

Falah: Jurnal Ekonomi Syariah
(p)ISSN: 2502-3918; (e)ISSN: 2502-7825
Vol 4, No 2 (Agustus 2019), pp.194-201
DOI: <https://doi.org/10.22219/jes.v4i2.9876>

Integrasi Pariwisata Halal di Kota Malang

Mochamad Novi Rifa'i

Program Studi Ekonomi Syariah, Fakultas Agama Islam,
Universitas Muhammadiyah Malang

Email: novirifai@umm.ac.id

ABSTRACT

Malang City is one of the seven cities in Indonesia which became a pilot project for halal tourism. Therefore the aims of this study are to analyze the potential of sharia tourism in Malang City and develop the concept of integration of location and halal tourism information in Malang City. This study is a qualitative-descriptive, with the model of data analysis using Spradley's model, in which after determining the standard of halal tourism, then proceeding to inventory halal tourism destination in Malang and make the concept of integration between location and halal tourism information in Malang. The result of this study shows that; first, that halal tourism is tourism which in its presentation takes into account the factors of Madiyah (material) and Adabiyah (process) in accordance with the sharia. Halal tourism destinations in Malang including education, lodging, culinary, thematic, religious, historical and cultural tourism. Second, the integration of tourism in Malang can be done by making a memorandum of understanding between stakeholders to collaborate providing the best information and services for all tourists.

Keywords: Halal Tourism, Tourism Information, Cultural Tourism, Halal Tourism Management.

ABSTRAK

Kota Malang adalah salah satu dari tujuh kota di Indonesia yang menjadi proyek percontohan pariwisata halal. Oleh karena itu tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis potensi wisata syariah di Kota Malang dan mengembangkan konsep integrasi lokasi dan informasi wisata halal di Kota Malang. Penelitian ini adalah kualitatif-deskriptif, dengan model analisis data menggunakan model Spradley, di mana setelah menentukan standar pariwisata halal, kemudian melanjutkan inventarisasi tujuan wisata halal di Malang dan membuat konsep integrasi antara lokasi dan informasi wisata halal di Malang. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa; pertama, bahwa pariwisata halal adalah pariwisata yang dalam presentasinya memperhitungkan faktor-faktor Madiyah (materi) dan Adabiyah (proses) sesuai dengan syariah. Destinasi wisata halal di Malang termasuk pendidikan, penginapan, kuliner, tematik, agama, wisata sejarah dan budaya. Kedua, integrasi pariwisata di Malang dapat dilakukan dengan membuat nota kesepahaman antara pemangku kepentingan untuk berkolaborasi memberikan informasi dan layanan terbaik untuk semua wisatawan.

Kata Kunci: Pariwisata Halal, Informasi Pariwisata, Wisata Budaya, Manajemen Pariwisata Halal.

1. Pendahuluan

Pariwisata syariah telah diperkenalkan dalam pembahasan pertemuan OKI pada tahun 2000. Pariwisata syariah merupakan suatu permintaan pariwisata yang didasarkan pada gaya hidup muslim ketika melaksanakan liburan. Selain itu, pariwisata syariah merupakan pariwisata yang fleksibel, rasional, sederhana dan seimbang. Menurut Romli (2011) Pariwisata Syariah merupakan produk-produk kepariwisataan yang menyediakan pelayanan pariwisata berlandaskan syariah. Termasuk dalam hal konsumsi yang dilakukan (Rifai, 2018). Pariwisata ini bertujuan agar wisatawan termotivasi untuk mendapatkan kebahagiaan dan keberkahan dari Allah SWT (Munirah, 2012; Gohary & Eid, 2015).

Model Pariwisata Syariah bukanlah sekedar ziarah ke makam atau ke tempat relegi lainnya, namun sekarang telah merambah ke berbagai sektor seperti perhotelan, rumah makan atau sektor halal lainnya (Unggul, 2016). Pariwisata syariah merupakan salah satu hal penting dalam menumbuhkan kesejahteraan masyarakat. Sejumlah penelitian yang dilakukan di berbagai destinasi pariwisata

dunia secara umum mengindikasikan bahwa pariwisata merupakan sebuah industri yang memberikan manfaat positif kepada seluruh aspek perekonomian wilayah, walaupun disinyalir ada potensi negatif pada dimensi sosial budaya dan lingkungan setempat namun itu semuanya bisa diantisipasi (Sebele, 2010; Aref, 2011; Renaldy, 2013)

Dalam perspektif pembangunan perekonomian masyarakat, dunia pariwisata terbukti telah membuka kesempatan lapangan kerja tersendiri, menciptakan peluang berbagai kegiatan usaha serta memunculkan wirausahawan produktif pada industri inti dan pendukung kepariwisataan, sehingga hal tersebut dipastikan dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat (Untung, 2010; Putu, 2006; Sedarmayanti, 2014). Disinilah nampak bahwa pariwisata merupakan salah satu instrumen penggerak kegiatan ekonomi padat karya, dengan adanya obyek pariwisata, jumlah pengangguran bisa berkurang. Dalam pengembangan halal, perbankan syariah memiliki peran yang besar (Muhammad, 2019).

Berdasarkan data Utilizing the world Tourism Organization (UNWTO), menunjukkan bahwa pariwisatawan muslim mancanegara sebesar 126 miliar dolar AS mengalahkan pariwisatawan dari Jerman, Amerika Serikat dan Cina. Menurut data Global Muslim Traveler, wisatawan Muslim Indonesia termasuk dalam 10 besar negara yang gemar berpariwisata (Unggul, 2016). Maka amat disayangkan jika Indonesia yang memiliki banyak potensi pariwisata tidak dikembangkan sesuai trend pariwisata syariah atau yang biasa juga disebut dengan *halal lifestyle*. Selain juga Indonesia memiliki jumlah penduduk Muslim terbesar di dunia (Hakim, 2018)

Penelitian yang dilakukan oleh Riyanto (2011) tentang *captive market* umat Islam sangat menjanjikan dengan populasi 28 persen penduduk bumi. Jika melihat manfaat *halal lifestyle* maka dapat lebih banyak lagi, mengingat syariat bermanfaat juga bagi Non-muslim. Sedangkan menurut Yuswohady (2017), kondisi ekonomi membaik setelah reformasi, segmen Muslim menjadi target yang enak untuk menjadi sasaran pemasaran.

Disisi lain, pada tahun 2016, target wisatawan domestik dan mancanegara sebanyak 2,5 juta kunjungan, lebih banyak 500 kunjungan dari tahun sebelumnya, seiring dengan meningkatnya anggaran sebesar 12% mencapai angka 9 miliar (www.suryamalang.tribunnews.com). Jika melihat pendapatan daerah dari sektor pariwisata yang besar maka sangat relevan jika pariwisata perlu dikelola dengan serius untuk mendongkrak kunjungan khususnya pariwisata syariah. Jika merujuk pada Otonomi Daerah yang telah dimulai sejak 1 Januari 2001, maka pemerintah daerah harusnya sudah mampu menangkap aspirasi dan kebutuhan masyarakat. Potensi pariwisata syariah harusnya telah dijadikan sebagai sektor utama yang dapat menambah Pendapatan Asli Daerah (PAD), terlebih kegiatan yang bernaung dalam pariwisata syariah sudah pasti tergolong pariwisata yang melaksanakan sapta pesona (Sedarmayanti, 2014).

Data dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Malang menunjukkan adanya kenaikan pengunjung dari 2017 ke 2018, yakni pada tahun 2017 terdapat 9.535 wisata mancanegara dan 3.987.074 wisana lokal mengunjungi kota malang. Pada tahun 2017 sejumlah 11.000 wisatawan mancanegara dan 4.334.947 wisatawan lokal. Kemudian terus naik 10% yakni pada tahun 2018, wisatawan mancanegara naik menjadi 12.000 orang dan 4.885.032 wisatawan lokal (Fizriyani, 2018). Kontribusi pariwisata di Kota Malang sangatlah tinggi bahkan melampaui target, Pendapatan Asli Daerah mencatat bahwa Rp.22,1 miliar dari perhotelan, 28,4 miliar dari restoran dan 4,9 miliar dari pajak hiburan (Madiun Pos, 2016) Hal ini menjadi menarik karena pariwisata memiliki andil dalam pendapatan daerah sehingga sangat layak jika kegiatan maupun destinasi pariwisata terus dipoles dengan indah. Sebagai salah satu Kota yang memiliki potensi unggulan, Kota Malang merupakan Kota yang layak untuk dijadikan rujukan Kota pariwisata syariah. Hanya saja, belum adanya regulasi terkait halal di Kota ini (Hakim, 2019)

Walaupun hanya memiliki sedikit destinasi jika dibandingkan Kota batu dan kabupaten Malang, Kota Malang harus tetap optimis dapat pengembangan pariwisata syariah mengingat kegiatan pariwisata saat ini tidak bergantung dengan musim. Model EBT (*event based tourism*), B2B (*Buseness to buseness*) dan MICE (*Meeting, Incentives, Conferences and Exhibition/ Event*) telah menjadikan pariwisata tidak hanya pada hari libur saja, namun bisa terjadi setiap waktu, disinilah pasar yang menggiurkan bagi pelaku pariwisata syariah di Kota Malang.

Menurut Maryani dalam Agus Rai (2016), bahwa syarat dari daya tarik pariwisata itu meliputi 5 (lima) hal utama, yaitu: *what to see, what to do, what to buy, what to arrived, da where to stay*. Dari kelima syarat diatas pariwisata syariah di Kota Malang telah berinovasi dengan memetakan pariwisata tematik di tiap wilayah. Berdasarkan uraian diatas, maka diperlukan kajian penelusuran mengenai data destinasi pariwisata syariah dan pengembangan dan di Kota Malang yang implikasinya tidak hanya akan meningkatkan pertumbuhan ekonomi Kota Malang secara umum, tetapi juga dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat disekitar destinasi pariwisata syariah. Sehingga, tujuan dan fokus kajian ini adalah melihat potensi pariwisata syariah di Kota Malang dan menyusun konsep integrasi pariwisata syariah di Kota Malang.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini berusaha mengungkap fokus kajian tentang potensi pariwisata syariah di Kota Malang dan menyusun konsep integrasi pariwisata syariah di Kota Malang berdasarkan lokasi dan informasi. Dengan demikian, jenis penelitian ini adalah penelitian kualitatif, dengan menggunakan pendekatan deskriptif. Data yang digunakan adalah data primer yakni langsung turun observasi di lokasi dan data sekunder dari literature yang ada, dimana data diperoleh dari dokumentasi yang diambil dari berbagai situs instansi terkait, buku, maupun artikel yang

dipublikasikan yang berkaitan dengan masalah yang dikaji. Metode analisis yang digunakan adalah analisa deskriptif, yaitu serangkaian prosedur yang digunakan sebagai upaya pemecahan masalah yang diselidiki dengan menggambarkan/melukiskan keadaan subjek/objek pariwisata yang diteliti pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tampak atau sebagaimana adanya.

3. Objek Wisata Syariah Kota Malang

Kegiatan pariwisata sejatinya tidak bisa berdiri, semakin banyak pihak yang bekerjasama saling mengisi dan melengkapi dapat semakin baik untuk memuaskan wisatawan. Pelayanan yang *komprehensif* sehingga membuat wisatawan nyaman dan relax menikmati atraksi.

Atraksi yang bisa dinikmati di Kota Malang sangat banyak dan beragam, dengan keterbatasan wisata alam yang ada, Kota Malang telah menjadi magnet tersendiri bagi wisatawan. Mulai dari wisata pendidikan, kuliner, religi, sejarah, budaya dan mengusung wisata tematik di beberapa wilayah. Wisata pendidikan meliputi Perguruan Tinggi favorit seperti Universitas Brawijaya, Universitas Negeri Malang, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim, Universitas Muhammadiyah Malang, Universitas Islam Malang, dan berbagai macam Lembaga Pendidikan Dasar dan Menengah yang menjadi rujukan nasional seperti Madrasah di kawasan jalan bandung. Sedangkan untuk wisata kuliner juga tidak kalah serunya karena banyak legenda kuliner di Kota Malang seperti Bakso, Puthu, Aneka Olahan Telo, Burger Buto, Angsle, mie setan, keripik tempe dan banyak lagi yang lain.

Perihal wisata tematik juga menjadi atraksi menarik bagi wisatawan. Wisata tematik tersebut meliputi Kampung Sejarah Sumbersari, Padepokan Janti, Ornamen Rampal Celaket, Kampung Sanan, Kampung Tridi, Kampung Topeng, Makam Ki Ageng Gribig Madyopuro, Kampung Bambu Mewek, Kampung Warna-Warni, Kampung Biru, Kampung Kramat Kasin, Kampung Heritage Kayutangan, Kampung Lampion, Kampung Glintung Go Green (3G), Kampung Putih, Kampung Keramik Dinoyo, dan Kampung Budaya Polowijen.

4. Konsepsi Integrasi Pariwisata Syariah Kota Malang

Integrasi wisata dapat terwujud dengan peningkatan beberapa hal yaitu: (1) Pemasaran wisata, (2) Infrastruktur, (3) Sarana wisata, (4) Peningkatan sumber daya manusia (SDM), (5) Karakter dan budaya masyarakat. Kelima hal tersebut dapat semakin menarik jika mampu diramu dan diintegrasikan untuk mewujudkan perjalanan yang nyaman dan atraksi yang berkesan bagi wisatawan.

Menurut Landecker dalam David (1986), tipe integrasi dibagi dalam beberapa tipe, yaitu: (1) Integrasi budaya atau konsisten diantara standar budaya dan tingkah laku masyarakat (2) Integrasi normatif yaitu konsistensi terhadap standar budaya dan sosial (3) Integrasi komunikatif yaitu adanya intensitas hubungan komunikasi berdasarkan sistem sosial (4) Integrasi fungsional yaitu

tingkatan yang tidak terikat atau ada kebebasan diantara pelaku integrasi melakukan kegiatan masing-masing. Sedangkan menurut Wirth untuk mencapai kata mufakat di antara unit-unit yang berbeda tersebut alat komunikasi merupakan faktor utama penyebab kesepakatan (David, 1986). Mufakat utama yang sangat memungkinkan adalah semua Sumber Daya Manusia, obyek atraksi dan pemerintah tentunya menginginkan keuntungan yang signifikan. Dari titik itulah maka kebersamaan dan pemahaman untuk meningkatkan kunjungan wisata tentunya hanya bisa dilakukan dengan mengintegrasikan stakeholder yang ada.

Komunikasi yang intens harus dilakukan oleh stakeholder yang ada, untuk meramu dan menciptakan kondisi nyaman dan aman bagi wisatawan. Blueprint model pariwisata harus bisa dilahirkan dalam komunikasi tersebut, sehingga arah perkembangan pariwisata tahun mendatang bisa dilakukan tahap demi tahap dan tidak parsial semata. Contoh masalah kecil yang perlu dibicarakan oleh stakeholder, yakni pemerintah dan pelaku bisnis wisata adalah kondisi transportasi masih terbilang masih perlu pembenahan lebih mengingat volume kendaraan yang banyak sedangkan kondisi jalan tidak banyak berubah. Padahal jika ingin mencapai tujuan dari obyek pariwisata maka suatu obyek harusnya bisa memenuhi kriteria transportasi yang mudah dan nyaman.

Dalam hal pelayanan seluruh stakeholder hendaknya memperhatikan juga tentang pelayanan Islami, yakni pelayanan yang tidak hanya sebatas urusan makanan halal saja, namun hal-hal yang termasuk fasilitas yang disampaikan haruslah Islami dan terpisah antara pria dan wanita, seperti kolam renang dan gym. Aturan dalam Islam sangat meringankan pengusaha dalam setiap bisnis yang dilakukan, buktinya dalam Islam terdapat dalil usul yang menyampaikan bahwa segala bentuk perniagaan dibolehkan namun tetap dibatasi oleh aturan syariah. Selain itu, harus juga memenuhi standar syariah meliputi: (1) seluruh pelayanan harus sesuai dengan prinsip Islam. (2) Pemandu harus disiplin dalam melaksanakan prinsip Islam. (3) Jadwal kegiatan tidak boleh bertentangan dengan prinsip Islam. (4) Kondisi bangunan mendukung wisatawan melaksanakan ajaran Islam. (5) Restoran harus mengikuti standar internasional pelayanan halal. (6) Layanan sarana transportasi harus memiliki keamanan dan sistem proteksi. (7) Ketersediaan lokasi bagi semua wisatawan Muslim melakukan kegiatan keagamaan. (8) Lokasi yang dikunjungi tidak bertentangan dengan prinsip Islam (Chukakew, 2015).

Paket yang dibuat seperti, Edukasi Kota Malang, durasi yang dibutuhkan sekitar 5 (lima) hari, perjalanan menyusuri lokasi lembaga pendidikan diakhiri dengan wisata tematik menyusuri daerah-daerah tematik, sedang menginapnya di penginapan-penginapan berbasis syariah. Untuk makanan juga disuguhkan makanan yang dijamin halal.

5. Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa pariwisata syariah merupakan pariwisata yang dalam penyajiannya memperhatikan faktor *madiyah* (kebendaan) dan *adabiyah* (proses) yang sesuai dengan syariah. Daerah tujuan wisata Syariah di Kota Malang meliputi wisata pendidikan, penginapan, kuliner, wisata tematik, religi, sejarah dan budaya. Upaya integrasi pariwisata di Kota Malang dapat dilakukan dengan melakukan nota kesepahaman antar pemangku kepentingan (*stakeholder*) untuk melakukan kerjasama, sinergi dalam memberikan informasi dan pelayanan yang terbaik bagi seluruh wisatawan. Jika kesepahaman sudah tercipta, maka dapat memunculkan produk yang bagus dalam bentuk paket wisata dengan rute yang akan mempermudah wisatawan mengunjungi dan menjelajahi Kota Malang.

Daftar Pustaka

- Aref, Fariborz. 2011. "The Effects of Tourism on Quality of Life: A Case Study of Shiraz, Iran". *Life Science Journal*, 8(2).
- Chookaew, S., Chanin, O., Charatarawat, J., Sriprasert, P., & Nimpaya, S. 2015. Increasing Halal Tourism Potential at Andaman Gulf in. *Journal of Economics, Business and Management*, III(7).
- Dony Andrasgoro, Sigit Santosa, Danang Endarto. 2015. *Pengembangan Potensi Pariwisata Pendidikan Geografi Dengan Analisis Kurikulum Geografi SMA Untuk Meningkatkan Daya Tarik Pariwisata Di Kabupaten Karanganyar Tahun 2013*. *Jurnal GeoEco*. 1(2)
- Depdikbud, 1998. *Kamus Besar Bahasa Indonesia*, Jakarta: Balai Pustaka.
- David L. Silis (Ed), 1986. *Internasional Encyclopedia of Social Sciences*, Vol 7. New York: the Macmillan Company & the Free Press.
- Gusti, I Bagus Rai Utama. 2012. *Pengembangan Wisata Kota sebagai pariwisata masa depan Indonesia*. Seminar SPACE-1 Perkotaan Universitas Hindu Indonesia.
- _____. 2017. *Pemasaran Pariwisata*. Yogyakarta. ANDI.
- Hakim, Rahmad. "Quo Vadis Industri Halal". *Opini Harian Republika*, 17 Desember 2018.
- _____. "Menanti Regulasi Pariwisata Halal". *Opini Harian Malangpost*, 26 Juni 2019.
- Herlinda, Fauzul dan Nindya Sari, 2013. *Jurnal Tata Kota dan Daerah*. 5(1).
- Lestari, Asiah, Sunarti & Endriana, *Analisis Pengembangan Promosi dalam upaya menarik kunjungan wisatawan*. *Jurnal Administrasi Bisnis (JAB)*. 40(1).
- Muhammad, Fadli. 2019. Patterns of Islamic Banks Financing to Increase the Number of Halal Tourism and the Local Generated Income (PAD) Growth In Indonesia. *Falah: Jurnal Ekonomi Syariah*, 4(1), 10-20
- Munirah, L., & Ismail, H. N. 2012. Muslim Tourists' Typologi in Malaysia: Perspectives and Challenges. *Proceedings of the Tourism and Hospitality International Conference*. Malaysia. Department of Urban and Regional Planning, Faculty of Built Environment.

- Novi Rifa'i, Mochamad. *Promosi Makanan Halal di Kota Taipei Taiwan*. Falah: Jurnal Ekonomi Syariah. 3(1), Februari 2018.
- Putu, Gegel, I. 2006. *Industry Pariwisata Indonesia: Dalam Globalisasi Perdagangan Jasa GATS WTO*. Bandung. Rafika Aditama.
- Priyadi, Unggul. 2016. *Pariwisata Syariah, Prospek dan Perkembangan*. Yogyakarta. UPP STIM YKPN.
- Sofyan, Riyanto. 2011. *Bisnis Syariah, Mengapa Tidak?*. Jakarta. Gramedia Pustaka Utama.
- Sabele, L. S. 2010. "Community-based tourism ventures, benefits and challenges: Khama Rhino Sanctuary Trust, Central District, Botswana", *Tourism Management*, 3(1).
- Sahida, W., Rahman, S. A., Awang, K., & Man, Y. C. 2011. The Implementation of Shariah Compliance Concept Hotel: De Palma. *2nd International Conference on Humanities, Historica and Social Sciences*.17, 138-142. Singapore. IACSIT Press.
- Sedarmayanti, 2014. *Membangun dan Mengembangkan Kebudayaan dan Industri Pariwisata Bunga Rampai Tulisan Pariwisata*. Bandung. Refika Aditama.
- Wiwin Purnomowari & Ismini. 2014. *Jurnal JIBEKA*. 8(1), Februari 2014
- Yuswohady. 2017. *Generasi M: Generation Muslim*. Yogyakarta. Benteng Perkasa.
- Youti. Oka A. 2005. *Perencanaan Strategis Pemasaran Daerah Tujuan Wisata*. Jakarta. PT. Pradnya Paramita.
- _____. "Kota Malang Sadar Tak Punya Pariwisata Alam". Diakses 5 Mei 2015. <https://www.suryamalang.tribunnews.com>,
- _____. "Pendapatan Asli Daerah Kota Malang Melampaui Target". Diakses 5 Mei 2016. <https://www.Madiunpos.com>,
- Badan Pusat Statistik. "Berita Resmi Statistik, BPS Propinsi Jawa Timur". No.81/12/35/Th.XIII, 1 Desember 2015.
- Fizriyani, Wilda. 2018. *Okupasi Hotel di Malang mencapai 60%*. *Republika*, diakses 14 Agustus 2018. <https://www.republika.co.id/berita/nasional/daerah/18/12/17/pjvmlx370-okupansi-hotel-di-Malang-capai-60-persen>