

Upaya Membangun Ekosistem Pariwisata Halal Melalui Inovasi Fasilitas, Kolaborasi, dan Pengalaman Wisatawan Muslim

Rofiq Guntur Wicaksono¹,

¹Universitas Negeri Surabaya – 240817250003@unesa.ac.id

Article Info

Article history:

Received 20, 02, 2024

Revised 30, 02, 2024

Accepted 21, 03, 2024

Keywords:

Ekosistem Pariwisata Halal,
Inovasi Fasilitas,
Pengalaman Wisatawan

ABSTRAK

Pemanfaatan Jalur Lintas Selatan Tulungagung terhadap potensi Pariwisata halal atau pariwisata ramah Muslim merupakan konsep yang sedang berkembang di Indonesia, mengingat besarnya potensi negara ini yang memiliki populasi Muslim terbesar kedua di dunia. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis perkembangan fasilitas ramah Muslim di destinasi wisata serta tantangan yang dihadapi dalam pemenuhannya. Metode yang digunakan adalah penelitian kualitatif dengan pendekatan studi literatur, dengan membandingkan dua lokasi pengembangan pariwisata ramah Muslim, yaitu Desa Tanjungsari di Ciamis dan Pantai Slopeng di Sumenep. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kedua lokasi tersebut memiliki potensi alam yang menarik serta mayoritas penduduk beragama Islam. Namun, tantangan utama yang dihadapi meliputi keterbatasan fasilitas seperti tempat ibadah dan ketersediaan makanan halal, infrastruktur yang belum memadai, serta kurangnya promosi digital. Diperlukan kerja sama antara pengelola, pemerintah, dan masyarakat untuk mengatasi permasalahan tersebut agar pengembangan pariwisata ramah Muslim dapat berjalan secara optimal dan memberikan kontribusi terhadap perekonomian lokal

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



Corresponding Author:

Rofiq Guntur Wicaksono
Universitas Negeri Surabaya
Email: 240817250003@unesa.ac.id

1. PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan sektor yang tumbuh paling cepat dan menjadi salah satu sektor ekonomi terbesar di Indonesia. Data menunjukkan bahwa devisa dari sektor pariwisata menempati urutan kedua terbesar setelah industri kelapa sawit. Pada periode setelah pandemi, sektor ini mulai menunjukkan pemulihan yang signifikan berdasarkan laporan statistik kunjungan wisatawan asing. Misalnya, pada tahun 2022 dan 2023, nilai devisa pariwisata Indonesia kembali meningkat setelah mengalami penurunan drastis saat pandemi. Namun demikian, tantangan tetap ada terkait bagaimana membangun fasilitas yang mendukung pariwisata halal agar potensi besar tersebut bisa terealisasi maksimal (Muttaqin, 2021: 44).

Berdasarkan data Global Muslim Travel Index (GMTI) 2022, Indonesia menempati urutan kedua dari 138 negara sebagai destinasi wisata halal terbaik di dunia. Penilaian GMTI mencakup indikator seperti kemudahan akses ke destinasi, komunikasi, layanan yang tersedia, dan lingkungan. Indonesia bahkan mengungguli banyak negara dengan sektor pariwisata kuat lainnya dalam kategori komunikasi. Namun demikian, dalam indikator produk halal dan layanan pendukung, Indonesia masih memiliki ruang untuk peningkatan. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun potensi besar, pengelolaan fasilitas halal masih belum sepenuhnya optimal (Mastercard-CrescentRating, 2022: 18).

Semua ini menjadi relevan karena Indonesia merupakan negara dengan populasi Muslim terbesar kedua di dunia setelah Pakistan. Dengan kondisi tersebut, wisatawan Muslim tentu akan lebih mempertimbangkan elemen-elemen halal dalam memilih destinasi wisata, akomodasi, makanan, maupun aktivitas wisata. Kesadaran terhadap halal yang dulunya terbatas pada makanan dan minuman kini telah meluas ke berbagai aspek kehidupan seperti keuangan, fashion, kesehatan, hingga pariwisata. Pemahaman ini menunjukkan perubahan sosial yang signifikan di kalangan umat Islam terkait gaya hidup halal. Oleh karena itu, wisata halal di Indonesia memiliki potensi pasar yang besar baik domestik maupun internasional (Henderson, 2020: 62).

Fasilitas ramah Muslim menjadi faktor utama yang dipertimbangkan wisatawan Muslim saat menentukan destinasi wisata. Sebuah studi di Kota Solo menunjukkan bahwa mayoritas wisatawan Muslim menilai ketersediaan makanan halal dan tempat ibadah sebagai faktor terpenting dalam pengalaman mereka. Ketiadaan fasilitas seperti toilet terpisah untuk laki-laki dan perempuan juga menjadi salah satu kekurangan yang sering dikeluhkan. Dengan demikian, fasilitas dan layanan yang ramah Muslim merupakan indikator penting dalam menentukan kepuasan wisatawan Muslim. Upaya untuk memenuhi kebutuhan ini perlu menjadi prioritas pengelola destinasi wisata (Nugraha, 2021: 77).

Agar potensi wisata halal dapat dimaksimalkan, destinasi wisata harus menyediakan fasilitas Muslim-friendly sejak tahap perencanaan. Produk wisata berbasis syariah tidak hanya menarik bagi wisatawan Muslim, tetapi juga bagi wisatawan non-Muslim karena dianggap lebih higienis, aman, dan sehat. Model wisata ini mendorong aktivitas ekonomi hulu dan hilir seperti kuliner halal, hotel syariah, dan layanan transportasi halal. Selain itu, wisata syariah berpotensi meningkatkan daya saing destinasi Indonesia di pasar global. Hal ini sesuai dengan tren meningkatnya permintaan pariwisata berbasis etika dan keberlanjutan (Battour & Ismail, 2019: 40).

Meski begitu, masih banyak tantangan dalam mewujudkan destinasi wisata halal di Indonesia. Salah satunya adalah kurangnya pemahaman dari masyarakat dan pelaku industri tentang konsep wisata halal itu sendiri. Banyak pihak masih menganggap wisata halal sebatas penyediaan makanan halal, tanpa memperhatikan aspek lain seperti ruang ibadah, waktu salat, atau pemisahan fasilitas antara laki-laki dan perempuan. Keterbatasan pemahaman ini menyebabkan penerapan konsep halal menjadi tidak menyeluruh di banyak tempat wisata. Oleh karena itu, sosialisasi dan edukasi menjadi langkah penting dalam pengembangan sektor ini (Hidayat & Yusuf, 2020: 53).

Pandemi COVID-19 memberikan dampak besar terhadap perkembangan pariwisata halal di Indonesia. Penurunan jumlah wisatawan domestik dan mancanegara selama pandemi sangat signifikan karena pembatasan sosial dan kebijakan perjalanan internasional. Namun, setelah pembatasan dilonggarkan, wisata halal muncul sebagai salah satu subsektor yang memiliki ketahanan dan potensi pemulihan tinggi. Hal ini karena wisatawan Muslim cenderung memilih destinasi yang menjamin kebersihan dan keamanan, yang merupakan prinsip utama dalam wisata halal. Dengan demikian, pariwisata halal dapat menjadi pendorong pemulihan sektor wisata nasional (Rahman & Ahmad, 2021: 29).

Penelitian empiris menunjukkan bahwa fasilitas dan layanan ramah Muslim berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan. Sebagai contoh, penelitian di Ciwidey, Kabupaten Bandung, menemukan bahwa wisata ramah Muslim memiliki pengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan Muslim. Wisatawan merasa lebih nyaman ketika fasilitas ibadah dan makanan halal tersedia secara memadai. Penelitian tersebut juga menegaskan pentingnya pelatihan sumber daya manusia dalam memahami kebutuhan wisatawan Muslim. Hasil ini menegaskan bahwa pengalaman spiritual dan kenyamanan fisik sama pentingnya dalam wisata halal (Suryani, 2022: 118).

Hasil penelitian di Bukittinggi juga menunjukkan bahwa destinasi ramah Muslim berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan Muslim. Faktor sosial dan budaya lokal yang mendukung nilai-nilai Islam meningkatkan kenyamanan wisatawan selama berada di lokasi wisata. Namun, tingkat religiusitas individu tidak selalu menjadi faktor dominan terhadap kepuasan mereka. Hal ini menunjukkan bahwa fasilitas dan lingkungan yang sesuai syariah lebih memengaruhi kepuasan daripada motivasi religius pribadi. Oleh karena itu, perbaikan fasilitas fisik harus berjalan seiring dengan peningkatan kualitas interaksi sosial (Nasution, 2021: 91).

Integrasi teknologi cerdas juga menjadi salah satu strategi penting dalam memperkuat pengalaman wisata halal. Penerapan sistem informasi digital seperti aplikasi penunjuk arah kiblat, lokasi masjid, dan restoran halal dapat meningkatkan kenyamanan wisatawan. Penelitian terbaru menegaskan bahwa penggunaan teknologi memperkuat loyalitas wisatawan dan memudahkan promosi destinasi halal. Selain itu, inovasi berbasis teknologi juga mendukung transparansi dan kredibilitas layanan halal di destinasi wisata. Dengan demikian, digitalisasi menjadi kunci dalam pengembangan pariwisata halal modern (Khan et al., 2022: 74).

Fasilitas hotel di Indonesia masih menunjukkan kesenjangan antara standar yang diharapkan wisatawan Muslim dengan kenyataan di lapangan. Misalnya, banyak hotel belum memiliki ruang ibadah yang memadai atau tidak menampilkan sertifikasi halal secara jelas. Dalam penelitian di Solo, ditemukan bahwa fasilitas pemisahan gender dan layanan berbasis syariah masih terbatas. Namun, pelayanan staf yang ramah terhadap tamu Muslim menjadi nilai tambah yang diakui wisatawan. Hal ini menunjukkan perlunya standarisasi lebih lanjut terhadap hotel syariah di Indonesia (Wulandari, 2020: 55).

Standarisasi fasilitas publik yang ramah Muslim juga menjadi aspek penting dalam mendukung wisata halal. Penelitian tentang standarisasi Thayyib untuk fasilitas ibadah publik di Indonesia menekankan pentingnya menyediakan ruang ibadah yang bersih, aman, dan nyaman bagi wisatawan. Kualitas fasilitas wudhu, arah kiblat, dan kebersihan ruang sholat sangat memengaruhi persepsi wisatawan terhadap destinasi. Dengan penerapan standar yang baik, wisata halal Indonesia dapat bersaing secara global. Hal ini sejalan dengan upaya pemerintah memperkuat citra Indonesia sebagai pusat halal tourism dunia (Abdullah, 2021: 103).

Aspek pelayanan juga menjadi dimensi yang menentukan dalam pengalaman wisata halal. Karyawan hotel dan restoran yang memahami kebutuhan wisatawan Muslim dapat memberikan pengalaman yang lebih menyenangkan. Sikap sopan, pemahaman terhadap waktu ibadah, dan penghormatan terhadap privasi menjadi indikator pelayanan syariah yang baik. Dalam konteks ini, pelatihan sumber daya manusia menjadi sangat penting. Kualitas pelayanan yang sesuai nilai Islam menciptakan loyalitas wisatawan jangka panjang (Ismail & Widodo, 2022: 64).

Nilai komunitas dan kebersamaan juga menjadi daya tarik tersendiri dalam wisata halal. Wisatawan Muslim sering kali mencari pengalaman sosial yang mencerminkan nilai ukhuwah dan solidaritas. Penelitian lintas negara menemukan bahwa rasa memiliki

komunitas memengaruhi kepuasan wisatawan Muslim secara signifikan. Oleh karena itu, pengelola destinasi perlu memperhatikan interaksi sosial antarwisatawan dan masyarakat lokal. Pendekatan berbasis komunitas dapat memperkuat keberlanjutan pariwisata halal (Marzuki, 2019: 58).

Nilai-nilai Islam seperti kebersihan, kejujuran, dan penghormatan terhadap privasi menjadi dasar dalam pariwisata halal. Studi di Lombok menemukan bahwa nilai-nilai Islam berpengaruh kuat terhadap kepuasan wisatawan Muslim. Selain itu, citra destinasi yang baik dan layanan yang ramah turut meningkatkan niat wisatawan untuk kembali berkunjung. Dengan demikian, penerapan nilai-nilai Islam tidak hanya berfungsi sebagai norma, tetapi juga strategi pemasaran yang efektif. Hal ini membuktikan bahwa spiritualitas dapat menjadi kekuatan ekonomi (Harahap, 2020: 83).

Loyalitas wisatawan Muslim berhubungan erat dengan kualitas pengalaman yang mereka peroleh selama perjalanan. Ketika wisatawan merasa dihargai dan kebutuhan religius mereka terpenuhi, maka peluang untuk berkunjung kembali meningkat. Penelitian menunjukkan bahwa niat berkunjung ulang dipengaruhi oleh kombinasi antara kepuasan emosional dan ketersediaan fasilitas halal. Oleh sebab itu, destinasi yang mampu menjaga konsistensi kualitas akan memperoleh loyalitas jangka panjang. Loyalitas ini berdampak langsung terhadap stabilitas ekonomi daerah wisata (Han & Kim, 2021: 70).

Secara makro, kontribusi pariwisata terhadap PDB nasional cukup signifikan. Sebelum pandemi, sektor ini menyumbang sekitar 4–5 persen dari total PDB. Potensi ekonomi dari wisata halal dapat memperluas peluang kerja, terutama di sektor informal seperti kuliner, transportasi, dan kerajinan lokal. Dengan perencanaan yang baik, wisata halal bisa menjadi motor penggerak ekonomi daerah. Oleh karena itu, strategi pengembangan harus berorientasi pada pemerataan manfaat ekonomi (Muttaqin, 2021: 46).

Di tingkat nasional, sejumlah lembaga seperti Perkumpulan Pariwisata Halal Indonesia (PPHI) berperan dalam mendorong pengembangan wisata halal. Lembaga ini menjadi wadah komunikasi antara pemerintah, pelaku usaha, dan akademisi untuk memperkuat kebijakan pariwisata ramah Muslim. Program-program seperti sertifikasi halal dan pelatihan SDM menjadi fokus utama dalam strategi mereka. Keberadaan organisasi semacam ini penting untuk memastikan implementasi kebijakan berjalan efektif di tingkat daerah. (PPHI, 2022: 12).

Namun, laporan GMTI 2022 mencatat bahwa indikator layanan halal di Indonesia masih memerlukan peningkatan. Beberapa daerah wisata belum memiliki sistem sertifikasi yang seragam, sehingga menimbulkan kebingungan di kalangan wisatawan. Selain itu, transparansi informasi mengenai produk halal di tempat wisata juga masih rendah. Padahal, kejelasan informasi sangat penting bagi wisatawan Muslim untuk menentukan pilihan. Hal ini menunjukkan perlunya harmonisasi regulasi di tingkat nasional dan daerah (Mastercard-CrescentRating, 2022: 21).

Infrastruktur pendukung seperti akses transportasi, kebersihan, dan fasilitas publik turut memengaruhi kenyamanan wisatawan. Meskipun banyak destinasi alam yang potensial, kurangnya infrastruktur dapat menurunkan kualitas pengalaman wisata. Dalam konteks wisata halal, infrastruktur juga mencakup fasilitas ibadah, tempat wudhu, serta petunjuk arah kiblat. Ketersediaan infrastruktur ini menentukan citra destinasi di mata wisatawan Muslim. Oleh karena itu, investasi pada sektor infrastruktur menjadi kebutuhan mendesak (Ridwan, 2023: 37).

Promosi digital juga memiliki peran penting dalam memperkenalkan pariwisata halal. Banyak wisatawan mencari informasi destinasi melalui media sosial, situs web, dan aplikasi perjalanan. Namun, jika promosi digital tidak menonjolkan aspek halal, wisatawan Muslim mungkin tidak menyadari bahwa destinasi tersebut sebenarnya ramah Muslim. Penelitian menunjukkan bahwa strategi pemasaran digital yang menyoroti nilai halal dapat

meningkatkan minat kunjungan hingga 30 persen. Oleh sebab itu, digital branding menjadi langkah strategis dalam pengembangan pariwisata halal (Rahmawati, 2022: 19).

Aspek regulasi dan sertifikasi halal menjadi persoalan lain yang harus diperkuat. Wisatawan Muslim cenderung mencari kepastian melalui lembaga sertifikasi yang diakui. Jika regulasi tidak konsisten, maka kepercayaan wisatawan terhadap destinasi akan menurun. Pemerintah perlu memastikan bahwa regulasi halal di sektor pariwisata memiliki dasar hukum yang jelas dan terintegrasi dengan kebijakan industri pariwisata. Kepastian hukum ini menjadi fondasi bagi pertumbuhan berkelanjutan sektor halal tourism (Fauzan, 2021: 32).

Peningkatan kapasitas sumber daya manusia dalam industri pariwisata halal juga menjadi prioritas penting. Pelatihan bagi pengusaha hotel, pemandu wisata, dan pengelola destinasi perlu difokuskan pada pemahaman prinsip syariah dan etika pelayanan. Selain itu, literasi digital dan kemampuan komunikasi lintas budaya juga penting bagi tenaga kerja di sektor ini. Pelatihan yang berkesinambungan akan menciptakan tenaga kerja profesional yang mampu memenuhi standar global wisata halal. Dengan demikian, kualitas SDM menjadi aset utama dalam daya saing pariwisata Indonesia (Rahayu, 2022: 27).

Kolaborasi multipihak antara pengelola wisata, pemerintah, masyarakat, dan sektor swasta menjadi kunci keberhasilan pengembangan wisata halal. Pemerintah daerah dapat berperan dalam menyediakan kebijakan pendukung dan infrastruktur, sementara masyarakat lokal menjaga nilai-nilai budaya dan kebersihan lingkungan. Kolaborasi yang solid akan memperkuat destinasi dan meningkatkan kepercayaan wisatawan. Model kolaborasi ini sudah mulai diterapkan di beberapa daerah seperti Lombok dan Aceh yang dikenal sebagai ikon wisata halal Indonesia. (Hamzah & Taufik, 2021: 48).

Berdasarkan latar belakang dan berbagai hasil penelitian tersebut, pengembangan fasilitas Muslim-friendly menjadi hal yang sangat penting dalam pariwisata Indonesia. Fokus utama harus diberikan pada peningkatan kualitas fasilitas, digitalisasi layanan, serta edukasi masyarakat tentang wisata halal. Selain itu, kolaborasi dan regulasi yang kuat akan memastikan wisata halal berkembang secara berkelanjutan. Dengan langkah-langkah tersebut, wisata halal di Indonesia dapat berkontribusi signifikan terhadap ekonomi lokal dan nasional. (Suryani, 2022: 120).

2. METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi literatur. Pendekatan ini dipilih karena mampu memberikan pemahaman mendalam terhadap fenomena yang dikaji melalui analisis terhadap berbagai sumber ilmiah yang relevan (Rahmawati & Lubis, 2021: 67). Studi literatur memungkinkan peneliti untuk meninjau hasil penelitian sebelumnya secara sistematis dan kritis guna menemukan pola, tema, serta kesenjangan dalam penelitian terkait pariwisata ramah Muslim. Melalui pendekatan ini, peneliti dapat menilai sejauh mana perkembangan pariwisata ramah Muslim di Indonesia telah berlangsung serta mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhinya (Sari & Widodo, 2021: 112). Dengan demikian, metode ini sangat relevan untuk menjawab tujuan penelitian yang bersifat deskriptif dan analitis.

Dalam konteks ini, studi literatur berfungsi untuk meninjau dan menganalisis hasil penelitian terdahulu yang memiliki keterkaitan dengan topik pengembangan pariwisata ramah Muslim. Analisis dilakukan dengan membandingkan hasil dari berbagai penelitian untuk menemukan pola umum maupun perbedaan antar studi (Ismail et al., 2021: 85). Melalui proses ini, peneliti dapat membangun kerangka konseptual yang komprehensif tentang bagaimana pariwisata halal berkembang di Indonesia serta faktor-faktor yang mendukung dan menghambatnya. Selain itu, studi literatur juga membantu dalam

memahami dinamika sosial, ekonomi, dan budaya yang memengaruhi implementasi pariwisata berbasis syariah (Yusof & Ismail, 2020: 51).

Perbandingan hasil penelitian menjadi langkah penting dalam menganalisis arah dan kecenderungan pengembangan pariwisata ramah Muslim di berbagai daerah di Indonesia. Dengan melakukan perbandingan tersebut, peneliti dapat mengidentifikasi keunikan strategi, kebijakan, serta praktik terbaik yang diterapkan di masing-masing wilayah (Hendrawan & Wahyudi, 2021: 124). Analisis komparatif juga membantu mengungkap sejauh mana adaptasi terhadap kebutuhan wisatawan Muslim dilakukan oleh pengelola destinasi wisata. Pendekatan ini tidak hanya memberikan gambaran empiris, tetapi juga menguatkan landasan teoritis dalam memahami konsep pariwisata halal secara kontekstual (Rahman, 2022: 29).

Dalam pelaksanaannya, penelitian ini memilih dua artikel utama yang membahas pengembangan pariwisata ramah Muslim di dua lokasi berbeda di Indonesia. Pemilihan dua studi kasus tersebut dimaksudkan untuk memberikan gambaran yang berimbang mengenai variasi kebijakan dan praktik lapangan (Fajri & Rachman, 2022: 14). Setiap artikel akan dikaji berdasarkan aspek pengembangan destinasi, penyediaan fasilitas, serta strategi promosi yang diterapkan. Melalui analisis ini, peneliti dapat mengidentifikasi model pengembangan yang paling efektif dalam konteks lokal maupun nasional (Kamal & Aziz, 2023: 109). Pendekatan ini juga memungkinkan perbandingan faktor sosial, ekonomi, dan budaya yang menjadi karakteristik unik masing-masing wilayah.

Analisis komparatif dalam penelitian ini mencakup identifikasi kesamaan dan perbedaan dalam strategi pengembangan, fasilitas yang tersedia, regulasi yang diterapkan, serta hambatan yang dihadapi di lapangan. Fokus utama dari pendekatan ini adalah untuk menilai sejauh mana setiap lokasi telah mengadopsi prinsip-prinsip pariwisata halal sesuai dengan kebutuhan wisatawan Muslim (Alim & Fitri, 2022: 136). Melalui proses ini, diperoleh pemahaman mendalam mengenai efektivitas kebijakan pemerintah dan peran masyarakat dalam mendukung implementasi pariwisata ramah Muslim. Analisis ini juga memperlihatkan bagaimana faktor infrastruktur, promosi digital, dan kesadaran halal berkontribusi terhadap tingkat keberhasilan suatu destinasi (Hassan & Rahman, 2021: 47).

Pendekatan ini sejalan dengan praktik penelitian literatur dalam studi pariwisata halal yang umumnya membandingkan tren global dan lokal dalam satu kerangka analisis yang terpadu. Dengan demikian, hasil penelitian tidak hanya bersifat deskriptif tetapi juga interpretatif, memberikan pemahaman tentang konteks yang lebih luas (Zulkarnain & Kadir, 2020: 54). Melalui analisis lintas studi, peneliti dapat menilai posisi Indonesia dalam lanskap pariwisata halal dunia serta kontribusinya terhadap pasar global wisatawan Muslim. Pendekatan ini juga membantu mengidentifikasi gap penelitian dan rekomendasi kebijakan yang relevan untuk pengembangan ke depan (Nasution & Ahmad, 2020: 60).

Hasil dari analisis dan perbandingan ini diharapkan dapat menghasilkan kesimpulan yang komprehensif mengenai perkembangan pariwisata ramah Muslim di Indonesia. Temuan penelitian ini akan memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori dan praktik pariwisata halal, khususnya dalam konteks kebijakan dan strategi promosi destinasi (Rahman et al., 2020: 135). Selain itu, hasil kajian ini juga diharapkan mampu menjadi dasar bagi pemerintah daerah dan pelaku industri dalam merancang kebijakan yang lebih adaptif terhadap kebutuhan wisatawan Muslim (Mahmudah, 2023: 103). Dengan demikian, penelitian ini berperan tidak hanya sebagai telaah akademik, tetapi juga sebagai panduan praktis dalam memperkuat daya saing pariwisata halal di Indonesia (Kamal & Aziz, 2023: 112).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Konsep Pariwisata Ramah Muslim

Pariwisata ramah Muslim merupakan bentuk pariwisata yang mengakomodasi kebutuhan wisatawan Muslim dengan menyediakan layanan dan fasilitas yang memudahkan mereka dalam berwisata tanpa meninggalkan kewajiban agama. Konsep ini mencakup berbagai aspek mulai dari ketersediaan makanan dan minuman halal, fasilitas ibadah, hingga lingkungan wisata yang sesuai dengan nilai-nilai Islam (Fajri & Rachman, 2022: 15). Dalam praktiknya, pariwisata ramah Muslim tidak hanya berfokus pada layanan wisata, tetapi juga memperhatikan kenyamanan dan ketenangan spiritual wisatawan Muslim. Oleh karena itu, sektor ini berkembang menjadi salah satu segmen penting dalam industri pariwisata global (Yusof & Ismail, 2020: 50).

Peningkatan kesadaran masyarakat Muslim terhadap pentingnya layanan halal telah mendorong pertumbuhan signifikan sektor pariwisata ramah Muslim di berbagai negara, termasuk Indonesia. Wisatawan Muslim kini semakin selektif dalam memilih destinasi yang menyediakan fasilitas ibadah dan menjamin kehalalan produk yang dikonsumsi (Ismail et al., 2021: 86). Fenomena ini menunjukkan bahwa pariwisata tidak hanya menjadi sarana rekreasi, tetapi juga bagian dari praktik kehidupan religius yang memperkuat identitas keislaman (Nasution & Ahmad, 2020: 59). Dalam konteks tersebut, pariwisata ramah Muslim menjadi instrumen penting dalam menjembatani kebutuhan spiritual dan ekonomi.

Konsep pariwisata ramah Muslim sering disamakan dengan istilah pariwisata halal atau pariwisata Islami. Meskipun istilahnya beragam, ketiganya memiliki dasar yang sama, yaitu menjamin kenyamanan wisatawan Muslim agar dapat berwisata dengan tenang tanpa khawatir melanggar prinsip-prinsip agama (Rahman, 2022: 27). Penggunaan istilah “halal tourism” biasanya lebih menekankan pada kehalalan produk dan layanan, sedangkan “Islamic tourism” lebih menitikberatkan pada nilai-nilai spiritual dalam kegiatan wisata (Abdullah & Omar, 2019: 80). Dalam praktiknya, kedua pendekatan ini saling melengkapi.

Dasar utama dari pariwisata ramah Muslim adalah upaya pemenuhan kebutuhan wisatawan Muslim terhadap fasilitas dan layanan sesuai syariat. Kebutuhan tersebut mencakup tempat salat, area privat yang terpisah antara laki-laki dan perempuan, serta jaminan bahwa makanan dan minuman yang disediakan telah bersertifikat halal (Hassan & Rahman, 2021: 46). Keberadaan atribut seperti hotel halal, restoran halal, dan fasilitas bersuci yang sesuai syariat menjadi indikator penting dalam menentukan tingkat ramah Muslim suatu destinasi (Alim & Fitri, 2022: 137). Dengan adanya fasilitas ini, pengalaman berwisata menjadi lebih aman dan bermakna secara spiritual.

Menurut perspektif global, pariwisata Islami didefinisikan sebagai kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seorang Muslim dari satu tempat ke tempat lain dengan motivasi yang berakar pada nilai-nilai Islam. Tujuannya bisa berupa rekreasi, pendidikan, ziarah, ataupun kegiatan sosial selama tidak bertentangan dengan prinsip agama (Kamal & Aziz, 2023: 108). Kegiatan wisata ini tidak hanya bersifat duniawi, tetapi juga menjadi sarana refleksi spiritual dan penguatan iman (Rahman et al., 2020: 134). Oleh karena itu, pariwisata Islami menuntut keseimbangan antara kesenangan jasmani dan kepatuhan rohani.

Berdasarkan definisi tersebut, pariwisata ramah Muslim berupaya mentransformasikan pengalaman wisata agar menyenangkan dan tetap memungkinkan wisatawan untuk menjalankan kewajiban agama mereka. Konsep ini mencerminkan pandangan bahwa perjalanan bukan hanya aktivitas rekreasi, tetapi juga bagian dari ibadah jika dilakukan dengan niat yang baik dan sesuai aturan syariat (Mahmudah, 2023: 102). Dalam hal ini, penyedia destinasi perlu menyesuaikan layanan mereka agar sejalan dengan kebutuhan rohani wisatawan Muslim (Sari & Widodo, 2021: 115).

Pengembangan pariwisata halal di Indonesia berakar pada regulasi yang kuat dan panduan keagamaan dari lembaga resmi. Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) memiliki otoritas dalam menetapkan fatwa terkait prinsip hukum Islam yang berlaku pada kegiatan pariwisata (Amiruddin, 2021: 147). Fatwa ini meliputi panduan terhadap aktivitas yang diperbolehkan dan yang dilarang, seperti perjudian, konsumsi alkohol, atau hiburan yang tidak sesuai syariat (Suryani, 2019: 68). Panduan tersebut menjadi acuan dalam mengembangkan kebijakan pariwisata yang berlandaskan nilai-nilai Islam.

Penerapan prinsip syariah dalam pariwisata mencakup penyediaan fasilitas halal, akomodasi yang dilengkapi sarana ibadah, serta penghindaran terhadap kegiatan yang bertentangan dengan agama. Hotel atau apartemen yang menyediakan perlengkapan ibadah seperti sajadah, Al-Qur'an, dan arah kiblat menjadi salah satu bentuk konkret penerapan nilai syariah (Fajri & Rachman, 2022: 17). Selain itu, manajemen pariwisata juga diharapkan menyesuaikan jam operasional agar tidak bertabrakan dengan waktu salat (Zulkarnain & Kadir, 2020: 57).

Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan menjadi dasar hukum utama dalam penyelenggaraan seluruh aktivitas pariwisata di Indonesia. Dalam undang-undang tersebut disebutkan bahwa pariwisata mencakup berbagai kegiatan yang didukung oleh fasilitas dan layanan yang beragam (Hendrawan & Wahyudi, 2021: 126). Termasuk di dalamnya transportasi, perjalanan, makanan dan minuman, hiburan, rekreasi, serta kegiatan bisnis seperti konferensi dan pameran (Suharto, 2020: 39). Dengan demikian, regulasi ini menjadi payung hukum bagi seluruh kegiatan pariwisata termasuk pariwisata halal.

Secara konseptual, pariwisata halal menuntut adanya keseimbangan antara aspek spiritual dan aspek komersial. Artinya, penyedia jasa wisata harus mampu menawarkan layanan berkualitas tanpa mengabaikan nilai-nilai keagamaan (Yusoff, 2019: 75). Prinsip ini sejalan dengan visi pembangunan berkelanjutan yang tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi, tetapi juga pada kesejahteraan sosial dan moral masyarakat (Rahmawati & Lubis, 2021: 69). Oleh karena itu, industri pariwisata perlu menyesuaikan diri dengan tren kesadaran halal global yang semakin meningkat.

Konsep pariwisata ramah Muslim tidak hanya mencakup penyediaan layanan, tetapi juga penguatan budaya pelayanan Islami. Setiap interaksi antara penyedia jasa dan wisatawan diharapkan mencerminkan etika Islam yang menekankan keramahan, kebersihan, dan kejujuran (Rizal & Syafri, 2020: 94). Dengan demikian, pelayanan dalam konteks pariwisata halal bukan hanya soal fasilitas fisik, melainkan juga nilai-nilai moral yang diterapkan oleh para pelaku industri.

Selain itu, pariwisata halal berpotensi memperkuat citra positif Indonesia di mata dunia. Sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar kedua di dunia, Indonesia memiliki peluang besar menjadi pusat destinasi halal global (Rahman, 2022: 32). Namun, hal ini hanya dapat terwujud apabila semua pemangku kepentingan—pemerintah, masyarakat, dan pelaku usaha—berkolaborasi secara sinergis dalam membangun ekosistem pariwisata halal yang berkelanjutan (Kamal & Aziz, 2023: 111).

Pariwisata ramah Muslim juga berperan dalam memperkuat ekonomi lokal melalui pemberdayaan masyarakat di sekitar destinasi wisata. Banyak penelitian menunjukkan bahwa pengembangan pariwisata halal berdampak langsung terhadap peningkatan pendapatan masyarakat, terutama di sektor kuliner, transportasi, dan penginapan (Zulkarnain & Kadir, 2020: 55). Selain itu, pendekatan ini juga mendorong pertumbuhan usaha mikro dan menengah berbasis produk halal (Mahmudah, 2023: 104).

Penguatan sektor pariwisata halal juga dapat memperluas kesempatan kerja bagi masyarakat, khususnya generasi muda. Keterlibatan mereka dalam industri ini tidak hanya memberikan manfaat ekonomi tetapi juga memperkuat pemahaman terhadap nilai-nilai

keislaman (Fajri & Rachman, 2022: 18). Oleh karena itu, pariwisata halal berpotensi menjadi model pembangunan inklusif yang sejalan dengan tujuan pembangunan berkelanjutan (SDGs). Dalam konteks globalisasi, tren pariwisata halal menjadi semakin relevan karena menawarkan keseimbangan antara kebutuhan spiritual dan gaya hidup modern. Wisatawan Muslim kini tidak hanya mencari destinasi indah, tetapi juga pengalaman yang bermakna secara religius (Hassan & Lee, 2021: 85). Oleh sebab itu, inovasi dalam pengembangan destinasi halal menjadi faktor penting dalam menarik pasar internasional.

Pengembangan pariwisata ramah Muslim di Indonesia membutuhkan dukungan kebijakan yang konsisten dan terarah. Pemerintah pusat maupun daerah perlu menetapkan standar sertifikasi halal bagi destinasi wisata untuk menjaga kepercayaan wisatawan (Amiruddin, 2021: 149). Selain itu, strategi promosi digital juga perlu diperkuat untuk menjangkau wisatawan Muslim global yang semakin bergantung pada teknologi (Alim & Fitri, 2022: 138). Pariwisata halal juga dapat berfungsi sebagai sarana diplomasi budaya yang memperkenalkan nilai-nilai Islam yang universal seperti toleransi, keadilan, dan kepedulian sosial (Rahman et al., 2020: 132). Melalui pariwisata, nilai-nilai tersebut dapat disampaikan dengan cara yang damai dan menarik sehingga memperkuat citra positif Islam di dunia internasional (Abdullah & Omar, 2019: 83). Selain nilai-nilai spiritual, faktor lingkungan juga menjadi perhatian penting dalam pengembangan pariwisata halal.

Konsep *eco-halal tourism* kini banyak diterapkan untuk memastikan bahwa kegiatan wisata tidak merusak alam dan sejalan dengan prinsip keberlanjutan (Sari & Widodo, 2021: 118). Pendekatan ini menegaskan bahwa tanggung jawab terhadap alam merupakan bagian dari ajaran Islam itu sendiri. Dalam jangka panjang, pengembangan pariwisata halal di Indonesia diharapkan tidak hanya meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan, tetapi juga memperkuat sektor ekonomi kreatif berbasis nilai Islam (Rahmawati & Lubis, 2021: 71). Produk-produk seperti kerajinan, kuliner, dan busana Muslim dapat menjadi daya tarik tambahan bagi wisatawan Muslim domestik maupun mancanegara. Melalui berbagai strategi tersebut, pariwisata halal di Indonesia berpotensi menjadi penggerak ekonomi yang signifikan dan berkelanjutan. Sinergi antara kebijakan pemerintah, kesadaran masyarakat, dan dukungan pelaku industri menjadi kunci keberhasilan sektor ini (Hassan & Rahman, 2021: 48). Dengan pengelolaan yang baik, pariwisata halal dapat menjadi salah satu keunggulan kompetitif Indonesia di pasar global.

Perkembangan Pariwisata Ramah Muslim

Pariwisata ramah Muslim di Indonesia menunjukkan pertumbuhan di berbagai wilayah, terutama di Jawa Barat dan Jawa Timur, sebagai dua provinsi dengan potensi tinggi. Jawa Barat tercatat sebagai provinsi dengan populasi Muslim terbesar di Pulau Jawa, yang menimbulkan harapan besar bahwa fasilitas wisata ramah Muslim dapat dikembangkan secara masif dan layak (Sutandar et al., 2024: 3). Jawa Timur pada sisi lain, menjadi provinsi tujuan favorit wisatawan nusantara, tercermin dari kontribusi kunjungan wisnus yang tinggi dalam data terbaru BPS, di mana jumlah perjalanan wisnus ke Jawa Timur mencapai 26,92% dari total perjalanan di Pulau Jawa pada semester I/2023 (BPS, 2023: 2). Perbedaan konteks demografi dan preferensi wisata di kedua provinsi ini menjadikan studi komparatif sangat relevan untuk melihat bagaimana implementasi Muslim-friendly tourism berjalan nyata. Dengan menganalisis kedua provinsi, dapat dilihat apakah kebijakan dan fasilitas yang tersedia mampu memenuhi tuntutan wisatawan Muslim. Studi semacam ini membantu mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan yang khas di masing-masing provinsi.

Desa Tanjungsari di Kecamatan Sadananya, Kabupaten Ciamis, Jawa Barat, menjadi salah satu objek studi dalam penelitian terkini mengenai wisata ramah Muslim. Penelitian “Pengembangan Potensi Desa Wisata Ramah Muslim di Desa Tanjungsari” menemukan

bahwa Tanjungsari memiliki potensi alam yang cukup besar, seperti Curug Panganten, Green Canyon Bobojong, Leuwi Genteng, dan Curug Batu Gupit, yang dapat menjadi daya tarik wisatawan Muslim yang mencari alam dan ketenangan (Sutandar et al., 2024: 4-5). Mayoritas penduduknya adalah Muslim dan terdapat institusi keagamaan aktif, yang menjadi modal sosial penting dalam pengembangan wisata berbasis Muslim-friendly. Namun penelitian tersebut juga mencatat bahwa aksesibilitas ke objek wisata masih terbatas, baik dalam hal jalan akses maupun transportasi publik lokal (Sutandar et al., 2024: 10). Keterbatasan fasilitas seperti penginapan yang memenuhi standar Muslim-friendly juga menjadi kendala yang dihadapi. Upaya peningkatan perlu dilakukan agar potensi alam dan modal sosial tersebut dapat dimanfaatkan secara optimal.

Di Slopeng Beach, Kabupaten Sumenep, Jawa Timur, penelitian terbaru juga mengungkap dinamika pengembangan Muslim-friendly tourism dengan karakteristik khusus. Studi “Optimalisasi Muslim Friendly Tourism di Pantai Slopeng” menunjukkan keindahan alam seperti pasir gurun laut, sunset, air laut jernih, serta ragam aktivitas wisata alam seperti berenang, berkuda, menyewa ATV, camping, dan bermain pasir yang menarik bagi wisatawan (Farisma, Sunariyah, & Rohman, 2023: 305). Namun aspek fasilitas ramah Muslim seperti akomodasi syariah, layanan ibadah, dan sarana publik yang mendukung masih kurang memadai (Farisma et al., 2023: 309). Kesadaran masyarakat lokal dalam mendukung pelaksanaan fasilitas Muslim-friendly juga belum merata di sekitar Slopeng Beach (Farisma et al., 2023: 312). Penelitian ini menegaskan pentingnya peran pemerintah daerah dan pengelola wisata untuk meningkatkan fasilitas fisik dan non-fisik agar Slopeng menjadi destinasi yang benar-benar ramah Muslim.

Analisis perbandingan antara Jawa Barat dan Jawa Timur berpotensi memberikan pemahaman mendalam tentang strategi pengembangan yang bekerja dengan baik di satu provinsi dan tantangan yang lebih besar di provinsi lain. Perbedaan geografis, infrastruktur, budaya lokal, dan prioritas kebijakan dapat memengaruhi efektivitas implementasi fasilitas Muslim-friendly. Misalnya, di Tanjungsari, fasilitas dasar seperti akomodasi dan jalan akses yang baik masih perlu ditingkatkan (Sutandar et al., 2024: 10). Sementara di Slopeng, fasilitas layanan ibadah dan akomodasi syariah menjadi titik lemah meskipun daya tarik wisatanya cukup besar (Farisma et al., 2023: 309). Dengan membandingkan keadaan ini, rekomendasi kebijakan yang disusun bisa lebih kontekstual dan spesifik untuk kebutuhan tiap-provinsi.

Data dari Badan Pusat Statistik (BPS) mendukung urgensi pengembangan wisata ramah Muslim di Jawa Timur, karena provinsi ini memiliki peran dominan dalam jumlah perjalanan wisatawan nusantara (wisnus) pada tahun 2023. Pada semester I/2023, jumlah perjalanan wisnus mencapai 433,57 juta perjalanan, dengan Jawa Timur sebagai provinsi dengan jumlah perjalanan terbanyak di Pulau Jawa, yaitu sebesar 26,92% dari total wilayah itu (BPS, 2023: 2). Persentase ini menunjukkan bahwa permintaan terhadap destinasi wisata di Jawa Timur sangat tinggi. Dengan permintaan yang besar, ekspektasi fasilitas dan pelayanan ramah Muslim di destinasi-destinasi di Jawa Timur pun meningkat. Oleh karena itu, penggunaan data semacam ini sangat penting sebagai salah satu indikator urgensi alokasi sumber daya dan pembangunan fasilitas pendukung.

Dalam Tanjungsari, aspek budaya lokal yang mengandung nilai Islam menjadi modal penting dalam pengembangan pariwisata ramah Muslim. Penelitian menemukan bahwa budaya masyarakat setempat sangat dipengaruhi oleh praktik keagamaan, yang memudahkan penerimaan konsep Muslim-friendly dalam kegiatan wisata (Sutandar et al., 2024: 7). Karena masyarakat lokal sudah terbiasa dengan aktivitas keagamaan, kebutuhan seperti jadwal ibadah, tempat salat, dan pemisahan area berdasarkan gender dapat lebih mudah diakomodasi. Selain itu, partisipasi masyarakat menjadi faktor penentu dalam keberlanjutan wisata ramah Muslim. Jika masyarakat lokal turut mendukung dan memahami

manfaatnya, maka fasilitas yang dibangun memiliki peluang lebih besar untuk digunakan dan dirawat.

Di sisi fasilitas, kendala utama di Tanjungsari adalah aksesibilitas yang kurang, termasuk infrastruktur jalan menuju objek wisata yang belum optimal. Peneliti mencatat bahwa beberapa lokasi wisata masih sulit dijangkau oleh kendaraan umum atau kendaraan pribadi karena kondisi jalan yang sempit atau belum diperkeras (Sutandar et al., 2024: 10). Fasilitas pelayanan publik seperti toilet, tempat parkir, dan akomodasi yang sesuai standar Muslim-friendly juga umumnya masih terbatas. Hal ini menyebabkan kunjungan wisatawan terminimalisir karena kenyamanan dan kemudahan belum terpenuhi. Peningkatan fasilitas fisik menjadi salah satu rekomendasi utama dalam penelitian tersebut.

Slopeng Beach menghadapi tantangan yang mirip dalam hal fasilitas: fasilitas ibadah dan akomodasi syariah masih kurang memadai. Penelitian Farisma et al. (2023) menyebut bahwa meskipun alamnya menarik, fasilitas pendukung seperti musholla atau ruang ibadah belum memadai di pantai tersebut (Farisma et al., 2023: 309). Selain itu, akomodasi syariah yang diklaim ada belum selalu memenuhi standar Muslim-friendly secara menyeluruh: mulai dari penyediaan sajadah, arah kiblat, hingga layanan yang menghormati privasi wisatawan Muslim (Farisma et al., 2023: 311). Kurangnya fasilitas ini berdampak pada persepsi wisatawan terhadap kenyamanan dan kepuasan selama kunjungan.

Kesadaran masyarakat lokal menjadi faktor penting yang menentukan kelancaran implementasi wisata ramah Muslim. Di Slopeng, ditemukan bahwa masyarakat sekitar belum sepenuhnya menyadari pentingnya peran mereka dalam mendukung fasilitas ramah Muslim, misalnya dalam menyediakan makanan halal atau menjaga kebersihan fasilitas ibadah (Farisma et al., 2023: 312). Di Tanjungsari, meskipun budaya lokal sudah mendukung praktik Islam, keterbatasan sumber daya lokal serta regulasi lokal yang belum spesifik membuat partisipasi masyarakat belum optimal (Sutandar et al., 2024: 11). Kesadaran ini perlu diperkuat melalui edukasi dan pelibatan masyarakat dalam perancangan dan pengelolaan wisata.

Pengelolaan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM) di sekitar destinasi wisata juga menjadi komponen penting dalam pengembangan Muslim-friendly tourism. Di Slopeng, UMKM belum terorganisasi dengan baik, sehingga produk dan layanan yang disediakan belum selalu memenuhi standar atau ekspektasi wisatawan Muslim (Farisma et al., 2023: 313). Di Tanjungsari, akomodasi dan layanan kuliner lokal memiliki potensi untuk dikembangkan oleh UMKM setempat tetapi usaha tersebut membutuhkan dukungan teknis dan modal untuk memenuhi standar halal (Sutandar et al., 2024: 10). Penguatan UMKM melalui pelatihan, sertifikasi, dan koordinasi menjadi salah satu rekomendasi dalam kedua studi tersebut.

Promosi dan pemasaran destinasi ramah Muslim juga menjadi aspek yang perlu mendapat perhatian. Penelitian di Slopeng menunjukkan bahwa promosi melalui media sosial dan promosi langsung kepada potensial wisatawan masih terbatas (Farisma et al., 2023: 314). Di Tanjungsari, promosi lokal masih kurang menekankan aspek Muslim-friendly sehingga wisatawan Muslim belum selalu mengetahui bahwa desa wisata tersebut menyediakan fasilitas ibadah dan makanan halal (Sutandar et al., 2024: 11). Tanpa promosi yang efektif, upaya menyediakan fasilitas saja tidak cukup untuk menarik wisatawan.

Regulasi dan dukungan kebijakan Pemerintah Daerah menjadi faktor penentu dalam kelancaran pengembangan wisata ramah Muslim. Studi Slopeng merekomendasikan agar pemerintah daerah meningkatkan anggaran dan regulasi terkait fasilitas Muslim-friendly dan akomodasi syariah (Farisma et al., 2023: 315). Di Tanjungsari, pemerintah kabupaten dan kecamatan perlu menetapkan standar lokal yang jelas untuk fasilitas ibadah dan makanan halal agar sesuai harapan wisatawan Muslim (Sutandar et al., 2024: 11). Dukungan kebijakan

ini termasuk penyediaan insentif bagi pelaku usaha yang memenuhi standar Muslim-friendly.

Keterbatasan anggaran menjadi salah satu hambatan yang muncul dalam kedua studi. Di Slopeng, anggaran pembangunan fasilitas Muslim-friendly dan sosialisasi masih terbatas, yang menghambat perbaikan fasilitas fisik dan promosi (Farisma et al., 2023: 314). Di Tanjungsari, meskipun sumber daya alam melimpah dan masyarakat berpotensi, alokasi anggaran untuk infrastruktur pendukung masih kurang memadai (Sutandar et al., 2024: 12). Keterbatasan dana ini juga mempengaruhi kemampuan pemeliharaan fasilitas jangka panjang.

Infrastruktur menjadi kendala teknis yang nyata dalam pengembangan wisata ramah Muslim. Jalan akses menuju objek wisata di Tanjungsari masih belum merata kondisi permukaannya, lebar jalannya, dan kemudahan transportasi umum ke lokasi (Sutandar et al., 2024: 10). Di Slopeng, fasilitas umum seperti ruang ganti, toilet, dan area parkir juga mendapatkan catatan buruk terkait kebersihan dan kenyamanan (Farisma et al., 2023: 310). Tanpa infrastruktur yang layak, destinasi wisata yang secara alam sudah menarik memiliki keterbatasan dalam menarik wisatawan Muslim dalam jumlah besar.

Eksistensi akomodasi syariah atau yang mendekati standar syariah masih jarang di kedua lokasi. Di Slopeng, akomodasi yang menyebut “syariah” belum memiliki standar operasional yang jelas sehingga fasilitas ibadah, privasi, dan layanan pendukungnya sering belum memenuhi ekspektasi wisatawan Muslim (Farisma et al., 2023: 311). Di Tanjungsari, meskipun ada penginapan lokal, belum semua telah mengadopsi aspek-aspek syariah seperti ruang doa, sajadah, arah kiblat yang jelas, atau kebijakan ramah hijab (Sutandar et al., 2024: 11). Ketiadaan standar ini mengurangi tingkat kenyamanan dan loyalitas pengunjung.

Peran kelembagaan lokal dan pemangku kepentingan menjadi sangat vital untuk memastikan keberlanjutan wisata ramah Muslim. Di Slopeng, pemerintah desa, pengelola wisata, dan stakeholders diikutsertakan dalam diskusi tetapi belum ada forum komunikasi formal yang rutin untuk koordinasi antar-pihak (Farisma et al., 2023: 314). Di Tanjungsari, juga terdapat usulan pembentukan forum serupa agar perencanaan dan pelaksanaan wisata ramah Muslim bisa lebih sinkron antar pemerintah, masyarakat, dan pelaku usaha (Sutandar et al., 2024: 13). Kelembagaan yang kuat akan mendukung pemeliharaan kualitas dan peningkatan fasilitas musiman maupun permanen.

Evaluasi dampak ekonomi lokal dari Muslim-friendly tourism menunjukkan hasil positif jika fasilitas dan manajemen dijalankan dengan baik. Di Slopeng, optimalisasi fasilitas dan layanan Muslim-friendly berdampak pada peningkatan daya tarik wisata dan kesejahteraan ekonomi masyarakat lokal (Farisma et al., 2023: 301-302). Desa Tanjungsari juga diperkirakan dapat memberikan manfaat ekonomi signifikan melalui pemasukan dari sektor pariwisata, penyediaan lapangan kerja, dan peningkatan pendapatan UMKM jika hambatan akses dan fasilitas diatasi (Sutandar et al., 2024: 12). Potensi tersebut menunjukkan bahwa wisata ramah Muslim bukan hanya aspek religius, tetapi juga strategi pembangunan ekonomi lokal.

Ketersediaan data statistik dari BPS memperkuat relevansi fokus penelitian ini pada Jawa Timur dan Jawa Barat. Data menunjukkan bahwa tujuan wisata utama wisnus di Pulau Jawa adalah Jawa Timur, dengan provinsi asal dan tujuan utama masing-masing menyumbang persentase perjalanan domestik tertinggi dibandingkan provinsi lain (BPS, 2023: 2). Data ini menjadi indikator permintaan pasar lokal terhadap destinasi wisata domestik di Jawa Timur dan Jawa Barat. Keberadaan angka kunjungan wisnus tersebut menyediakan dasar empiris bagi studi perbandingan implementasi Muslim-friendly tourism di kedua provinsi.

Penyusunan rekomendasi berdasarkan perbandingan kedua wilayah ini meliputi beberapa aspek, seperti peningkatan aksesibilitas, regulasi yang mendukung, peningkatan

fasilitas syariah, pelibatan masyarakat, promosi efektif, dan pengembangan UMKM. Studi Slopeng merekomendasikan penggunaan media sosial, promosi langsung, forum komunikasi antarstakeholder, dan kolaborasi dengan lembaga keuangan syariah untuk mendukung UMKM (Farisma et al., 2023: 314-315). Tanjungsari juga merekomendasikan perbaikan jalan akses, peningkatan fasilitas dasar, dan pengaturan promosi yang menyoroti aspek ramah Muslim (Sutandar et al., 2024: 11-12).

Analisis menunjukkan bahwa meskipun potensi di Jawa Barat (Tanjungsari) dan Jawa Timur (Slopeng) cukup besar, implementasi Muslim-friendly tourism di kedua lokasi belum optimal. Banyak kendala fisik seperti infrastruktur, fasilitas ibadah, dan akomodasi syariah, serta non-fisik seperti kesadaran masyarakat dan promosi masih kurang. Walaupun demikian, jika rekomendasi dari studi-studi ini dijalankan — terutama dalam hal kolaborasi antarstakeholder dan dukungan kebijakan — ada peluang besar untuk meningkatkan kualitas dan daya tarik destinasi.

Berdasarkan hasil pembahasan mengenai dua lokasi pengembangan wisata ramah Muslim, yakni Pantai Slopeng di Madura dan Desa Tanjungsari di Ciamis, dapat disimpulkan bahwa keduanya memiliki potensi besar untuk menjadi destinasi wisata ramah Muslim unggulan di Indonesia. Keindahan alam yang dimiliki oleh kedua lokasi tersebut menjadi daya tarik utama bagi wisatawan, khususnya wisatawan Muslim baik dari wilayah sekitar maupun dari berbagai daerah di Indonesia. Namun demikian, terdapat sejumlah tantangan yang perlu diatasi agar pengembangan wisata ramah Muslim dapat terwujud secara optimal dan berkelanjutan (Taufiq & Nuraini, 2023:95).

Tantangan utama yang dihadapi oleh kedua destinasi tersebut adalah keterbatasan fasilitas yang mendukung kebutuhan wisatawan Muslim. Berdasarkan penelitian sebelumnya, faktor infrastruktur menjadi aspek prioritas yang harus diperhatikan dalam pengembangan wisata halal di Indonesia (Mustofa & Lestari, 2022:103). Fasilitas yang mendukung wisata ramah Muslim mencakup ketersediaan tempat ibadah, makanan halal, akomodasi berlabel halal, hingga ruang menyusui bagi wisatawan. Apabila fasilitas-fasilitas tersebut belum terpenuhi, maka destinasi belum dapat dikategorikan sepenuhnya sebagai wisata ramah Muslim. Selain itu, permasalahan lain yang tidak kalah penting adalah kondisi infrastruktur umum, seperti akses jalan yang kurang memadai, sebagaimana terjadi di Desa Wisata Tanjungsari, yang menghambat jumlah kunjungan wisatawan (Sukardi & Hasan, 2021:150).

Agar wisata ramah Muslim dapat berkembang secara efektif, peningkatan infrastruktur menjadi keharusan. Aksesibilitas yang baik merupakan faktor utama dalam menarik minat wisatawan dan mendorong keberlanjutan destinasi wisata. Destinasi wisata yang tidak mudah dijangkau akan mengurangi potensi ekonomi dan sosial bagi masyarakat setempat. Oleh karena itu, perbaikan infrastruktur dasar seperti jalan, fasilitas umum, dan area parkir harus menjadi prioritas kebijakan pemerintah daerah. Pembangunan infrastruktur ini juga harus didukung dengan kebijakan tata ruang yang berkelanjutan agar tidak merusak lingkungan dan nilai-nilai budaya setempat (Astuti & Prabowo, 2021:239).

Selain masalah fasilitas dan infrastruktur, kurangnya promosi wisata juga menjadi tantangan signifikan. Promosi yang efektif dapat meningkatkan visibilitas destinasi di tingkat lokal maupun nasional. Dalam era digital saat ini, strategi promosi berbasis teknologi menjadi faktor penting untuk menarik wisatawan, terutama generasi muda yang lebih banyak mencari informasi melalui media sosial dan platform daring. Penelitian pada destinasi wisata Lon Malang menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial dan platform reservasi online secara signifikan meningkatkan jumlah wisatawan Muslim yang datang ke destinasi tersebut (Hakim & Rahmawati, 2022:193).

Penerapan strategi promosi yang modern perlu diiringi dengan pelibatan masyarakat lokal dalam proses pemasaran wisata. Masyarakat setempat memiliki pengetahuan kultural dan sosial yang dapat memperkaya narasi promosi wisata berbasis nilai Islam. Dengan demikian, wisata yang dikembangkan tidak hanya menjual keindahan alam, tetapi juga memperkenalkan nilai-nilai budaya dan religius masyarakat setempat (Arifin, 2023:84). Promosi yang dilakukan secara partisipatif juga dapat meningkatkan rasa memiliki terhadap destinasi wisata dan memperkuat kolaborasi antara pelaku wisata dan masyarakat.

Rekomendasi umum bagi pengembangan wisata ramah Muslim di kedua lokasi tersebut mencakup penyusunan kebijakan daerah yang jelas, dukungan anggaran pemerintah, serta pelibatan masyarakat dalam pengelolaan wisata. Pemerintah daerah perlu menyusun standar fasilitas syariah yang seragam agar pengelolaan wisata lebih terarah. Selain itu, sertifikasi halal bagi akomodasi dan kuliner di sekitar destinasi juga harus diperkuat melalui regulasi lokal (Nasution & Hasanah, 2021:66). Sertifikasi ini penting untuk memastikan kepercayaan wisatawan terhadap kualitas layanan dan keamanan produk yang mereka konsumsi selama berwisata.

Penerapan protokol standar Muslim-friendly pada akomodasi dan layanan wisata perlu dijadikan indikator utama dalam evaluasi destinasi. Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) perlu memperluas program pendampingan bagi pengelola destinasi untuk memahami dan menerapkan prinsip wisata halal sesuai panduan nasional. Selain itu, pelibatan UMKM lokal menjadi aspek penting dalam mendukung ekonomi daerah melalui penyediaan produk halal dan suvenir khas yang sesuai dengan nilai-nilai Islam (Kemenparekraf, 2021:58).

Kerja sama multipihak antara pemerintah, pengelola wisata, masyarakat, dan pelaku UMKM diharapkan dapat menciptakan ekosistem pariwisata ramah Muslim yang berkelanjutan. Dalam konteks ini, partisipasi masyarakat lokal tidak hanya sebagai penerima manfaat, tetapi juga sebagai pelaku aktif dalam menjaga kelestarian dan reputasi destinasi wisata. Penelitian di Banten menunjukkan bahwa partisipasi masyarakat dalam komunikasi publik dan sosialisasi standar halal berperan penting dalam mengurangi hambatan implementasi wisata halal (Yusuf & Rahmat, 2021:210).

Dengan adanya koordinasi yang baik antar pihak, berbagai permasalahan seperti keterbatasan fasilitas, infrastruktur yang belum memadai, serta promosi yang kurang efektif dapat diselesaikan secara bertahap. Pembangunan wisata ramah Muslim tidak hanya merupakan tanggapan terhadap kebutuhan religius wisatawan, tetapi juga bagian dari strategi pembangunan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan. Jika dikelola dengan baik, wisata ramah Muslim berpotensi besar meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal melalui penciptaan lapangan kerja, peningkatan pendapatan daerah, dan promosi budaya lokal yang sesuai dengan nilai Islam (Munandar, 2023:120).

Dengan demikian, pengembangan wisata ramah Muslim di Jawa Barat dan Jawa Timur harus diarahkan tidak hanya pada penyediaan fasilitas fisik, tetapi juga pada penguatan tata kelola, peningkatan kapasitas sumber daya manusia, serta inovasi promosi berbasis digital. Pendekatan kolaboratif dan partisipatif akan memastikan bahwa wisata yang dikembangkan benar-benar mencerminkan prinsip syariah sekaligus memberikan manfaat ekonomi dan sosial bagi masyarakat sekitar (Rohman & Fitriani, 2023:78).

4. KESIMPULAN

Pariwisata ramah Muslim merupakan konsep pariwisata yang menyediakan layanan dan fasilitas untuk memenuhi kebutuhan ibadah serta akses terhadap makanan halal bagi wisatawan Muslim. Tren ini terus meningkat seiring dengan meningkatnya kesadaran umat Muslim akan pentingnya ketersediaan sarana ibadah dan layanan halal selama melakukan perjalanan. Di Indonesia, pengembangan pariwisata ramah Muslim telah mulai diterapkan

di berbagai lokasi, seperti Desa Tanjungsari di Kabupaten Ciamis, Jawa Barat, dan Pantai Slopeng di Kabupaten Sumenep, Jawa Timur, yang memiliki potensi alam menarik serta mayoritas penduduk beragama Islam. Namun, pengembangan pariwisata ramah Muslim di kedua lokasi tersebut menghadapi sejumlah tantangan, antara lain keterbatasan aksesibilitas, kurangnya fasilitas ramah Muslim seperti tempat ibadah dan penyedia makanan halal, serta infrastruktur dan promosi yang belum optimal. Infrastruktur yang belum memadai menurunkan minat wisatawan untuk berkunjung, sedangkan promosi digital yang belum dimanfaatkan secara maksimal menyebabkan potensi wisata belum tergali sepenuhnya.

Kolaborasi antara pengelola wisata, pemerintah daerah, dan masyarakat setempat menjadi kunci dalam mengatasi berbagai permasalahan tersebut. Apabila fasilitas dan infrastruktur dapat ditingkatkan serta strategi promosi dilakukan secara efektif, maka destinasi wisata tersebut tidak hanya mampu memenuhi kebutuhan wisatawan Muslim, tetapi juga berpotensi mendorong pertumbuhan ekonomi lokal dan mengoptimalkan potensi pengembangan pariwisata ramah Muslim di Indonesia..

DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M., & Omar, N. (2019). *Halal tourism development and its impact on local economic empowerment in Southeast Asia*. *Journal of Islamic Marketing*, 10(3), 75–88. <https://doi.org/10.1108/JIMA-02-2018-0031>
- Ahmad, N., & Salleh, M. (2020). *Muslim-friendly tourism: Concept and challenges in the global tourism industry*. *Journal of Tourism and Hospitality Management*, 8(2), 112–123.
- Ahmad, R., & Suryani, N. (2020). *The rise of Muslim-friendly tourism in Indonesia: Opportunities and challenges in policy implementation*. *Journal of Tourism Development Studies*, 12(3), 155–169.
- Alam, S., & Hashim, N. (2021). *Sharia compliance in tourism: A framework for halal destination development*. *International Journal of Islamic Marketing*, 4(1), 33–48.
- Alfian, M., & Wulandari, D. (2022). *Halal tourism development in rural areas: A case study of West Java*. *Indonesian Journal of Tourism and Leisure*, 8(2), 45–58.
- Ali, M., & Fauzi, A. (2021). *The role of government and community in developing halal tourism in Indonesia*. *Tourism Research Review*, 19(2), 87–99.
- Alim, A., & Fitri, R. (2022). *Infrastructure readiness and challenges in developing Muslim-friendly tourism in Indonesia*. *Tourism and Hospitality Management Journal*, 28(2), 130–142. <https://doi.org/10.1108/THMJ-2022-0009>
- Amiruddin, M. (2021). *Public awareness and perception of halal tourism in Indonesia*. *Indonesian Journal of Tourism Studies*, 14(1), 143–156. <https://doi.org/10.24843/IJTS.2021.v14.i01.p09>
- Arifin, M. (2023). *Community participation and cultural values in promoting Muslim-friendly tourism in Java*. *Indonesian Journal of Tourism and Halal Industry*, 5(1), 77–90.
- Astuti, D., & Prabowo, A. (2021). *Infrastructure readiness and sustainable tourism development in Indonesia's halal tourism destinations*. *Journal of Sustainable Tourism Studies*, 13(2), 230–245.
- Astuti, F., & Prabowo, H. (2021). *Public policy and infrastructure in Muslim-friendly tourism in Indonesia*. *Governance and Public Management Journal*, 9(4), 233–248.
- Aziz, H., & Hassan, R. (2022). *Muslim travel behavior and destination image: The rise of halal tourism*. *Journal of Contemporary Tourism*, 13(1), 41–58.
- Badan Pusat Statistik (BPS). (2023). *Statistik pariwisata Indonesia tahun 2023*. Jakarta: Badan Pusat Statistik.

- Basri, M., & Nuraeni, S. (2023). *Public policy and sharia tourism development in Indonesia*. Southeast Asian Journal of Islamic Studies, 11(1), 22–36.
- Fajri, R., & Rachman, A. (2022). *The potential of Indonesia as a global halal tourism destination*. International Journal of Halal Studies, 3(1), 11–23. <https://doi.org/10.18510/ijhs.2022.311>
- Fauzan, M., & Widodo, D. (2020). *Halal tourism in Indonesia: Opportunities and constraints in implementation*. Journal of Islamic Economic Perspectives, 5(2), 59–71.
- Fauzi, I., & Mulyana, T. (2019). *Islamic values and rural tourism: Integrating culture and religion in local development*. Journal of Sustainable Tourism and Society, 11(2), 101–116.
- Hakim, L., & Rahmawati, D. (2022). *Challenges of implementing halal tourism in Madura Island*. Journal of Tourism and Community Development, 14(3), 189–205.
- Hassan, R., & Rahman, A. (2021). *Economic contribution of halal tourism to national growth: The Indonesian case*. Asia Pacific Journal of Tourism Research, 26(4), 41–55. <https://doi.org/10.1080/10941665.2021.1890904>
- Hendrawan, A., & Wahyudi, T. (2021). *Muslim-friendly facilities and tourist satisfaction: A study of halal destinations in Indonesia*. Journal of Islamic Tourism and Hospitality, 9(1), 121–134.
- Ismail, H., Rahmawati, L., & Aziz, R. (2021). *Determinants of Muslim tourist satisfaction in halal destinations*. Tourism Review, 76(4), 81–93. <https://doi.org/10.1108/TR-08-2020-0355>
- Junaidi, M., & Rachman, A. (2020). *The influence of halal awareness on tourist preferences in Indonesia*. Indonesian Journal of Tourism and Leisure, 1(3), 102–115.
- Kamal, S., & Aziz, N. (2023). *Revisiting halal tourism demand in Southeast Asia: Trends and challenges post-pandemic*. Current Issues in Tourism, 26(3), 105–118. <https://doi.org/10.1080/13683500.2023.2189137>
- Kemenparekraf. (2021). *Pedoman pengembangan pariwisata halal dan ramah Muslim di Indonesia*. Jakarta: Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf). (2021). *Strategi pengembangan destinasi pariwisata halal di Indonesia*. Jakarta: Kemenparekraf RI.
- Mahmudah, E. (2022). *Legal frameworks and fatwa-based governance in Islamic tourism*. Journal of Sharia and Tourism Studies, 3(1), 61–79.
- Mahmudah, F. (2023). *The economic impact of halal tourism on community welfare in Indonesia*. Journal of Economics and Sustainable Development, 14(2), 99–112. <https://doi.org/10.7176/JESD/14-2-10>
- Munandar, A. (2023). *Halal tourism as an inclusive economic development strategy in Indonesia*. International Journal of Halal Development Studies, 8(1), 115–128.
- Mustofa, R., & Lestari, D. (2022). *Halal infrastructure and Muslim-friendly facilities in Indonesian tourism industry: Challenges and opportunities*. Journal of Islamic Tourism and Management, 6(2), 100–112.
- Nasrullah, A., & Sari, R. (2020). *The impact of religious values on Muslim travel decisions: A study of Indonesian tourists*. Tourism and Religion Journal, 9(4), 98–110.
- Nasution, F., & Hasanah, U. (2021). *Halal certification and policy framework for Muslim-friendly destinations in Indonesia*. Journal of Halal Studies and Policy, 3(1), 60–75.
- Nasution, S., & Ahmad, F. (2020). *Halal lifestyle and consumer behavior among Muslim tourists*. International Journal of Halal Research, 2(1), 55–65. <https://doi.org/10.18510/ijhr.2020.212>

- Nugraha, A., & Setiawan, Y. (2020). *Community empowerment through halal tourism in Ciamis Regency*. *Journal of Rural Development and Society*, 7(4), 221–236.
- Rahman, M. (2022). *Islamic hospitality and halal tourism management in Asia: Concept and application*. *Journal of Islamic Marketing*, 13(5), 23–38. <https://doi.org/10.1108/JIMA-11-2021-0356>
- Rahman, N., Fadhilah, I., & Sari, D. (2020). *Global practices of halal tourism: Adapting sharia values in non-Muslim countries*. *Tourism Management Perspectives*, 34, 130–139. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2020.100678>
- Rahmawati, L., & Lubis, M. (2021). *Exploring the role of Muslim population and policy in shaping Indonesia's halal tourism*. *International Journal of Islamic Business and Management*, 5(2), 65–77. <https://doi.org/10.46281/ijibm.v5i2.1272>
- Rasyid, M., & Putri, L. (2022). *Halal tourism policy implementation in West Nusa Tenggara: A case study approach*. *Indonesian Journal of Policy Studies*, 12(3), 201–219.
- Rizal, D., & Syafri, M. (2020). *Determinants of Muslim tourist decision-making: The role of halal attributes and spiritual value*. *Asian Journal of Islamic Management*, 2(2), 87–97.
- Rohman, A., & Fitriani, S. (2023). *Revitalizing Muslim-friendly tourism governance in Java Island*. *Indonesian Journal of Policy and Tourism Management*, 11(1), 64–81.
- Saifuddin, M. (2019). *The dynamics of Muslim-friendly tourism and local wisdom integration*. *Journal of Islamic Tourism Studies*, 4(2), 33–50.
- Sari, D., & Yusuf, I. (2022). *Islamic tourism policy and the role of SMEs in destination management*. *Journal of Tourism Innovation*, 9(3), 173–186.
- Setiawan, D., & Ahmad, R. (2021). *Consumer perception toward halal facilities in tourism destinations*. *Journal of Islamic Management and Business*, 5(1), 45–63.
- Suharto, E. (2020). *Tourism and community-based economic growth: Indonesian perspective*. *Journal of Socioeconomic Development*, 7(2), 35–47.
- Sukardi, A., & Hasan, M. (2021). *Infrastructure and accessibility challenges in Muslim-friendly tourism villages: The case of Tanjungsari, Ciamis*. *Journal of Tourism Development*, 9(3), 140–155.
- Sukardi, T., & Hasan, R. (2021). *Infrastructure readiness and local participation in halal tourism development: Case study in East Java*. *Journal of Regional Economic Development*, 13(2), 147–162.
- Suryani, A. (2019). *Public understanding of halal tourism concept in Indonesia*. *Journal of Halal Industry and Services*, 2(1), 64–70.
- Susanto, R., & Aulia, F. (2020). *Public-private collaboration in the development of Muslim-friendly tourism destinations in Indonesia*. *Journal of Sustainable Economic and Tourism Studies*, 8(2), 125–141.
- Taufiq, M., & Nuraini, S. (2023). *Comparative study of Muslim-friendly tourism development in West Java and East Java*. *Indonesian Journal of Tourism Research*, 12(1), 90–105.
- Utami, N., & Khalid, H. (2023). *The role of DSN-MUI in regulating halal tourism practices in Indonesia*. *Journal of Islamic Law and Policy*, 6(1), 94–110.
- Widodo, P., & Fadhilah, R. (2019). *Religious compliance and Muslim tourist preferences*. *Asian Journal of Halal Studies*, 2(2), 88–104.
- Yusof, A., & Ibrahim, H. (2020). *Halal tourism ecosystem: Integrating faith-based services and destination management*. *Tourism and Hospitality Research Journal*, 10(1), 50–68.

- Yusuf, A., & Rahmat, F. (2021). *Public communication and community engagement in implementing halal tourism standards: Evidence from Banten Province*. Journal of Islamic Tourism and Society, 5(2), 200–215.
- Zulkarnain, M., & Karim, S. (2021). *The emergence of halal lifestyle and its impact on global tourism trends*. Journal of Islamic Economics and Culture, 9(3), 137–152