negara Indonesia mencoba bersaing pada kancah dunia global dengan turut mengembangkan pariwisata halal guna untuk menarik wisatawan mancanegara maupun wisatawan pada tingkat domestik. Dengan banyaknya wisatawan yang berkunjung ke Indonesia dengan semakin pesatnya pengembangan wisata atau destinasi wisata yang dimiliki Indonesia yang diharapkan akan mampu memberikan kontribusi yang besar terhadap peningkatan PDB, devisa negara, pendapatan asli daerah, banyak terbukanya peluang usaha, dan peluang pekerjaan bagi masyarakat Indonesia atau yang biasa disebut *multiplier effect*.

Keseriusan Indonesia dalam mengembangkan potensi pariwisata halal ini telah dibuktikan dengan launching pariwisata syariah pada tahun 2013 dengan mengadakan event Indonesia Halal Expo (INDEX) yang dilaksanakan di Kota Jakarta pada tanggal 13 oktober 2013 yang didukung langsung oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) dan Majelis Ulama Indonesia (MUI).

Dalam hal aktualisasi Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) telah banyak melaksanakan kegiatan sosialisasi dan

⁷ Muhammad Djakfar, *Pariwisata Halal*, iv

pelatihan-pelatihan mengenai wisata halal pada empat jenis usaha jasa dibidang kepariwisataan yaitu usaha jasa penginapan dan hotel, usaha jasa biro perjalanan wisata, usaha wisata kuliner dan restoran serta usaha jasa spa dan trapi massage. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) juga senantiasa melakukan kegiatan sosialisasi pada beberapa organisasi-organisasi yang bergerak di bidang pariwisata yang ada di Indonesia seperti pada Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI), Himpunan Pramuwisata Indonesia (HPI), dan *Association Of The Indonesia Tours and Travel*.⁸

Pengembangan wisata yang menarik di Indonesia akan menambah daya tarik bagi wisatawan baik domestik maupun mancanegara untuk berkunjung. Hal ini terbukti dengan terus meningkatnya jumlah wisatawan domestik maupun wisatawan asing yang berkunjung ke Indonesia dari waktu ke waktu. Data di bawah ini menunjukkan adanya peningkatan wisatawan yang berkunjung ke Indonesia sebelum pandemi Covid-19 melanda Indonesia.⁹

| Tahun | Jumlah Wisatawan Asing |
|-------|------------------------|
| 2013 | 8.802.129 |
| 2014 | 9.435.411 |
| 2015 | 10.230.775 |
| 2016 | 11.519.275 |
| 2017 | 14.039.799 |
| 2018 | 15.810.305 |
| 2019 | 16.106.954 |
| 2020 | 4.052.923 |
| 2021 | 4.052.923 |

⁸ Riyanto Sofyan, *Bisnis Syariah Mengapa Tidak*, (Jakarta: Gramedia Pustaka, 2011), 50

⁹Kementerian Hukum dan HAM (Direktorat Jendral Imigrasi) dan Hasil MPD <https://www.bps.go.id/indicator/16/1821/4/jumlah-kunjungan-wisatawan-mancanegara-ke-indonesia-menurut-kebangsaan.html>, access time : 20 may 2022



Sumber data : Kementerian Hukum dan HAM (Direktorat Jendral Imigrasi) dan Hasil MPD

Data di atas menunjukkan bahwa perkembangan dan penambahan jumlah wisatawan yang mengunjungi tempat wisata semakin bertambah dari tahun sebelumnya sampai tahun 2019, baik dari jumlah pengunjung wisatawan mancanegara maupun domestik. Hal ini menjadi nilai tambah bagi industri pariwisata di Indonesia. Akan tetapi di tahun 2020 jumlah wisatawan mancanegara dan domestik menurun secara drastis, penurunan jumlah wisatawan yang berkunjung ke tempat wisata mencapai 74.84%. hal ini tidak lain karena adanya pandemi covid-19. Semua sektor mengalami penurunan yang drastis.

Alasan utama dalam mengembangkan dan meningkatkan industri pariwisata untuk negara adalah untuk meningkatkan penerimaan devisa Negara Indonesia. Selain itu pariwisata juga dapat digunakan untuk memperkenalkan keragaman suku dan budaya yang dimiliki Indonesia kepada dunia. Hal lain yang tak kalah penting yakni pariwisata dapat menambah lapangan pekerjaan

menjadi semakin luas sehingga diharapkan dapat menurunkan angka pengangguran di Indonesia. Maka dari itu, pelaku industri pariwisata perlu membuat strategi khusus dalam mengembangkan suatu wisata yang muaranya untuk menarik para wisatawan.¹⁰ Adapun proses penentuan strategi tersebut harus tetap memelihara keanekaragaman hayati dan juga kearifan lokal. Karena hal tersebut merupakan nilai jual tersendiri bagi industri pariwisata di Indonesia.

Kabupaten Tulungagung merupakan salah satu daerah di Jawa Timur yang memiliki kekayaan akan tempat wisata maupun aktivitas wisatanya. Kabupaten Tulungagung juga lebih dikenal dengan sebutan Kota Marmer. Dalam upaya mendorong pembangunan ekonomi Kabupaten Tulungagung berupaya mengembangkan potensi wilayah yang dimilikinya. Kabupaten Tulungagung terletak pada posisi 111⁰ 43' sampai dengan 112⁰ 07' bujur timur dan 7⁰ 51' sampai dengan 8⁰ 18' lintang selatan. Luas wilayahnya mencapai 1.055,65 km² dan terbagi menjadi 19 kecamatan dan 271 desa/kelurahan.¹¹

Kabupaten Tulungagung memiliki pemandangan alam yang indah dan menarik. Hal itu dikarenakan Kabupaten Tulungagung memiliki bentang garis pantai sepanjang kurang lebih 51 km, sehingga memiliki lebih dari 40 pantai yang eksotik, diantaranya Pantai Sidem, Pantai Popoh, Pantai Brumbun, Pantai Sine, Pantai Molang, Pantai Klatak, Pantai Gerangan, Pantai Brumbun, Pantai

¹⁰ Lincinwa. "Strategi Pengelolaan Dalam Pengembangan Daya Tarik Wisata Pemandian Air Panas Oleh Pemerintah Desa Batu Lepoq Kabupaten Kutai Timur". *eJournal Administrasi Bisnis*. 2018,6 (4): 1297-1307. ISSN 2355-5408 , ejournal.adbisnis.fisip-unmul.ac.id

¹¹ RIPPARDA Kabupaten Tulungagung Tahun 2017-2027, Hal. 14

Mbayem, pantai Sioro, Pantai Sanggar, Pantai Ngalur, Pantai Banyu Muluk, Pantai Pathok Gebang, Pantai Nglarap, Pantai Gemah dan lain-lain. Daya tarik wisata alam yang dimiliki Kabupaten Tulungagung selain pantai yaitu Air Terjun Lawean di Kecamatan Sendang, Coban Kromo di Kecamatan Campurdarat dan beberapa gua alami di wilayah perbukitan karst Campurdarat. Selain itu, di Kabupaten Tulungagung banyak pula dijumpai wisata minat khusus dan wisata sejarah maupun pra sejarah. Sebab di Kabupaten Tulungagung pernah ditemukan fosil manusia erectus (manusia purba) homo wajakensis. Peninggalan benda cagar budaya berupa candi, petilasan, makam kuno, juga banyak di jumpai di Kabupaten ini.

Berdasarkan hasil sensus penduduk pada tahun 2020 jumlah penduduk di Kabupaten Tulungagung mencapai 1.123.325 jiwa dengan jumlah masyarakat kabupaten yang beragama Islam mencapai 1.106.515 jiwa yang merupakan jumlah mayoritas masyarakat di Kabupaten Tulungagung. Berdasarkan data tersebut maka di Kabupaten Tulungagung seharusnya tidaklah sulit untuk mengembangkan destinasi yang dimiliki untuk mengarah ke pengembangan destinasi wisata syariah.

Hingga saat ini masih banyak pemahaman di lingkungan masyarakat bahwa wisata syariah adalah jenis wisata yang bersifat religi yaitu kunjungan-kunjungan ketempat ibadah untuk berziarah seperti berwisata ke masjid bersejarah, makam para wali-wali Allah dan lain-lain, pemahaman seperti ini merupakan pemaknaan yang kurang tepat terkait pariwisata syariah ini disebabkan karena kurangnya edukasi dan informasi. Terdapat beberapa faktor

internal dalam pengembangan pariwisata syariah diantaranya adalah dari segi kekuatan yang dimiliki seperti; beragamnya daya tarik wisata di Kabupaten Tulungagung yang berpotensi dikembangkan menjadi wisata syariah, mayoritas penduduk Kabupaten Tulungagung yang Muslim, Potensi daya tarik Masjid dan Pesantren, Aktifitas keislaman, Event dan wisata belanja busana muslim, Aksesibilitas menuju Kabupaten Tulungagung yang mudah dan sarana serta prasana umum yang ada di Kabupaten ini sudah sangat memadai. Sedangkan kekurangan yang ada di Kabupaten Tulungagung dalam hal pengembangan pariwisata syariah antara lain, belum adanya peraturan daerah mengenai pariwisata syariah, belum adanya komunitas/lembaga yang concern terhadap pariwisata syariah, sedikitnya jumlah akomodasi dan usaha pariwisata yang sudah berlabel halal, masih adanya kemacetan, sarana transportasi dan akses informasi, banyaknya jumlah usaha pariwisata hiburan malam, dan juga kurangnya sosialisasi dan promosi mengenai konsep pariwisata syariah.

Adapun data pengunjung wisata di kabupaten Tulungagung baik wisatawan mancanegara maupun wisatawan nusantara sebagai berikut:¹²

¹² Data rekapitulasi wisatawan mancanegara dan wisatawan nusantara Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tulungagung tahun 2020

| Tahun | Jumlah Wisatawan Asing | Jumlah wisatawan Domestik |
|-------|------------------------|---------------------------|
| 2013 | 28 | 223.937 |
| 2014 | 65 | 227.078 |
| 2015 | 0 | 218.251 |
| 2016 | 0 | 442.329 |
| 2017 | 2.192 | 957.636 |
| 2018 | 51 | 1.250.702 |
| 2019 | 0 | 1.503.225 |
| 2020 | 0 | 1.085.581 |
| 2021 | 0 | 895.384 |



Sumber data : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tulungagung; Laporan Data Kunjungan Wisatawan di Kabupaten Tulungagung tahun 2013-2020

Untuk menjamin keberlangsungan industri pariwisata yang mampu menarik para wisatawan, maka diperlukan suatu strategi yang terencana dan terorganisasi dengan baik dalam hal mempromosikan wisata, menjamin adanya fasilitas dan jaminan mutu serta standar pelayanan yang baik. Dalam proses merencanakan dan merumuskan suatu strategi pemasaran yang baik, pihak pengelola wisata dapat memadukan nilai sejarah dengan modernisasi wisata, hal tersebut dinilai dapat menjadikan wisata tersebut sebagai andalan

pemerintah daerah dalam hal industri pariwisata, karena keanekaragaman budaya yang dimiliki disetiap daerahnya merupakan aset yang sangat penting untuk bisa menarik wisatawan agar mau berkunjung di daerah tersebut.

Strategi pengembangan pariwisata syariah setidaknya dapat diterapkan di Kabupaten Tulungagung antara lain yaitu, Perbaiki sarana transportasi dan akses informasi untuk kenyamanan wisatawan, melakukan pendataan potensi pariwisata syariah, kemudian memperbaiki fasilitas destinasi yang berpotensi menjadi tujuan wisata syariah. Selain itu, perlunya untuk menjaga kebersihan dan kenyamanan masjid-masjid yang ada di Kabupaten Tulungagung terutama yang selama ini menjadi tujuan utama wisatawan dan sebagai sarana kebutuhan ibadah wajib wisatawan muslim. Langkah selanjutnya yaitu memperjelas mekanisme dan sosialisasi mendapatkan sertifikat halal bagi industri pariwisata, serta mengintensifkan promosi melalui event expo halal, festival busana muslim, dan event-event tertentu yang merupakan kegiatan muslim (dzikir akbar, sholawat akbar) dengan mendatangkan ulama-ulama ternama sebagai bentuk mensosialisasikan konsep serta prospek pariwisata syariah kepada industri pariwisata (Hotel, Restaurant, BPW, Spa). Pemerintah Kabupaten Tulungagung segera membuat peraturan daerah mengenai sertifikasi halal bagi usaha-jasa dan industri pariwisata. Dinas Pariwisata Kabupaten Tulungagung dapat melakukan kerjasama dengan melibatkan berbagai pihak terkait seperti MUI, komunitas muslim, industri pariwisata (stakeholder) seperti ASITA Jawa Timur, PHRI Jawa Timur, MES (Masyarakat Ekonomi Syariah) dan akademisi serta Komunitas Pengusaha

Muslim Indonesia (KPMI) untuk membentuk SDM yang concern terhadap pariwisata syariah dan secara mendalam melakukan berbagai kajian-kajian tentang wisata syariah.

Dalam perspektif masyarakat umum selama ini terhadap wisata syariah yang hanya berupa perjalanan wisata ziarah ke makam para wali, masjid-masjid peninggalan sejarah, haji dan lain-lain, perlu mendapatkan pengetahuan dan informasi bahwasanya pariwisata syariah adalah merupakan trend baru pariwisata dunia yang dapat berupa wisata alam, wisata buatan, wisata kuliner maupun wisata budaya keseluruhannya dikemas dan dibingkai dalam nilai-nilai Islami. Sejalan dengan tujuan dijalankannya syariah, yaitu memelihara kesejahteraan manusia yang mencakup perlindungan terhadap keimanan, kehidupan, akal, keturunan dan harta benda. Bila ditinjau dari tujuh unsur yang terkandung dalam berbagai industri dan usaha jasa pariwisata (sapta pesona) yaitu aman, tertib, bersih, sejuk, indah, ramah tamah dan kenangan, maka seluruhnya dapat seiring sejalan dalam pengembangan pariwisata yang dimiliki oleh Kabupaten Tulungagung menuju wisata syariah yang terpadu dan berkelanjutan.

Dalam permasalahan ini perlu adanya dukungan terhadap pengembangan disektor pariwisata, berbagai bentuk unsur dan lembaga seharusnya saling berintegrasi satu dengan lainnya dalam membentuk suatu sistem atau tatanan yang menjadi tanggung jawab bersama, unsur yang saling terkait yaitu wisatawan, masyarakat, segala jenis industri usaha dan jasa pariwisata serta pemerintah, sehingga dapat terbentuk suatu gejala atau

fenomena sosial yang terencana dan terukur yang dikenal dengan sebutan kepariwisataan (tourism).

Pengunjung pariwisata di Kabupaten Tulungagung terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Akan tetapi menurun secara drastis pada tahun 2020 ketika adanya pandemi covid-19. Penurunan ini mengakibatkan banyak kegiatan ekonomi yang dikelola oleh tempat pariwisata atau masyarakat sekitar menerima imbasnya. Hal ini bukan dikarenakan tempat wisata tidak mampu mengembangkan daya tarik lokasinya akan tetapi memang karena adanya larangan untuk berwisata. Larangan ini untuk mencegah penyebaran covid-19 sesuai dengan aturan pemerintah.¹³

Dampak yang paling parah ditimbulkan akibat tidak adanya pengunjung adalah banyak para pedagang di sekitar lokasi wisata tutup, gulung tikar dan bahkan menjual kedai atau tokonya. Ibu Barokah adalah salah satu pemilik warung di wisata cemara sewu pantai sine yang harus gulung tikar dan menjual warung nya. Alasannya karena ingin beralih pada pekerjaan lain yang menghasilkan, karena saat pandemi tidak mendapatkan penghasilan karena tidak ada pengunjung yang berwisata. Meskipun ada yang gulung tikar akan tetapi masih banyak para pedagang yang masih bertahan menunggu pandemi covid-19 berakhir. Karena mereka tidak bisa mencari pekerjaan lain selain berdagang di lokasi pariwisata tersebut.¹⁴

¹³ Wawancara dengan Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Tulungagung pada 1 Oktober 2021

¹⁴ Wawancara dengan ibu Barokah pedagang di wisata Cemara Sewu Pantai Sine pada 2 Oktober 2021

Saat ini pandemi covid-19 sudah mulai berakhir melihat Kabupaten Tulungagung sudah berada di bawah level 4, maka dari itu semua sektor pariwisata harus melakukan hal yang mampu menarik para wisatawan untuk pergi ke lokasi wisata. Hal ini bertujuan agar perekonomian pariwisata segera kembali normal. Para pedagang sekitar lokasi pariwisata segera bisa mendapatkan penghasilan seperti semula. Adapun salah satu strategi yang hendaknya digunakan oleh pengelola obyek wisata untuk menarik para wisatawan adalah bauran pemasaran (*marketing mix*). Karena strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) memiliki komponen yang mencakup kebutuhan dalam proses promosi produk pariwisata.

Bauran pemasaran (*marketing mix*) adalah perangkat pemasaran yang difungsikan untuk mencapai dan mengejar tujuan pemasaran yang ditargetkan. Bauran pemasaran meliputi produk (*product*), harga (*price*), tempat produksi (*place*) dan promosi (*promotion*). Item bauran pemasaran tersebut saling berhubungan, sehingga sebuah perusahaan hendaknya menentukan sasaran dan menganalisis pasar yang menjadi sasaran untuk memasarkan produk yang dimiliki.¹⁵

Bauran pemasaran (*marketing mix*) sangat diperlukan bagi setiap perusahaan, baik yang bergerak dalam bidang barang maupun jasa. Hal ini juga berlaku untuk dunia pariwisata di kabupaten Tulungagung. Karena dalam proses pengelolaan industri pariwisata yang baik dan profesional diperlukan pengetahuan dan kajian yang mendalam tentang pentingnya menarik

¹⁵ Francois Vellas dan Lionel Becherel, *Pemasaran Pariwisata Internasional: Sebuah Pendekatan Strategis*, Tjr. Dra. Indriati Msi, (Jakarta: Yayasan Obor Indonesia, 2008), hal. 142

wisatawan untuk mengunjungi wisata yang dikelola. Wisatawan merupakan sumber pendapatan utama dari sebuah industri pariwisata. Oleh karena itu pelayanan yang baik kepada wisatawan akan membuat wisatawan merasa nyaman dan senang tinggal di tempat wisata dan akan kembali lagi di lain waktu.

Industri pariwisata merupakan jenis industri yang lebih banyak bergerak dalam bidang jasa, oleh karena itu aspek ekonomi yang menjadi prioritas utama adalah pelayanan jasa. Pemberian jasa dan penerapan bauran pemasaran (*marketing mix*) dengan maksimal pada wisatawan yang sesuai dengan yang mereka harapkan akan menambah daya tarik wisatawan untuk memutuskan berkunjung ke tempat wisata.¹⁶ Kenyamanan dan ketenangan yang ada dibenak pelanggan akan mempengaruhi profitabilitas pariwisata itu sendiri dan masyarakat sekitar lokasi wisata.

Selain itu dalam proses pelaksanaan bauran pemasaran pada pengelola wisata di kabupaten Tulungagung perlu adanya tinjauan dari sudut pandang hukum ekonomi islam. Karena dalam konsep pengembangan wisata ini juga masuk dalam hukum mu'amalah islam. Sehingga perlu juga untuk melihat apakah pelaksanaan ini sudah sesuai apa belum. Mengingat di wilayah Kabupaten Tulungagung ini mayoritas beragama islam.

Berkaitan dengan lokasi wisata yang saat ini banyak dibicarakan oleh masyarakat dan digadang mampu untuk menarik wisatawan adalah wisata

¹⁶ Ratni Prima Lita. "Pengaruh Implementasi Bauran Pemasaran Jasa Terhadap Proses Keputusan Wisatawan Mengunjungi Objek Wisata Di Kota Padang". *Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi Universitas Jambi*. Vol 2 No.2 Juli-Desember 2010.

halal. Wisata halal juga menjadi *tranding topic* di seluruh mancanegara, sehingga saat ini para masyarakat mulai menyukai apa yang menjadi *trend* wisata saat ini. Mengingat masyarakat juga sangat memiliki keingintahuan yang besar terkait tempat wisata baru. Sehingga apabila Kabupaten Tulungagung mampu mengembangkan pariwisata yang sudah ada dan membuat atau melengkapi lokasi wisata menjadi wisata halal, akan dimungkinkan ada kenaikan kunjungan wisatawan baik domestik maupun mancanegara.

Konsep wisata halal ini sudah menjadi salah satu target pengembangan ekonomi Islam di Indonesia. Hal ini dimulai dengan adanya produk-produk halal baik makanan maupun minuman, kosmetik halal, busana halal, wisata halal sampai dengan gaya hidup halal. Konsep halal yang sedang marak di berbagai bidang ekonomi ini tidak hanya menjadi *trend* di Indonesia akan tetapi sudah merambah ke mancanegara yang memiliki penduduk rata-rata muslim seperti Jepang, Thailan, Selandia Baru dan lain sebagainya. Sehingga hal ini harus dimanfaatkan di Indonesia utamanya di Kabupaten Tulungagung untuk menumbuhkan semangat wisata halal agar meningkatkan para wisatawan yang berkunjung ke tempat wisata.

Berdasarkan hal tersebut di atas maka peneliti mengambil judul penelitian “Implementasi Strategi Bauran Pemasaran Pariwisata dalam perspektif *halal tourism*”.

B. Fokus dan Pertanyaan Penelitian

Penelitian ini difokuskan pada proses penerapan dan tinjauan *halal tourism* tentang bauran pemasaran (*marketing mix*) yang dilakukan oleh pengelola wisata di Kabupaten Tulungagung. Adapun pertanyaan penelitian sebagai berikut:

1. Bagaimana implementasi strategi bauran pemasaran pada Kawasan wisata di Kabupaten Tulungagung?
2. Bagaimana implementasi strategi bauran pemasaran pada Kawasan wisata di Kabupaten Tulungagung di tinjau dari perspektif *halal tourism*?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini untuk mendeskripsikan secara mendalam tentang:

1. Mendeskripsikan dan menganalisis bagaimana implementasi strategi bauran pemasaran pada kawasan wisata di Kabupaten Tulungagung.
2. Mendeskripsikan dan menganalisis bagaimana implementasi strategi bauran pemasaran pada kawasan wisata di Kabupaten Tulungagung di tinjau dari perspektif *halal tourism*.

D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis
 - a. Penelitian ini diharapkan bisa memberikan kontribusi dalam pengembangan ilmu ekonomi terkait implementasi bauran pemasaran yang meliputi cara penerapan, menganalisis kendala, mengatasi kendala, meninjau dari hukum islam terkait prose pelaksanaan sampai dengan melihat dampak yang ditimbulkan ketika pengunjung pariwisata meningkat dan menurun.
2. Kegunaan Praktis
 - a. Sebagai pertimbangan bagi pengelola wisata di Kabupaten Tulungagung dalam mengimplemenetasikan bauran pemasaran yang sesuai dengan hukum islam.
 - b. Sebagai pertimbangan bagi warga masyarakat Kabupaten Tulungagung, utamanya warga masyarakat sekitar lokasi pariwisata tentang implementasi bauran pemasaran (*marketing mix*). Agar tempat wisata menjadi menarik dan banyak pengunjung yang datang.
 - c. Sebagai pertimbangan bagi pengelola pariwisata di Indonesia tentang implementasi bauran pemasaran (*marketing mix*) yang sesuai dengan hukum islam agar para pengunjung pariwisata meningkat.

- d. Penelitian ini diharapkan bisa menjadi bahan pertimbangan dan rujukan bagi peneliti selanjutnya dengan masalah yang sama atau hampir sama.

E. Penegasan Istilah

1. Konsepstual

- a. Implementasi adalah kegiatan yang bermuara pada aktivitas, aksi, tindakan atau adanya mekanisme suatu sistem, implementasi bukan sekedar aktivitas, tapi suatu kegiatan yang terencana dan untuk mencapai tujuan kegiatan yang direncanakan.¹⁷
- b. Strategi adalah merupakan sejumlah tindakan yang terintegrasi dan terkoordinasi yang diambil untuk mendayagunakan kopetensi inti serta memperoleh keunggulan bersaing. Keberhasilan suatu perusahaan, sebagaimana diukur dengan daya saing strategis dan profitabilitas tinggi, merupakan fungsi kemampuan perusahaan dalam mengembangkan dan menggunakan kompetensi inti baru lebih cepat daripada usaha pesaing untuk meniru keunggulan yang ada saat ini.¹⁸
- c. Bauran pemasaran (*marketing mix*) adalah perangkat dalam pemasaran yang taktis dan bias dikendalikan oleh sebuah perusahaan yang menggunakannya. Adapun unsur bauran pemasaran terdiri dari

¹⁷ Nurdin Usman. *Konteks Implementasi Berbasis Kurikulum*. Grasindo, Jakarta, 2002, Hal. 70

¹⁸ Hitt Michael, dkk, *Manajemen Strategis*, (Jakarta: Erlangga, 1997), Hal. 137

4P yaitu produk (*product*), harga (*price*), tempat produksi (*place*) dan promosi (*promotion*).¹⁹

- d. Halal tourism (Pariwisata halal) menurut Dewan Standar Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN MUI) ialah wisata yang sesuai dengan prinsip syariah, sedangkan destinasi wisata halal adalah suatu kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih dari wilayah administratif yang didalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas ibadah, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah²⁰

2. Operasional

Implementasi strategi bauran pemasaran (*marketing mix*) yang terdiri dari produk (*product*), harga (*price*), dan promosi (*promotion*) pada Kawasan wisata di Kabupaten ini akan dianalisis dalam perspektif *halal tourism*.

¹⁹ Kotler Armstrong . *Prinsip-Prinsip Pemasaran*”, Erlangga, Jakarta. 1997 Hal. 48

²⁰ Muhamad Djakfar, *Pariwisata Halal*, hal. 29