

Editor:
Baharuddin, S.Sos.I, M.Si
Nurlia, S.EI, M.Sc. IBF., CIIC



POTENSI dan STRATEGI

PARIWISATA HALAL KALIMANTAN BARAT

Dr. Ita Nurcholifah, S.EI, MM

Dr. Ita Nurcholifah, S.EI, MM

POTENSI DAN STRATEGI

PARIWISATA HALAL KALIMANTAN BARAT

Editor:

**Baharuddin, S.Sos.I, M.Si
Nurlia, S.EI, M.Sc. IBF., CIIC**



**POTENSI DAN STRATEGI
PARIWISATA HALAL KALIMANTAN BARAT**

**Hak cipta dilindungi undang-undang All rights
reserved @2024, Indonesia: Pontianak**

Penulis:

Dr. Ita Nurcholifah, S.EI, MM

Editor:

Baharuddin, S.Sos.I, M.Si

Nurlia, S.EI, M.Sc. IBF., CIIC

Diterbitkan oleh:

IAIN Pontianak Press

Jl. Letjend. Soeprapto No. 19 Pontianak 78121

Telp./Fax. (0561) 734170

Cetakan Pertama: November 2024

(x + 269 Halaman, 16 x 24 cm)

ISBN:

MOTTO

“Perjalanan yang paling menyenangkan adalah ketika mata, mulut dan hati selalu bersyukur dan terhibur (bahagia)”

(Ita Nurcholifah)

Kata Pengantar

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kepada Allah SWT selalu melimpahkan berkah, maafrah, hidayah serta perkenan-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan dengan baik buku “Potensi Dan Strategi Pariwisata Kalimantan Barat”.

Selawat serta salam penulis haturkan kepada Baginda Nabi Agung Muhammad SAW serta para sahabat, keluarga sampai pada pengikut-Nya akhirulzaman, karena beliaulah kita semua dapat menikmati indahny Iman serta Islam.

Harapan saya juga para pembaca budiman sekalian, semoga saja sajian akan isi dapat membantu masyarakat secara umum lebih jauh tahu tentang wisata halal yang ada di Kalimantan Barat. Dan buku ini berusaha secara maksimal untuk memberikan apa yang diketahui dan didapatkan selama menyelesaikan penulisan buku ini.

Akhirnya, penulis menyadari bahwa buku ini yang ada dihadapan pembaca tidak luput dari kekurangan serta kekhilafan baik disengaja maupun tidak sengaja. Berangkat dari hal tersebut semoga buku yang penulis hadirkan didepan para pembaca sekalian dapat berguna. Buku ini tidak ada apa-apa kalau dibandingkan dengan kesempurnaan yang dimiliki Allah SWT.

Oleh karena itu, kritik serta saran yang bersifat membangun demi mencapai kesempurnaan dari para pembaca

sangat diharapkan guna perbaikan buku ini kedepan. Walaupun yang memiliki kesempurnaan mutlak hanya Allah SWT namun kita semua harus berusaha bisa memperkecil kesalahan.

Pontianak, November 2024

Penulis

Dr. Ita Nurcholifah, S.EI, MM.

Daftar Isi

Motto	ii
Kata Pengantar	iii
Daftar Isi	v
BAB I PENDAHULUAN	1
BAB II TEORI-TEORI	17
A. Teori Berbasis Sumberdaya (<i>Resource-Based View</i>) dan Po-tensi Wisata	17
B. Service Dominand Logic Dan Layanan Pariwisata....	20
C. Pemasaran Pariwisata	22
D. Pariwisata Halal	32
E. Potensi Wisata	58
F. Pemetaan dan Daya Tarik Pariwisata.....	61
G. Destinasi Pariwisata	66
H. Fasilitas Pariwisata	67
I. Fasilitas Umum Pendukung Pariwisata.....	68
J. Industri Pariwisata	69
K. Pemasaran Destinasi Pariwisata	71
L. Kelembagaan/Organisasi Pariwisata	72
M. Jenis Pariwisata	75
N. Unsur Pariwisata.....	79
O. Faktor-Faktor lain: Komponen Perjalanan Wisata....	82
P. Permasalahan dalam Pariwisata	83
Q. Tantangan Pariwisata	84
R. Peluang Pariwisata	85
S. Ancaman-ancaman dalam Pariwisata	85
T. Kekuatan Pariwisata	86

U. Pengembangan Pariwisata.....	88
BAB III WISATA HALAL KALIMANTAN BARAT	93
A. Aspek Geografis	93
B. Demografi	94
C. Pariwisata	94
D. Potensi Objek Daerah Tujuan Wisata (ODTW).....	98
E. Permasalahan Pengembangan Pariwisata	105
F. Tantangan Pengembangan Pariwisata	107
G. Peluang Pengembangan Pariwisata	109
H. Ancaman Pengembangan Pariwisata	111
I. Kekuatan Pariwisata	114
K. Kelemahan Pariwisata	118
L. Pemahaman Wisata Halal Oleh Pemerintah di Provinsi Kalimantan Barat	142
BAB IV CETAK BIRU	161
A. Gambaran Umum Lokasi Wisata Halal	161
B. Kondisi Pariwisata di Provinsi Kalimantan Barat	173
C. Strategi Pembangunan Pariwisata Provinsi Kalbar.....	176
D. Pemahaman Wisata Halal Oleh Pemerintah Provinsi Kalbar	187
E. Kesiapan Pengembangan Wisata Halal	190
F. Rekomendasi Konsep Wisata Halal di Kalbar	192
G. Theoretical Background.....	194
H. Empirical Background.....	206
I. Implikasi Hasil	209
BAB V PENUTUP.....	219
A. Kesimpulan	219
B. Implikasi Teoritis.....	220

C. Implikasi Manajerial	220
D. Implikasi Kebijakan	221
Daftar Pustaka.....	222
Biodata Penulis.....	252

BAB I

PENDAHULUAN

Segala kepenatan yang ada dalam pikiran manusia akibat rutinitas pekerjaan membuat manusia ingin mencari waktu luang (*leisure*) yang jauh dari tempat kerja maupun tempat tinggal mereka. Konsep pemanfaatan waktu luang (*leisure*) menjadi semakin penting dalam kehidupan manusia sehari-hari. *Leisure* adalah *style behavior*, sebagai *behavior*, *leisure* dapat terjadi di berbagai aktivitas, pekerjaan, proses belajar, dan bermain (Suarka et al., 2015).

Selain sebagai bagian dari kehidupan sehari-hari, seperti yang dipersepsikan dalam beberapa budaya masyarakat, waktu luang tidak selalu diartikan dalam persepsi sempit sebagai waktu sisa yang tidak dimanfaatkan sama sekali, akan tetapi dalam waktu luang dapat dilakukan aktivitas-aktivitas seperti rekreasi atau kegiatan bermain lainnya. Hal ini sejalan dengan pendapat Cordes & Ibrahim (1999) *Leisure is the permission to do as one pleases at one's own pace, to participate in an activity of one's choice and to abandon the activity at will*. Gorge (1992) menyatakan Waktu luang adalah terlepas dari segala tekanan (*freedom from constraint*), adanya kesempatan untuk memilih (*opportunity to choose*), waktu yang tersisa usai kerja (*time left over after work*) atau waktu luang setelah mengerjakan segala tugas sosial yang telah menjadi kewajiban (*free time after obligatory sosial duties have been met*).

Manusia akan semakin menghargai waktu luang (istirahat) untuk menghilangkan kejenuhan dalam pekerjaan yang dilakukan dalam memenuhi kebutuhan akan kesejahteraannya. Ketika manusia mendapatkan atau menemukan waktu luang, mereka pun melakukan

berbagai upaya untuk memenuhi kebutuhan yang sifatnya hiburan dan salah satunya adalah dengan berwisata. Tujuan berwisata untuk membuat hati terhibur dan merasakan kebahagiaan dalam beberapa waktu menghilangkan kepenatan atau ketegangan pikiran yang selama ini dialami, dengan memanfaatkan waktu luang untuk berlibur atau melakukan perjalanan seseorang mendapatkan pengalaman unik dan dapat melihat dan merasakan kebesaran Ciptaan Allah Swt. Dalam surah Al-Mulk ayat 15 Allah berfirman, yang artinya: *“Dialah Yang menjadikan bumi itu mudah bagi kamu, maka berjalanlah di segala penjurunya dan makanlah sebahagian dari rezeki-Nya. Dan kepada-Nya-lah kamu (kembali setelah) dibangkitkan”* (Q.S. Al-Mulk, ayat 15).

Banyaknya orang membutuhkan liburan (berwisata) menjadikan suatu potensi yang berharga sehingga sektor kepariwisataan di seluruh dunia menjadi berkembang dan terus berinovasi dengan ditandai semakin banyaknya destinasi wisata yang inovatif di seluruh dunia dengan berbagai fasilitas penunjang seperti penginapan, pusat perbelanjaan, kuliner, tempat ibadah dan lain-lain. Motivasi perjalanan adalah salah satu yang mendorong orang untuk melakukan kegiatan perjalanan, orang cenderung melakukan perjalanan ketika mereka perlu keluar dari aktivitas sehari-hari, mereka membutuhkan penyegaran pikiran dan tubuh, sehingga mereka memilih bepergian sebagai momen refleksi atau sebagai penjelajahan baru ke tempat baru yang belum pernah mereka lihat sebelumnya (Ramadania *et al.*, 2021).

Saat ini perkembangan sektor kepariwisataan telah berkembang pesat bahkan telah masuk ke wilayah keyakinan para wisatawan terutama bagi wisatawan muslim, sehingga tidak asing lagi para

pemerhati kepariwisataan dengan berbagai istilah, seperti *Halal Tourism Destination*, *Moslem Friendly Tourism Destination* dan Wisata Syariah. Istilah-istilah tersebut memang tampak berbeda, namun maknanya tetap merujuk pada Wisata Halal. Hadirnya Wisata Halal sebenarnya juga ditujukan untuk menjawab berbagai persepsi negatif atau pandangan miring terhadap dunia kepariwisataan. Padahal pariwisata itu sendiri sangat manusiawi atau sesuai dengan kebutuhan hidup setiap manusia termasuk juga bagi mereka yang beragama Islam atau muslim juga membutuhkan wisata. Citra kepariwisataan menjadi jelek atau tercoreng, bukan karena substansinya, tetapi lebih disebabkan oleh perilaku pihak pengelola kepariwisataan itu sendiri yang membuat wisata tersebut tidak halal. Saat ini wisata halal (*halal tourism*) mulai banyak diminati seiring dengan peningkatan jumlah wisatawan muslim dari tahun ke tahun. Pengembangan wisata halal mulai banyak dilakukan oleh berbagai negara, baik negara dengan mayoritas muslim maupun non-muslim (Satriana, *et. al* 2018).

Pariwisata halal muncul sebagai konsep baru dengan tujuan berwisata berdasarkan ajaran Islam. Muslim melakukan perjalanan tidak hanya berfungsi sebagai perjalanan kegamaan yang wajib. Akan tetapi wisatawan Muslim berpergian dengan tujuan rekreasi (Yan, S.Y., Zahari, N.A., & Zain, N.M, 2017). Sektor kepariwisataan ini ternyata juga berkembang pesat di negara Indonesia. Menurut hasil *Global Intentions Study (GTIS) 1432015*, kebutuhan orang Indonesia untuk bepergian lebih lama, lebih jauh dan lebih sering. Hasil studi GTIS 2015 juga memperlihatkan bahwa orang Indonesia mulai tertarik untuk bepergian tidak lagi sebatas ke wilayah ASEAN, tetapi

telah merencanakan untuk bepergian lebih jauh seperti ke Jepang, Tiongkok, Korea, dan bahkan ke Amerika.

Di Indonesia sendiri sektor wisata halal merupakan salah satu sektor pariwisata yang telah memiliki perkembangan yang cukup baik dan menjadi tren bagi wisatawan baik wisatawan lokal dan asing (Hermawan, E, 2019). Sebagaimana yang Rusli dan tim kemukakan dalam penulisannya. Mempertimbangkan ketersediaan lingkungan fisik, daya tarik budaya dan buatan, serta dengan jumlah populasi Muslim terbesar di dunia; maka Indonesia dapat mengambil mengembangkan pembangunan ekonomi melalui sektor pariwisata halal (Rusli, M., Firmansyah, R., & Mbulu, Y.P, 2018). Atraksi wisata, pengembangan fasilitas atau sarana dan prasarana, seiring dengan peningkatan kuantitas dan kualitas menjadi sangat penting untuk menarik perhatian wisatawan baik lokal maupun mancanegara (Laka, *et.al* 2019).

Potensi pariwisata Indonesia sangat besar, keindahan dan kekayaan alam yang tersebar diseluruh gugusan pulau. Indonesia juga memiliki aneka kebudayaan, ragam bahasa, dan juga kearifan lokal yang menarik. Samori, Salleh, & Khalid, (2016) dari keunikan tersebut, pengembangan wisata halal menjadi alternatif bagi industri wisata di Indonesia, seiring dengan tren wisata halal yang menjadi bagian dari industri ekonomi Islam global.

Nusa Tenggara Barat menjadi salah satu provinsi destinasi wisata dunia dengan julukan pulau “seribu masjid”. Tidak jauh berbeda dengan kondisi georgafis yang ada di NTB, Kalimantan Barat juga mendapat julukan “Seribu Sungai” yang memiliki sungai terpanjang di Indonesia yang dinamai sungai Kapuas. Selain sungai, Kalbar memiliki objek daya tarik wisata yang tersebar di setiap

kabupaten/kota, berikut data perkembangan jumlah objek daya tarik wisata di Kalbar.

Tabel
Perkembangan Jumlah Objek Daya Tarik Wisata
di Kalimantan Barat

No	Kabupaten /Kota	Tahun						
		2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)	(7)	(8)	(9)
1	Kota Pontianak	12	12	17	17	18	23	22
2	Kab. Mempawah	23	13	29	29	23	23	17
3	Kota Singkawang	20	6	26	26	53	61	51
4	Kab. Bengkayang	59	145	62	62	32	41	42
5	Kab. Sambas	23	24	28	28	25	33	33
6	Kab. Kubu Raya	10	32	14	14	59	68	80
7	Kab. Landak	32	29	36	36	67	70	70
8	Kab. Sanggau	32	32	36	36	62	62	62
9	Kab. Melawi	7	7	12	12	31	34	45
10	Kab. Sekadau	26	32	29	29	30	32	32
11	Kab. Sintang	31	62	35	35	26	32	32
12	Kab. Kapuas Hulu	48	31	48	48	48	105	108
13	Kab. Ketapang	55	25	59	59	55	53	53
14	Kab. KKKU	27	27	31	31	27	28	41
15	Total	405	476	462	462	556	665	668

Sumber: *Dinas Kepemudaan, Olahraga dan Pariwisata Prov.Kalbar, Tahun 2019 dalam Rancangan Akhir Perubahan Rencana Pembangunan Jangka Menengah Daerah (RPJMD) Provinsi Kalimantan Barat Tahun 2018-2023.*

Selain memiliki banyak objek daya tarik wisata, Kalbar menawarkan pesona dan keindahan berbagai destinasi wisata seperti sejarah, budaya, alam dan kuliner. yang tersebar di berbagai kabupaten/kota.

Tabel
Peta Wisata Kalimantan Barat

No.	Kabupaten / Kota	Destinasi Wisata
1	Kota Pontianak	Tugu Khatulistiwa, Alun-Alun Kapuas, Keraton Kadriyah dan Masjid Jami2
2	Kabupaten Mempawah	Keraton Amantubillah, Makam Opu Daeng Manambon, dan Mempawah Mangrove Park
3	Kota Singkawang	Tanjung Bajau, Sinka Island dan Vihara Tri Dharma Bumi Raya
4	Kabupaten Bengkayang	Pulau Lumukutan, Riam Merasap, Riam Marum dan Pantai Samudera Indah
5	Kabupaten Sambas	Pantai Temajuk, Masjid Jami Keraton Sambas dan Riam Berasap Kaliau
6	Kabupaten Landak	Riam Dait dan Makam Juang Mandor
7	Kabupaten Sekadau	Air Terjun Sumpit dan Wisata Batu Jato
8	Kabupaten Melawi	Taman Nasional Bukit Baka Bukit Raya dan Riam Gurun Nibung.
9	Kabupaten Sanggau	Pancur Aji
10	Kabupaten Sintang	Bukit Kelam, dan Rumah Betang Ensaid Panjang
11	Kabupaten Kubu Raya	Qubu Resort dan Mangrove Bentang Pesisir Sanggar

12	Kabupaten Kapuas Hulu	Taman Nasional Danau Sentarum
13	Kabupaten Kayong Utara	Kepulauan Karimata dan Taman Nasional Gunung Palung
14	Kabupaten Ketapang	Batu Daya dan Keraton Kerajaan Matan Tanjungpura

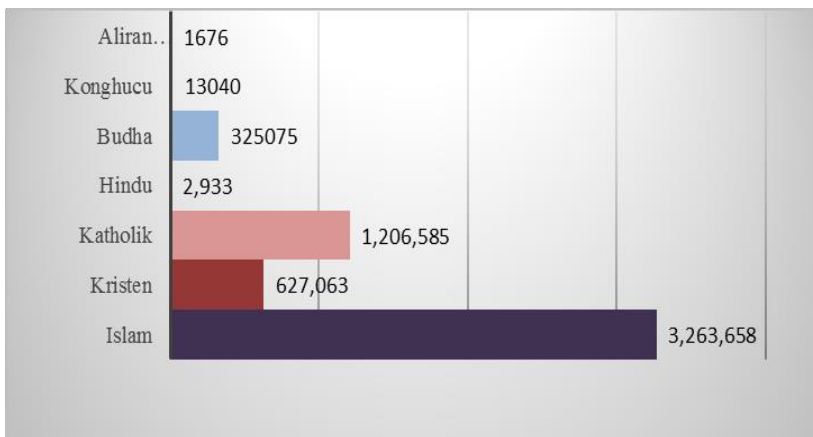
Sumber: *Dinas Kepemudaan Olah Raga dan Pariwisata Provinsi Kalimantan Barat*

Beragamnya destinasi wisata yang ada Kalbar dapat dikembangkan menjadikan Provinsi sebagai destinasi alternatif bagi wisatawan lokal maupun internasional. Peningkatan kemampuan pengelolaan sumber daya alam yang ada dapat meningkatkan daya saing wisata daerah. Daya saing telah diakui dalam literatur pariwisata sebagai faktor kunci dalam keberhasilan destinasi, dan banyak definisi daya saing destinasi telah diusulkan (Goffi, 2013). Beberapa penulis telah memberikan masukan terkait pemahaman daya saing pariwisata di daerah tujuan wisata (Hassan, 2000; Kozak, 2001; Mihalic, 2000; Ritchie dan Crouch, 1999; Sirse dan Mihalic, 1999. Studi daya saing pariwisata di daerah tujuan wisata juga telah dilakukan oleh beberapa penulis. Crouch dan Ritchie (1999) memperluas penulisan sebelumnya dengan mendasarkan pada teori *Competitive Advantage* yang menyatakan bahwa kepemilikan dan penggunaan sumber-sumber daya yang dimiliki oleh suatu negara akan mengakibatkan daerah tujuan wisata tersebut unggul bersaing dibandingkan dengan daerah tujuan wisata lainnya. Kalbar berbatasan langsung dengan negara bagian Malaysia Timur, dan terdapat 16 (enam belas) Pos lintas batas di wilayah Kalbar, 3 diantaranya sudah resmi dibuka yaitu PLBN Aruk di Kabupaten Sambas, Entikong di Kabupaten Sanggau dan Nanga

Badau di Kabupaten Kapuas Hulu, dan ini merupakan suatu peluang untuk dikunjungi oleh para wisatawan. Jumlah kunjungan wisman ke Kalbar dalam kurun waktu 5 Tahun terakhir menunjukkan tren meningkat. Jumlah kunjungan wisman selama tahun 2018 merupakan yang tertinggi. Selama tahun 2018 jumlah kunjungan wisman mencapai 70.578 kunjungan atau naik 20,66 persen dibanding jumlah kunjungan selama tahun 2017 yang tercatat 58.492 kunjungan. (Badan Pusat Statistik Provinsi Kalbar 2018). Menariknya, mayoritas penduduk di Kalbar adalah Muslim. Jika dilihat data kependudukan Provinsi Kalbar menurut Agama adalah sebagai berikut:

Gambar

Data Kependudukan Provinsi Kalimantan Barat Menurut Agama



Sumber: *Dukcapil.kalbar*

Populasi Muslim di Kalbar mencapai 3.275.798 jiwa (Kalbar, 2020) dan pertumbuhan populasi Muslim diproyeksikan akan meningkat di tahun 2075 dan Islam menjadi agama terbesar kedua setelah katolik (Kamarudin, L.M., Ismail, H.N, 2017). Semakin meningkatnya jumlah wisatawan yang berwisata di Kalbar

merupakan peluang untuk terus mengembangkan potensi wisata lokal. Seperti yang dilansir di koran lokal “suara kalbar” menurut Kepala Dinas Pariwisata Provinsi Kalbar saat membuka Forum Komunikasi Pengembangan Destinasi Pariwisata di Kalbar 2019 bahwa Provinsi Kalbar yang memiliki berbagai potensi destinasi pariwisata dan beragam kebudayaan dan religi memiliki nilai-nilai luhur, sangat unik dan menjadi potensi yang sangat menarik (Dina Wardoyo, 2019).

Beragamnya potensi pariwisata yang ada di Provinsi Kalbar tetapi belum dapat perhatian yang serius dari pemerintah daerah, menurut ketua ASITA Kalbar menilai sektor pariwisata butuh perhatian lebih. Pasalnya selama ini, pariwisata seperti kurang diperhatikan. “Misalnya kita belum punya Perda Pariwisata (Nugroho, H.E, 2020).

Kementerian Pariwisata (2015) dalam laporannya mencatat sudah ada 13 provinsi yang siap untuk mengembangkan destinasi wisata halal di Indonesia yaitu Aceh, Banten, Sumatera Barat, Riau, Lampung, DKI Jakarta, Jawa Barat, Yogyakarta, Jawa Timur, Sulawesi Selatan, Jawa Tengah, Nusa Tenggara Barat (NTB), dan Bali. Kalbar, meskipun tidak disebut sebagai provinsi yang siap menjadi destinasi wisata halal, namun Kalbar harus berinisiatif mempersiapkan diri untuk menjadi provinsi tujuan wisata.

Sebagaimana yang telah dilakukan oleh *Crescent Rating* yang telah lebih dari satu dekade mengembangkan berbagai inisiatif untuk membantu destinasi dan penyedia layanan dalam memahami lebih baik dan memberikan “nilai atau manfaat” pada perjalanan di pasar Muslim global. Termasuk juga *rating* dan sistem akreditasi, konferensi, pelatihan, dan sertifikasi.

Upaya yang sudah didesain untuk pengembangan *halal travel* dan memenuhi lima tujuan adalah sebagai berikut:

1. Integritas, keberagaman dan kepercayaan: Tujuan ini memungkinkan Muslim tetap menjadi individu aktif di komunitas global tapi tetap menjadi pribadi yang bertakwa.
2. Warisan, budaya dan hubungan. Menghubungkan wisatawan Muslim yang satu dengan yang lain dengan komunitas lokal dan warisan sejarah.
3. Pendidikan, pengetahuan dan kemampuan. Meningkatkan pemahaman antara komunitas, menambah industry pengetahuan dan akademisi untuk meningkatkan kemampuan *stakeholder*.
4. Industri, inovasi dan perdagangan. Bertujuan menciptakan kesempatan-kesempatan untuk meningkatkan perdagangan dan mendorong pertumbuhan di berbagai sektor.
5. Kesejahteraan dan wisata berkelanjutan. Mengakui tanggung jawabnya dan dampak sosial pada wisatawan, lebih luas pada komunitas dan lingkungan.

Tujuan pengembangan ini adalah sebagai kerangka kerja secara komprehensif yang berfungsi sebagai *blueprint* untuk industri pariwisata (GMTI, 2019). Oleh sebab itu, konsep pengembangan ini penulis gunakan sebagai *guideline* untuk “mengembangkan mendesain” peran strategi dalam memasarkan pariwisata halal dalam memberdayakan ekosistem wisata halal di Kalbar.

Kalbar memiliki potensi besar dalam destinasi pariwisata, namun belum mendapat perhatian yang serius dari Pemerintah Daerah maupun Pemerintah Pusat. Hal itu dapat dilihat dari belum adanya konseptualisasi dan tujuan destinasi wisata halal dalam Rencana Induk Pembangunan Pariwisata Daerah (RIPPDA). Jika pemerintah,

masyarakat daerah, pihak swasta saling bersinergi dalam mengembangkan wisata halal di Kalbar maka akan mengangkat nilai dari pariwisata daerah. Oleh karena itu penulis mencoba melakukan penulisan untuk menggali potensi wisata halal dan menyajikan desain konsep konsep wisata halal yang memiliki keunikan tersendiri yang merupakan bagian dari upaya pengembangan kepariwisataan Kalimantan Barat. Konsep yang penulis ajukan adalah upaya untuk memberikan kontribusi pemikiran kepada pemerintah dalam penerapan konsep wisata halal dalam rencana Induk Pariwisata Daerah guna meningkatkan dan mengembangkan kepariwisataan di Kalbar.

Pariwisata merupakan kebutuhan universal manusia yang tidak akan pernah mati, kini dan akan datang. Oleh karena itu perlu digarap secara terprogram dan profesional (Djakfar,H.M, 2019). Secara emosional, wisatawan lebih tertarik pada destinasi wisata yang menawarkan ketenangan sehingga membuat wisatawan betah menikmati masa-masa liburan mereka. Sebagaimana yang dikemukakan oleh Kim dan tim. (Kim, S., Im.H.H., & King, B.E, 2014) .

Belakangan ini, permintaan akan wisata halal semakin meningkat sehingga diharapkan memiliki prospek yang menjanjikan. Oleh karena itu, industri pariwisata jenis baru ini harus dikelola secara profesional untuk mencapai daya saing yang kuat di kancan global, yang pada akhirnya memperkuat perolehan devisa masing-masing negara.

Berdasarkan *State of the Global Islamic Economy Report* (2019/2020) Pariwisata ramah Muslim yang memenuhi kebutuhan wisatawan Muslim berdasarkan keyakinan semakin meluas dari

sebelumnya, dengan penawaran mulai dari resort hingga hotel yang berorientasi keluarga, dan dari agen perjalanan hingga aplikasi untuk pemesanan dan menilai liburan. Selama setahun terakhir, banyak agen perjalanan online bermunculan dengan fokus baru pada umrah Arab Saudi yang berkembang dan pasar pariwisata yang lebih luas. Rencana pemerintah negara-negara OKI untuk meningkatkan pendapatan pariwisata semakin mendorong investasi di sektor ini, baik di Malaysia, Indonesia, Turki dan Arab Saudi. Pengeluaran Muslim untuk perjalanan tercatat \$189 miliar pada tahun 2018 dan diproyeksikan akan tumbuh di angka \$274 miliar di tahun 2024 (Dinar Standard, 2019/2020). Akan tetapi, dalam kajian teori terkait (serta pasar pariwisata halal) telah diungkapkan kendala utama untuk mengembangkan potensi wisata halal adalah tidak adanya konseptualisasi yang jelas mengenai apa dan bagaimana tujuan dan definisi pariwisata halal (Gohary, E, 2015). Dikembangkannya destinasi wisata halal diharapkan akan memberikan manfaat bagi seluruh lapisan masyarakat, baik bagi pengusaha maupun wisatawan yang pada akhirnya berdampak pada peningkatan pendapatan asli daerah (PAD), dan juga akan berdampak pada kesejahteraan penduduk di daerah tersebut (Djakfar,H.M, 2019).

Di era ini pariwisata adalah salah satu sektor unggulan yang memberikan kontribusi signifikan terhadap pendapatan nasional Indonesia. Lebih lanjut lagi Menprekraf menjelaskan bahwasannya dalam beberapa tahun terakhir ini, kontribusi sektor pariwisata terhadap perekonomian nasional semakin besar (Widagdio. K.G, 2015). Tidak hanya menjadi elemen pertumbuhan ekonomi, kepariwisataan juga bertujuan memberikan perlindungan terhadap nilai-nilai agama, budaya dalam hidup masyarakat, kelestarian dan

mutu lingkungan hidup, serta kepentingan nasional sehingga kepariwisataan merupakan bagian integral dari pembangunan nasional yang dituntut untuk secara sistematis, terencana, terpadu, berkelanjutan, dan bertanggung jawab (Hamzana, A.A, 2017).

Sektor pariwisata di Indonesia saat ini telah tumbuh dan berkembang bahkan menunjukkan peningkatan atau kemajuan seiring dengan berjalannya waktu. Kepariwisata di Indonesia saat ini berkontribusi kira-kira 4% dari total perekonomian nasional. Sedangkan pada tahun 2019 pemerintah Indonesia ingin meningkatkan angka lama (4%) menjadi dua kali lipat sehingga menjadi 8% dari PDB. Hal ini mengimplikasikan bahwa dalam kurun waktu 4 tahun mendatang jumlah pengunjung perlu ditingkatkan dua kali lipat menjadi kira-kira 20 juta. Selain itu, wisatawan lokal atau dalam negeri diharapkan mampu menyerap 275 juta orang. Sehingga dari sektor kepariwisataan ini dapat menghasilkan devisa sebesar 260 Triliun. Sebagaimana yang dikemukakan oleh *World Travel and Tourism Council*, menurutnya dari tiap \$1 juta yang dibelanjakan di sektor travel dan wisata bisa mendukung 200 lapangan kerja dan \$1,7 juta PDB bagi bangsa Indonesia. Dengan demikian, dapatlah dikatakan bahwa pembangunan pariwisata merupakan salah satu sektor pembangunan dalam bidang ekonomi yang dapat mempercepat laju pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat (CNN Indonesia, Selasa, 01/11/2016). Pariwisata dijadikan sebagai *leading sector* adalah kabar gembira dan seluruh Kementerian lainnya wajib mendukungnya (Joko Widodo, antaranews.com 16 Februari 2015). Menurut Badan Perencanaan Pembangunan Nasional (BAPPENAS), dalam visi dan arah pembangunan jangka panjang (PJP) tahun 2005-2025 menyebutkan bahwa: Kepariwisata di kembangkan agar

mampu mendorong kegiatan ekonomi dan meningkatkan citra Indonesia, meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal, serta memberikan perluasan kesempatan kerja.

Selain sebagai salah satu elemen untuk mempercepat laju pertumbuhan ekonomi, kepariwisataan juga bertujuan memberikan perlindungan terhadap nilai-nilai agama, budaya yang hidup dalam lingkungan masyarakat, kelestarian alam dan kualitas lingkungan hidup, serta kepentingan nasional, sehingga kepariwisataan menjadi bagian integral dari pembangunan nasional yang dituntut untuk dilakukan secara sistematis, terencana, terpadu, berkelanjutan dan bertanggung jawab.

Seiring berjalannya waktu sebagaimana yang dilansir di laman web Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (KNEKS) bahwa pengembangan kawasan industri halal yang akan dilakukan oleh kementerian perindustrian dalam rangka merespon atas lahirnya Undang-Undang No 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal di Indonesia. Dan mengacu pada Masterplan Ekonomi Syariah 2019-2024 ingin menjadikan Indonesia sebagai global halal dalam kluster halal industri salah satunya melalui pariwisata halal (Khairana,I, 2019).

Industri halal telah menjadi tren dalam perkembangan ekonomi Islam dibelahan dunia. Pariwisata halal adalah satu sektor dari ekonomi Islam yang sedang dimanfaatkan tidak hanya negara mayoritas Muslim, bahkan negara-negara non-Muslim seperti Jepang, Australia, Thailand, Selandia Baru (Asmaradana,A.A.Sari,P.Y&Sakinah,N, 2019). Ketersediaan layanan ramah Muslim di destinasi wisata sangat berpengaruh terhadap niat wisatawan untuk mengunjungi kembali lokasi tersebut. Namun,

mencapai kepuasan wisatawan bisa menjadi tantangan untuk lokasi yang terletak di daerah pedesaan (Yuliviona, R., Alias, Z., Abdullah, M., & Azliyanti, E, 2019). Menariknya sebagian besar daerah wisata di Indonesia merupakan wisata desa sebagaimana yang ada di daerah Malang Jawa Timur. Sebagaimana hasil penulisan Laka bahwa pariwisata daerah juga merupakan salah satu penyumbang dalam penerimaan daerah dan pengaruh pendapatan pariwisata terhadap pendapatan asli juga mempunyai peranan yang signifikan dan sangat penting dalam perekonomian lokal (Laka, Y.H., & Sasminto, C, 2019).

Menurut (Chookaew, *et.al* 2015) Pariwisata Halal merupakan segmen pasar yang berkembang pesat tidak hanya di negara-negara muslim tetapi secara global. Menariknya, *Muslim-friendly hospitality or well known as Halal tourism* seperti maskapai penerbangan, hotel dan makanan adalah produk wisata yang sangat cepat perkembangannya dalam industri wisata halal (Jaswir, I., & Ramli, N, 2016).

Potensi wisata yang ada di Kalbar dapat terus dikembangkan dengan berdasar pada kebutuhan para wisatawan, pengelolaan yang baik dan professional oleh pemerintah terhadap destinasi wisata di suatu daerah dan diharapkan pengembangan pariwisata halal di Kalbar dapat berdampak pada meningkatnya ekonomi masyarakat sekitar dan pendapatan daerah.

BAB II

TEORI-TEORI

A. Teori Berbasis Sumberdaya (*Resource-Based View*) dan Potensi Wisata

Indonesia merupakan negara yang memiliki iklim tropis sehingga membuat negara ini kaya akan flora dan fauna. Dengan tingkat keanekaragaman hayati yang tinggi ini, Indonesia memiliki potensi besar sebagai tujuan wisata. Produk wisata yang ditawarkan dikategorikan menjadi tiga kategori yaitu wisata alam, wisata budaya dan wisata buatan (Satriana & Faridah, 2018). Di Indonesia, wisata halal telah dikembangkan menjadi program nasional oleh Kementerian Pariwisata. Untuk mempromosikan pariwisata halal, Kementerian Pariwisata telah mengidentifikasi 15 provinsi sebagai daerah prioritas untuk pengembangan tujuan wisata utama Muslim. Lima belas provinsi telah diberikan otonomi oleh Kementerian Pariwisata untuk mengelola potensi pariwisata di daerahnya masing-masing. Dengan diberikannya otonomi oleh Kementerian Pariwisata, setiap provinsi yang ditunjuk diharapkan dapat mengembangkan potensi wisata halalnya masing-masing dan menjadi destinasi wisata halal yang unggul dan populer (Ferdiansyah, 2020).

Pandangan berbasis sumber daya (RBV) perusahaan berusaha menjelaskan sumber keberhasilan organisasi jangka panjang (Barney, 1991; Peteraf, 1993; Wernerfelt, 1984. (Line & Runyan, 2014). Teori RBV memandang perusahaan sebagai kumpulan sumber daya dan kekuatan yang dimiliki oleh perusahaan. Selain itu, teori sumber daya manusia merupakan aspek dari pandangan