
**PENGEMBANGAN PARIWISATA HALAL DI PULAU
PENYENGAT PROVINSI KEPULAUAN RIAU**Riska Destiana¹, Kismartini²**Abstract**

Penyengat Island in Riau Islands Province was appointed by the Ministry of Tourism as one of the leading halal tourism destinations. The development of halal tourism on Penyengat Island requires strategies that can increase Muslim tourist arrivals. This article aims to analyze alternative strategies for the development of halal tourism in Penyengat Island so that the number of tourist visits can increase and the application of the concept of halal tourism in Penyengat Island can be implemented, so as to obtain the recommended strategy. This research uses a qualitative descriptive approach through literature study with the use of journals that are in accordance with the research topic. The alternative policy evaluation uses evaluation criteria in the form of technical feasibility, economic feasibility, political feasibility and administrative feasibility. There are three alternative policies that can be implemented for the development of halal tourism on Penyengat Island, namely branding and marketing; easy access and visa; and the provision of Muslim tourist-friendly facilities. The policy recommendation is the provision of friendly facilities for Muslim tourists that can create comfortable for Muslim tourists.

Keywords: *Halal tourism, alternative strategies, evaluation criteria, Penyengat Island*

PENDAHULUAN

Pariwisata di tingkat global mengalami berbagai perkembangan segmen, termasuk di dalamnya pariwisata halal. Wisatawan muslim menjadi potensi pasar industri pariwisata yang besar. Mastercard-CrescentRating Global Muslim Travel Index 2019 melaporkan bahwa di tahun 2018 diperkirakan ada 140 juta wisatawan muslim internasional, dengan proyeksi mencapai 260 juta wisatawan di tahun 2026, serta juga memprediksikan wisatawan muslim akan menghabiskan 180 triliun USD di tahun 2026 untuk pemesanan perjalanan melalui sistem daring. Studi yang berkaitan dilakukan oleh Thomson Reuters dan Dinar Standard dalam “*An Inclusive Ethical Economy State of the Global Islamic Economy Report 2018/19*” yang menyebutkan bahwa pengeluaran umat

¹ Staf Badan Kepegawaian dan Pengembangan Sumber Daya Manusia, Provinsi Kepulauan Riau

² Dosen Departemen Administrasi Publik, FISIP Universitas Diponegoro

muslim untuk wisata halal sebesar 177 triliun USD di tahun 2017, dan diproyeksikan naik sebesar 274 triliun USD di tahun 2023.

Segmen pariwisata halal dikembangkan oleh Kementerian Pariwisata RI sejak tahun 2015, dan merupakan salah satu program prioritas. Pertumbuhan pasar pariwisata halal tahun 2018 mencapai 18%, dengan jumlah wisatawan Muslim mancanegara mencapai 2,8 juta dengan devisa mencapai lebih dari Rp 40 triliun. Kementerian Pariwisata RI menargetkan kunjungan wisatawan Muslim mancanegara sebanyak 5 juta wisatawan Muslim mancanegara (maritim.go.id, 19 April 2019). Wisata halal didefinisikan sebagai tujuan wisata yang baik dilakukan dan dijadikan pilihan menurut perspektif syariah karena di dalam atmosfer wisata ini diupayakan terhindar dari kontaminasi apa pun saja yang mengharamkan (Mansouri, 2014 dalam Djakfar, 2017). Pariwisata halal juga didefinisikan sebagai seperangkat layanan tambahan yang mencakup amenities, atraksi, dan aksesibilitas, yang ditujukan dan diberikan untuk memenuhi pengalaman, kebutuhan, dan keinginan wisatawan Muslim, yang disediakan oleh dunia usaha, masyarakat, dan pemerintah (Kementerian Pariwisata, 2019).

Konsep pariwisata halal menjamin ketersediaan kebutuhan dasar umat Muslim untuk tetap menjalankan ibadah dan beraktivitas sesuai dengan hukum syariah selama berada di destinasi wisata tujuan. Menurut Mastercard-CrescentRating Global Muslim Travel Index 2019, ada 9 (sembilan) kebutuhan dasar wisatawan Muslim saat berwisata, yaitu makanan halal; fasilitas beribadah; kamar mandi dengan fasilitas kran air; tidak ada sentimen Islamofobia; penyebab sosial; pelayanan bulan Ramadhan; pengalaman berwisata berkaitan dengan kehidupan Muslim; fasilitas rekreasi yang privat; tidak ada pelayanan non-halal.

Kementerian Pariwisata Republik Indonesia mengumumkan bahwa Indonesia ditetapkan sebagai destinasi wisata halal terbaik dunia tahun 2019 standar Global Muslim Travel Index (GMTI) 2019 mengungguli 130 destinasi wisata dari seluruh dunia (www.kemenpar.go.id, 9 April 2019). Setelah lima tahun melakukan upaya pengembangan destinasi wisata halal, Mastercard-CrescentRating menempatkan Indonesia pada peringkat pertama dengan skor 78 berdasarkan standar GMTI. Standar GMTI yang digunakan untuk mengukur keberhasilan pengembangan destinasi wisata halal didasarkan pada “*CrescentRating ACES model*”, yang diresmikan melalui laporan GMTI tahun 2017. Model ACES GMTI 2019 ini meliputi empat faktor kunci yaitu *Access*

(akses), *Communication* (komunikasi), *Environment* (lingkungan), dan *Service* (pelayanan).

Tim Percepatan dan Pengembangan Pariwisata Halal Kementerian Pariwisata telah mengidentifikasi 10 provinsi untuk pengembangan pariwisata halal di Indonesia, antara lain Aceh, Riau dan Kepulauan Riau, Sumatera Barat, Jakarta, Jawa Barat, Jawa Tengah, Yogyakarta, Jawa Timur, Sulawesi Selatan, Nusa Tenggara Barat. Berdasarkan laporan IMTI 2019, ada 3 provinsi yang termasuk dalam kategori “*Leading Regions*” yang berhasil meraih 3 besar skor tertinggi sesuai standar IMTI, yaitu Nusa Tenggara Barat (Lombok), Aceh serta Riau dan Kepulauan Riau.

Sampai saat ini sebenarnya belum ada standar baku pengaturan konsep halal untuk destinasi wisata, baik hotel, restoran, spa, sauna, maskapai penerbangan, agen perjalanan, dan lainnya, walaupun pangsa pasar wisata halal sedang dikembangkan di Indonesia. Kondisi ini tentu dapat mempersulit pelaku industri bisnis pariwisata untuk menjelaskan definisi konsep halal di Indonesia kepada wisatawan asing. Kementerian Pariwisata sedang menyusun regulasi yang mengatur pariwisata halal dan diperkirakan akan rampung pada tahun ini. Dengan hadirnya regulasi mengenai pariwisata halal dinilai akan memberikan kekuatan dan payung hukum kepada kalangan pelaku industri pariwisata dan dinas pariwisata di daerah-daerah dalam upaya pengembangan pariwisata halal (www.republika.co.id, 8 Maret 2019).

Sebelumnya Kementerian Pariwisata pernah menerbitkan berbagai kebijakan terkait sektor pariwisata halal. Pemerintah telah mengeluarkan Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Nomor 1 Tahun 2016 tentang Penyelenggaraan Sertifikasi Usaha Pariwisata yang mengatur sertifikasi usaha pariwisata halal. Namun, kemudian pasal terkait sertifikasi usaha pariwisata halal dalam regulasi tersebut dicabut.

Kepariwisataan tidak mungkin bisa diselenggarakan dan dikembangkan tanpa komitmen dan dukungan yang kuat dari pemerintah seperti yang dikemukakan dalam Judisseno (2017) sebagai berikut:

“It is only government that have the power to provide the political stability, security, and legal and financial frameworks that tourism requires. It is government that provides essential services and basic infrastructure. And it is only national governments that can negotiate and make agreements with other governments, on issues such as immigration procedures or flying over and/or landing on national territory. Thus, the tourist industry is inseparable from the role of government as public policy-maker and implementer” (hlm.19).

Hal lain yang menjadi fokus dari pengembangan pariwisata halal berkaitan dengan sertifikasi halal, baik itu untuk hotel, makanan minuman, spa, dan aspek lainnya. Sertifikasi halal ini dibutuhkan untuk memberikan jaminan ketenangan kepada wisatawan muslim untuk memilih makanan minuman yang sesuai hukum syariah, memilih hotel yang menjunjung prinsip syariah dalam operasionalnya, memilih spa yang memisahkan ruang antara perempuan dan laki-laki, dan hal lainnya. Harvey (dalam Hall, 2019) menyebutkan tentang pentingnya memiliki standar halal secara universal untuk mencegah penipuan di industri halal. Kehadiran standar halal universal dengan aturan dan peraturan serta definisi halal yang spesifik dapat membantu mengatasi banyak isu yang berkaitan dengan kepercayaan dalam rantai penyediaan. Kebutuhan pembentukan standar halal universal dapat membantu dalam pertumbuhan industri halal. Ketidakhadiran standar halal yang universal dapat menuntun kepada ketidaksetujuan dalam banyak aspek seperti makanan hewan, metode penyembelihan, pengemasan, dan logistik. kepemilikan standar halal menjadi hal yang penting bagi pelayanan keramahtamahan untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan dalam praktek yang sesuai dengan hukum syariah untuk produk, instrumen, operasi dan manajemen.

Dalam Design Strategis dan Rencana Aksi Pengembangan Destinasi Pariwisata Halal di Provinsi Kepulauan Riau 2018-2019 terdapat kawasan pariwisata halal unggulan di Provinsi Kepulauan Riau, salah satunya Kawasan Pulau Penyengat. Kawasan Pulau Penyengat dipilih menjadi salah satu destinasi unggulan dikarenakan kekayaan budayanya. Pulau Penyengat memiliki luas sekitar 240 hektar. Pulau ini terletak hanya sekitar 6 Km Laut atau sekitar 15 menit dari Kota Tanjungpinang. Obyek wisata yang dapat dilihat dari Pulau Penyengat adalah keindahan Masjid Raya Sultan Riau yang terbuat dari putih telur, makam-makam para raja, makam dari pahlawan nasional Raja Ali Haji, Kompleks Istana Kantor dan Benteng Pertahanan di Bukit Kursi. Pulau Penyengat merupakan salah satu sektor unggulan pariwisata di Kota Tanjungpinang. Pulau Penyengat merupakan salah satu kelurahan di kota Tanjungpinang yang dibangun berdasarkan perkembangan sejarah, budaya dan adat istiadat Melayu. Posisi Pulau Penyengat mempunyai letak geografis yang strategis karena berseberangan langsung dengan Singapura dan Malaysia. Kondisi ini mendukung potensi dunia pariwisata untuk dikembangkan secara profesional. Selain itu, secara historis Pulau Penyengat juga memiliki hubungan yang khas, karena merupakan bagian masa lalu yang tak terpisahkan

dari kerajaan Riau Lingga (Melayu) dengan negara Malaysia. Seperti diketahui dari data sejarah, Pulau Penyengat, Singapura, dan Johor Malaysia merupakan satu imperium dibawah Kerajaan Melayu Riau Lingga.

Jaminan halal untuk makanan dan minuman menjadi sangat penting bagi wisatawan Muslim. Kepastian jaminan halal ini memberikan kenyamanan dan kepercayaan bagi mereka yang berkunjung ke suatu daerah wisata. Kota Tanjungpinang, khususnya Pulau Penyengat, memiliki mayoritas masyarakat beragama Islam. Dengan kondisi seperti ini, biasanya akan timbul persepsi bahwa seluruh makanan dan minuman yang tersedia dijamin kehalalannya. Walaupun mudah untuk menemukan produk halal, namun sertifikasi halal masih sangat minim. Padahal sertifikasi dan logo halal merupakan jaminan yang langsung dapat terlihat oleh wisatawan sehingga terhindar dari keraguan dan kecemasan dalam mengkonsumsi makanan dan minuman di destinasi wisata.

Dalam data yang dimiliki Lembaga Pengkajian Pangan, Obat-obatan, dan Kosmetika Majelis Ulama Indonesia (LPPOM MUI) Provinsi Kepri, bahwa di Kota Tanjungpinang, ada 110 produsen yang telah mengantongi sertifikat halal. Baik itu produsen kategori restoran, bakery, katering, cake, kue basah dan kering, pengolahan ikan, pengolahan daging, pengolahan cokelat, minuman dalam kemasan dan rumah potong hewan. Namun dari jumlah itu, untuk kelompok atau jenis produsen restoran, bakery dan cake, hanya 60 saja yang telah mengantongi sertifikat halal, sampai dengan 17 Juni 2019 (<https://www.hariankepri.com/hanya-60restoran-bakery-dan-cake-yang-bersertifikat-halal-di-tanjungpinang/>).

Penginapan menjadi salah satu aspek yang harus diperhatikan. Di kota Tanjungpinang sendiri belum ada hotel yang bersertifikat halal, jika pun ada hotel yang memiliki sertifikat halal hanya untuk sertifikasi restaurannya saja. Hal ini belum menjamin penerapan prinsip syariah dalam hal operasionalnya. Sedangkan berdasarkan data Dinas Pariwisata Provinsi Kepulauan Riau disebutkan bahwa di Pulau Penyengat sendiri tidak ada fasilitas hotel, namun ada 18 (delapan belas) *homestay* yang dikelola oleh penduduk setempat dan belum bersertifikat halal pula.

Untuk wisatawan Muslim, fasilitas beribadah dan bersuci sangat penting. Bagi seorang muslim, sholat merupakan salah satu ajaran Islam yang sangat penting. Menurut laporan Pew Research Center, 63% wisatawan muslim tetap melaksanakan sholat lima waktu tanpa menjamak (mengumpulkan, yakni melaksanakan dua salat wajib dalam satu

waktu, misalnya salat zuhur dengan ashar dan salat magrib dengan salat isya) dan meng-qasar-nya, (yakni menyingkat salat wajib yang 4 rakaat menjadi dua rakaat. Karena itu, wisatawan muslim memerlukan tempat sholat, arah kiblat, atau sajadah dan air untuk berwudhu. Fasilitas beribadah di Pulau Penyengat untuk wisatawan Muslim hanya tersedia di Mesjid Raya Sultan Riau yang lokasinya tidak jauh dari fasilitas pelabuhan. Hal ini tentunya sedikit membatasi kenyamanan wisatawan Muslim yang sedang menikmati wisata di Pulau Penyengat, karena jarak antar objek wisata lumayan berjauhan dari Mesjid Raya Sultan Riau.

Jika dilihat data Dinas Pariwisata Provinsi Kepulauan Riau mengenai sarana prasarana wisata Pulau Penyengat, disebutkan bahwa fasilitas toilet umum hanya tersedia di objek wisata Balai Adat dan pelabuhan. Fasilitas toilet dengan jumlah yang sangat minim serta kondisi yang kurang memadai tentunya mempengaruhi kenyamanan wisatawan, khususnya wisatawan Muslim, karena toilet dengan ketersediaan air bersih yang cukup merupakan sarana bersuci bagi Muslim untuk menjaga kebersihan fisik.

Salah satu kebutuhan wisatawan Muslim saat berwisata menurut GMTI 2019 adalah pengalaman berwisata yang berkaitan dengan kehidupan Muslim, pengalaman unik berkaitan dengan budaya dan identitas Muslim seperti situs kebudayaan Islam atau berinteraksi dengan komunitas Muslim lokal. Untuk wisata Pulau Penyengat, pengalaman yang dimaksud tersebut belum dapat dinikmati sepenuhnya dikarenakan ekspresi budaya masyarakatnya masih kurang dalam kehidupan sehari-hari. Padahal jika dilihat lebih jauh Pulau Penyengat memiliki potensi yang sangat besar untuk wisata budaya maupun wisata religinya. Pulau Penyengat merupakan satu-satunya Kelurahan di Indonesia yang memiliki 46 situs Cagar Budaya Nasional terbanyak, hingga saat ini Mesjid Raya Sultan Riau adalah mesjid pertama nasional yang memakai kubah bata dan beton dengan campuran putih telur. Dengan kondisi demikian sudah selayaknya Pulau Penyengat menjadi satu destinasi wisata yang menjadi daya tarik utama wisata di Provinsi Kepulauan Riau.

Pengembangan pariwisata halal di Pulau Penyengat membutuhkan strategi yang dapat meningkatkan kunjungan wisatawan Muslim. Strategi pengembangan dimaksud juga harus mampu untuk mendukung penerapan pariwisata halal sebagai pariwisata dengan *extended service*. Oleh karena itu, dalam artikel ini bertujuan untuk menganalisis alternatif strategi pengembangan pariwisata halal Pulau Penyengat sehingga

mendapatkan rekomendasi strategi yang dibutuhkan.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif melalui studi pustaka dengan pemanfaatan jurnal-jurnal yang sesuai dengan topik penelitian. Fokus penelitian dalam tulisan ini pada alternatif strategi pengembangan pariwisata halal di Pulau Penyengat Provinsi Kepulauan Riau. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini melalui dokumentasi. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis interaktif dengan tiga komponen analisis yaitu reduksi data, penyajian data, dan menarik kesimpulan (Sugiyono, 2011).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Kawasan Pulau Penyengat merupakan kawasan yang menjadi pusat kajian Melayu Islam yang ternama. Pulau Penyengat adalah tempat lahirnya tata bahasa Melayu (dasar gramatika Bahasa Melayu yang kelak disebut Bahasa Indonesia). Pulau Penyengat menjadi Kawasan Cagar Budaya Nasional melalui lembar Keputusan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Nomor 112/M/2018 tahun 2018. Pengembangan wisata budaya Pulau Penyengat diatur dalam Peraturan Daerah Kota Tanjungpinang Nomor 8 Tahun 2018 tentang Pengelolaan Wisata Budaya Pulau Penyegat. Sebagai daerah dengan mayoritas penduduk muslim, pengembangan pariwisata halal tentunya didukung oleh kehidupan Islam yang mendominasi masyarakatnya.

Pengembangan pariwisata halal tentunya membutuhkan strategi dalam bentuk kebijakan. Strategi pengembangan pariwisata halal Pulau Penyengat harus memperhatikan banyak faktor, seperti letak geografis dan kearifan lokal. Disinilah dibutuhkan analisis kebijakan agar kebijakan yang ditetapkan bisa tepat sasaran dan sesuai dengan tujuan yang ditetapkan. Kismartini (2019) menjelaskan bahwa tujuan analisis kebijakan adalah memberikan informasi kepada pembuat kebijakan untuk memecahkan masalah-masalah masyarakat dan meningkatkan kualitas kebijakan yang dibuat oleh pemerintah. Patton dan Sawicki (dalam Amalia, 2016) mengemukakan bahwa dalam analisis kebijakan diperlukan penentuan kriteria evaluasi. Kriteria evaluasi digunakan untuk membandingkan alternatif kebijakan dan menjustifikasi kebijakan apa yang paling tepat untuk masalah kebijakan tertentu dan untuk masyarakat penerima atau terdampak dari kebijakan tersebut. Menurut Patton dan Sawicki (dalam Amalia, 2016),

ada beberapa kategori kriteria yang disarankan, yaitu:

1. Kelayakan teknis, mengukur apakah outcomes kebijakan sesuai dengan tujuan yang ditetapkan.
 - a. Efektivitas, mengukur apakah suatu kebijakan dapat mencapai tujuan yang ditetapkan.
 - b. Kecukupan, mengukur seberapa jauh alternatif kebijakan yang dirumuskan mampu memecahkan sebagian atau keseluruhan persoalan.
2. Kelayakan ekonomi dan finansial, mengukur bagaimana biaya kebijakan tersebut dan apakah manfaat yang dihasilkan dari kebijakan.
 - a. Efisiensi Ekonomi, mengukur apakah alternatif kebijakan dapat memperoleh manfaat yang optimal dengan menggunakan sumber daya yang ada.
 - b. *Profitability*, mengukur perbandingan antara input dan output kebijakan.
 - c. Efektifitas biaya, mengukur tujuan kebijakan tercapai dengan biaya secukupnya.
3. Kelayakan politik, penerimaan alternatif kebijakan yang dirumuskan oleh berbagai aktor, seperti pengambil keputusan, pegawai pemerintah, masyarakat terdampak
 - a. *Acceptability*, mengukur apakah alternatif kebijakan yang dirumuskan bisa diterima oleh aktor politik pembuat keputusan dan masyarakat penerima kebijakan.
 - b. *Appropriateness*, mengukur apakah alternatif kebijakan yang dirumuskan tidak bertentangan atau tidak merusak nilai-nilai yang hidup dan berkembang di masyarakat.
 - c. *Responsiveness*, mengukur apakah alternatif kebijakan yang dirumuskan sesuai dengan kebutuhan masyarakat atau tidak.
 - d. *Legal*, mengukur apakah alternatif kebijakan yang dirumuskan tidak bertentangan dengan peraturan yang ada.
 - e. *Equity*, mengukur apakah alternatif kebijakan yang dirumuskan mampu mempromosikan pemerataan dan keadilan dalam masyarakat.
4. Kelayakan administratif, sistem administratif yang ada mampu melaksanakan kebijakan yang telah dirumuskan.
 - a. Otoritas, melihat apakah lembaga yang akan melaksanakan alternatif kebijakan memiliki otoritas yang jelas untuk melaksanakan kebijakan tersebut.

- b. Komitmen institusi, melihat komitmen dari para administrator dari tingkat atas sampai bawah untuk mengimplementasikan kebijakan yang akan dipilih.
- c. Kapabilitas, melihat apakah kemampuan konseptual dan keterampilan administrator memadai untuk melaksanakan alternatif kebijakan yang dipilih.
- d. Dukungan organisasi, dukungan sumber daya (infrastruktur, fasilitas fisik) terhadap organisasi pemerintah yang akan melaksanakan alternatif kebijakan tersebut.

Dalam Idris & Abd Rahman (2018) disebutkan mengenai strategi pemasaran kunci dalam pariwisata Islam, yang terdiri dari :

1. Pengembangan produk, mengacu pada kreativitas dari produk dan jasa pariwisata Islam dengan karakteristik yang baru atau berbeda
2. *Branding*, proses penciptaan nama dan citra yang unik untuk produk, tempat dan jasa pariwisata Islam di dalam pikiran wisatawan
3. Harga, aktivitas dalam menemukan harga terbaik sebuah produk dan jasa pariwisata
4. *Positioning*, membuat sebuah citra negara, kota atau wilayah menempati posisi berbeda
5. Promosi, kemajuan produk, jasa atau tempat pariwisata Islam melalui publikasi atau pengiklanan

Melihat dari konsep kunci pemasaran pariwisata di atas, maka diambil alternatif kebijakan pengembangan pariwisata halal Pulau Penyengat antara lain *branding* dan *marketing*; kemudahan akses dan visa; dan penyediaan fasilitas ramah wisatawan Muslim. Penilaian kriteria alternatif kebijakan menggunakan poin angka dengan skala 1-100, seperti yang dapat dilihat di tabel 1.

Tabel 1. Tujuan, Kriteria dan Alternatif Kebijakan Pengembangan Pariwisata Halal Pulau Penyengat

TUJUAN	KRITERIA	ALTERNATIF		
		Branding dan Marketing	Kemudahan akses dan visa	Penyediaan fasilitas ramah wisatawan Muslim
• Meningkatkan kunjungan wisatawan Muslim ke Pulau Penyengat Provinsi Kepulauan Riau	Kelayakan teknis	90	60	90
	Kelayakan ekonomi dan keuangan	80	80	90
• Menerapkan segmen pariwisata halal sebagai <i>extended service</i>	Kelayakan politik	80	70	80
	Kelayakan administratif	80	70	80
JUMLAH		330	280	340

1. *Branding dan Marketing*

Branding merupakan hal yang penting dalam dunia pariwisata. Pulau Penyengat harus dapat memosisikan diri sebagai tujuan wisata Muslim populer dengan menawarkan nilai Islami yang kaya dalam banyak produk dan layanan pariwisata. Tindak lanjut dari proses *branding* adalah gencarnya promosi yang harus dilakukan untuk memperkenalkan keistimewaan pariwisata halal di Pulau Penyengat dibandingkan destinasi wisata halal lainnya, tentunya melalui *event-event* promosi pariwisata tingkat nasional dan internasional dan pemanfaatan berbagai media *online* dan *offline*. Untuk alternatif pertama yaitu *branding* dan marketing dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan asing. Sebagai contoh kasus di Malaysia bahwa branding sangat mempengaruhi citra pariwisata mereka di dunia internasional. Malaysia menempatkan dirinya sebagai negara tujuan wisata bagi Muslim dengan kenyamanan fasilitas yang ditawarkan, nilai-nilai budaya Islam yang kental dalam banyak segi produk dan layanan wisata. Hasil dari promosi wisata yang gencar pasca insiden 11 September, berhasil menarik wisatawan asing yang banyak mendapat penolakan dari negara Barat untuk berpindah melakukan perjalanan wisata ke negara Timur (Samori, 2015).

Rosyid Ibnu Wardana (dalam Yuniningsih, 2017) menyatakan bahwa *city branding* berkaitan erat dengan membangun *image* suatu kota dan positioning kota tersebut sebagai suatu produk kepada khalayak luas sebagai konsumen. Perlu adanya perencanaan yang

matang dalam membangun *brand* dan *positioning* yang baik agar dapat diterima oleh khalayak luas sebagai target pasar. Namun, Uysal (2013) dalam penelitiannya menyebutkan bahwa tempat atau wilayah terlalu kompleks untuk diperlakukan seperti produk karena mereka bukan produk, pemerintah bukan produsen, dan pengguna bukan konsumen. Kerumitan tersebut memberikan tantangan pemasaran sebuah kota di bawah satu *brand*. Tantangan terbesar adalah bahwa brand tersebut mampu merepresentasikan kepentingan yang berbeda di antara kelompok yang bervariasi di kota tersebut.

Pemasaran wisata bertujuan untuk membujuk wisatawan yang memiliki kemampuan keuangan dan fisik untuk pariwisata namun tidak memiliki waktu bepergian; serta wisatawan yang dianggap memiliki prospek untuk mengunjungi destinasi wisata (Afifatur & Novaria dalam Rohimah & Romadhan, 2019). Kerangka pemasaran destinasi wisata yang sukses membutuhkan pendekatan kooperatif dan strategis melalui kegiatan membentuk komite pemasaran destinasi wisata; mengembangkan rencana pemasaran destinasi wisata yang strategis yang sejalan dengan rencana pengembangan destinasi wisata yang sudah ada; mengadakan penelitian yang relevan; dan mengidentifikasi dan mengembangkan produk dan pengalaman wisata yang baru (Cox & Wray, 2011).

Alternatif ini dianggap memiliki nilai tinggi dalam aspek kelayakan teknis karena *branding* dan *marketing* berpeluang besar untuk menarik wisatawan Muslim untuk datang ke Pulau Penyengat. Jika dilihat berdasarkan kelayakan ekonomi, pemasaran wisata yang kini banyak mengandalkan media online sebenarnya lebih berdampak pada efisiensi biaya dan efektifitas waktu. Namun sekali lagi perlu diingat, semenarik apa pun konten branding dan pemasaran yang dilakukan tidak akan menunjukkan hasil yang optimal jika destinasi wisatanya belum dipersiapkan secara matang. Secara kelayakan politik dan administratif, alternatif kebijakan ini dianggap dapat diterima oleh pembuat kebijakan karena menjadi salah satu upaya percepatan implementasi kebijakan pengembangan wisata halal. Alternatif ini juga tidak bertentangan dengan peraturan perundangan yang berlaku, sehingga mendapat dukungan dari organisasi pelaksana kebijakan yang memiliki kewenangan dan sumber daya untuk melaksanakan alternatif kebijakan ini.

2. Kemudahan Akses dan Visa

Kemudahan akses transportasi dan perolehan visa menjadi pertimbangan awal dalam melakukan perjalanan wisata bagi wisatawan mancanegara. Akses transportasi darat, laut dan udara tidak hanya terkait dengan fasilitas dan kemudahannya saja, namun

juga terkait dengan harga yang kompetitif. Kemudahan memperoleh visa menjadi poin penting dalam menarik wisatawan asing untuk mengunjungi Indonesia, khususnya Pulau Penyengat Provinsi Kepulauan Riau. Kemudahan akses menjadi kunci penting lainnya dalam pengembangan wisata halal, namun jika dilihat kondisi akses menuju Provinsi Kepulauan Riau, khususnya Pulau Penyengat masih menyisakan banyak pekerjaan rumah bagi pemerintah, seperti harga tiket pesawat cenderung tinggi, fasilitas pelabuhan masih belum memadai, transportasi laut yang harus memperhatikan kondisi alam pada bulan-bulan tertentu.

Kemudahan akses dan visa menjadi bukti keberhasilan Jepang dalam menarik wisatawan Muslim untuk berkunjung ke negaranya. Kemudahan memperoleh visa untuk wisatawan Muslim dari Indonesia dan Malaysia menjadikan tingkat kunjungan wisata ke negara Jepang meningkat dari tahun sebelumnya (Samori, 2015). Duman dan Lean (dalam Samori, 2015) menyatakan bahwa banyak wisatawan Muslim bepergian keliling dunia dan tren ini semakin meningkat dikarenakan keberadaan maskapai penerbangan berbiaya rendah, kemudahan pengurusan visa untuk wisatawan Muslim, perkembangan ekonomi negara Muslim yang meningkat dan stabil, serta perubahan gaya hidup wisatawan Muslim yang berusia muda.

Alternatif kedua ini jika dilihat dari segi kelayakan teknis mendapatkan poin yang cukup rendah, dikarenakan dianggap tidak secara langsung berdampak pada peningkatan jumlah wisatawan Muslim yang datang ke Pulau Penyengat. Akses memang menjadi satu aspek penting dalam pengembangan pariwisata halal, namun juga harus dilihat bahwa kesiapan atraksi wisata jauh lebih penting karena merupakan jantung utama sebuah destinasi wisata dan menjadi pusat perhatian dari wisatawan yang akan berkunjung. Mengenai kemudahan dalam mendapatkan visa bagi wisatawan Muslim dari luar negeri, mungkin hal ini tidak terlalu berpengaruh untuk konteks pariwisata halal Pulau Penyengat. Hal ini dikarenakan target wisatawan mancanegara Pulau Penyengat berasal dari Singapura, Malaysia, Thailand dan Brunei, dimana wisatawan dari negara-negara tersebut tidak memerlukan visa untuk berkunjung ke Indonesia. Perluasan pasar wisatawan mancanegara memang dibutuhkan, apalagi wisata halal ini menjadi ceruk yang menguntungkan bagi target pasar wisatawan Timur Tengah. Namun perlu dilihat bahwa karakteristik wisatawan Timur Tengah cenderung kurang tertarik dengan konsep wisata halal yang diterapkan di Pulau Penyengat yang berfokus pada pengembangan wisata

budaya dan religi dengan tetap memegang kearifan lokal dalam bentuk adat istiadat Melayu.

3. Penyediaan Fasilitas Ramah Wisatawan Muslim

Pariwisata halal merupakan konsep pariwisata dengan layanan tambahan berupa penyediaan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan wisatawan Muslim, seperti fasilitas beribadah, fasilitas toilet dengan keran air untuk bersuci, ketersediaan makanan dan minuman halal, dan berbagai fasilitas pendukung yang memudahkan wisatawan Muslim untuk mengakses kebutuhannya. Penyediaan fasilitas ramah wisatawan Muslim menjadi alternatif yang dinilai mampu mengembangkan pariwisata halal di Pulau Penyengat. Dengan penyediaan fasilitas ramah wisatawan Muslim ini tentu mampu menarik kunjungan wisatawan asing karena kenyamanan yang ditawarkan. Potensi masyarakat Muslim yang besar, ketersediaan makanan minuman halal yang tentunya harus didukung dengan sertifikat halal, dan peningkatan kapasitas SDM yang terlibat dalam industri wisata dapat menjadi pendorong dalam pengembangan pariwisata halal di Pulau Penyengat.

Salah satu aspek penting dalam pemasaran destinasi wisata adalah memenuhi kebutuhan wisatawan sebaik mungkin (Halkias, 2014). Battour (2016) menyebutkan bahwa wisatawan Muslim menjadi lebih sensitif dalam mengkonsumsi produk dan layanan yang sesuai syariah. Kesadaran wisatawan Muslim meningkat untuk memilih pilihan halal kebutuhan mereka dari seluruh pilihan yang tersedia. Penyediaan fasilitas ramah wisatawan Muslim di sejumlah negara minoritas Muslim justru menunjukkan peningkatan kunjungan wisatawan Muslim ke negara tersebut. Djakfar (2017) menjelaskan bahwa semua aspek pendukung untuk membangun industri pariwisata halal harus benar-benar tersedia dan berlandaskan prinsip syariah. Ketersediaan fasilitas ini tidak hanya sekedar ada saja, namun harus memenuhi standar internasional yang mengutamakan kebersihan, kenyamanan dan kepuasan. Hal ini sejatinya menjadi kiat sukses dan keberlangsungan pengembangan sebuah industri pariwisata halal yang perlu mendapat perhatian secara seksama dan profesional.

Alternatif ketiga ini dianggap memiliki poin yang tertinggi karena dilihat dari segi kelayakan teknis, maka tentu jika sebuah destinasi wisata halal menyediakan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan wisatawan Muslim tentu saja akan menarik kunjungan wisatawan yang lebih banyak karena kenyamanan yang dihadirkan. Dengan menyediakan

seluruh fasilitas yang menjadi kebutuhan wisatawan Muslim, maka Pulau Penyengat menjadi destinasi wisata halal yang siap menyambut kedatangan wisatawan Muslim. Dilihat dari aspek kelayakan ekonomi, penyediaan fasilitas ramah wisatawan Muslim akan menghasilkan output yang sebanding dengan biaya ekonomi yang dikeluarkan untuk merealisasikan seluruh fasilitas tersebut. Walaupun dengan biaya yang cukup besar, namun akan berhasil menarik lebih banyak wisatawan Muslim yang berkunjung karena ketertarikan terhadap destinasi wisata menjadi hal mendasar yang membuat wisatawan ingin datang berkunjung. Jika dari segi kelayakan politik dan kelayakan administratif, maka sudah tentu alternatif kebijakan ini akan mendapat dukungan dari organisasi pelaksana kebijakan dan kelompok sasaran kebijakan.

PENUTUP

Kesimpulan

Rekomendasi alternatif kebijakan yang dapat menjadi strategi dalam pengembangan pariwisata halal di Pulau Penyengat adalah penyediaan fasilitas ramah wisatawan Muslim oleh para pelaku industri pariwisata yang akan menerapkan konsep ini pada destinasi wisata. Alternatif ini dipandang mampu menarik wisatawan Muslim untuk berkunjung ke suatu destinasi wisata dikarenakan kenyamanan yang diciptakan oleh pelaku usaha wisata bagi wisatawan Muslim dalam pemenuhan kebutuhan dasarnya seperti beribadah, makanan minuman halal, akses informasi mengenai tempat ibadah, restoran halal dan wisata yang bernuansa ke-Islam-an, serta dukungan kemampuan berbahasa Inggris dan Arab (dikhususkan untuk wisatawan Timur Tengah)

DAFTAR PUSTAKA

- Battour, M., & Ismail, M. N. 2016. *Halal tourism: Concepts, practises, challenges and future*. *Tourism Management Perspectives*, 19, 150–154. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2015.12.008>
- Cox, C., & Wray, M. 2011. *Best practice marketing for regional tourism destinations*. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 28(5), 524–540. <https://doi.org/10.1080/10548408.2011.588112>
- Dinar Standard, T. R. and. 2018. *State of the Global Islamic Economy Report 2018/19*. Dubai International Financial Centre, 112. Retrieved from <https://haladinar.io/hdn/doc/report2018.pdf>
- Djakfar, M. 2017. *Pariwisata Halal Perspektif Multidimensi*. Malang: UIN-Maliki Press.

- Halkias, D., Pizzurno, E., De Massis, A., & Fragoudakis, M. 2014. *Halal products and services in the italian tourism and hospitality industry: Brief case studies of entrepreneurship and innovation*. Journal of Developmental Entrepreneurship, 19(2), 1–12. <https://doi.org/10.1142/S1084946714500125>
- Idris, J., & Abd Rahman, S. S. 2018. *Analyzing marketing macro environment of Islamic tourism industry in Malaysia*. 5th International Conference on Management and Muamalah 2018 (ICoMM 2018), 2018(ICoMM), 435–442.
- Kismartini. 2019. *Buku Ajar Analisis Kebijakan Publik (Kerangka Dasar)*. Semarang: UNDIP Press.
- Mastercard, & CrescentRating. 2019. *Global Muslim Travel Index 2019*. (April), 01–63. Retrieved from <https://www.crescentrating.com/halal-muslim-travel-market-reports.html>.
- Razzaq, S., Hall, C. M., & Prayag, G. 2016. *The capacity of New Zealand to accommodate the halal tourism market - Or not*. Tourism Management Perspectives, 18, 92–97. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2016.01.008>
- Rohimah, A., & Romadhan, M. I. 2019. *Marketing Communication Strategy of Halal Tourism Around Gus Dur'S Cemetery in Jombang*. INJECT (Interdisciplinary Journal of Communication), 4(1), 1. <https://doi.org/10.18326/inject.v4i1.1-14>
- Samori, Z., Md Salleh, N. Z., & Khalid, M. M. 2016. *Current trends on Halal tourism: Cases on selected Asian countries*. Tourism Management Perspectives, 19, 131–136. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2015.12.011>
- Sugiyono. 2011. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Penerbit Alfabeta.
- Wahidati, L., & Sarinastiti, E. N. 2018. *Perkembangan Wisata Halal Di Jepang*. Jurnal Gama Societa, 1(1), 9–19.
- Yousaf, S., & Xiucheng, F. 2018. *Halal culinary and tourism marketing strategies on government websites: A preliminary analysis*. Tourism Management, 68(February), 423–443. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.04.006>
- Yuniningsih, T. 2015. *Inovasi Kebijakan Pariwisata Kota Semarang Menyongsong Masyarakat Ekonomi ASEAN Melalui Strategi Promosi "City Branding."* Prosiding Seminar Nasional Administrasi Publik 2015.
- Yuniningsih, T., & Suwitri, S. 2017. *Partisipasi Masyarakat Dalam Pengembangan City Branding Kota Semarang Jawa Tengah Indonesia*. Prosiding Seminar Dan Call For Paper, 165–174. Retrieved from file:///C:/Users/WINDOWS 8.1/Downloads/1140-4324-1-PB.pdf