

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Indonesia adalah negara dengan potensi wisata yang sangat beragam baik dalam keindahan alam, suku, maupun bangsa. Oleh karena itu, perlu adanya perluasan industri pariwisata, sebab pariwisata ialah suatu jenis industri yang menarik dan berpotensi untuk dikembangkan sebagai sumber pendapatan negara serta dapat dijadikan modal pembangunan kepariwisataan untuk peningkatan kemakmuran. Pengembangan terhadap potensi di bidang pariwisata telah berlangsung bukan hanya di Indonesia, melainkan juga banyak negara lain. Adapun bauran kepariwisataan salah satunya seperti destinasi pariwisata atau suatu kawasan geografis yang diantaranya adalah suatu negara, wilayah, pulau, kabupaten atau kota, desa, kecamatan, ataupun wilayah pariwisata yang mana dalam wilayah tersebut memiliki berbagai daya tarik, seperti aksesibilitas, sumber daya manusia, fasilitas, dan juga atraksi wisata dalam tujuan untuk dapat dikunjungi ataupun ditinggali oleh individu maupun kelompok dengan jangka waktu yang sebentar atau temporal pada suatu perjalanan yang dinamakan migrasi wilayah (Tuohino & Konu, 2014).

Dengan semakin berkembangnya *trend* dalam lingkup pariwisata saat ini, destinasi pariwisata juga ikut berkembang salah satunya dengan menyediakan pariwisata berbasis syariah atau yang biasa disebut pariwisata halal atau halal *tourism*. Menurut Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) destinasi pariwisata halal merupakan suatu tujuan wisata dengan fasilitas halal yang sudah lengkap, ramah wisatawan muslim (*moeslim friendly tourism*). Fasilitas halal yang dimaksud seperti mudah ditemukannya masjid, penginapan berupa hotel atau *homestay* yang memiliki arah kiblat, restoran yang tentunya memiliki nilai-nilai dan norma islam yang terkandung di dalamnya namun tetap bersifat *universal*. Selain itu, kelebihan sektor ini adalah pariwisata halal memberikan ketenangan yang lebih terhadap pelaku wisata baik yang beragama islam ataupun yang bukan beragama islam lantaran dianggap dapat menambah rasa nyaman dan aman terlebih wisatawan yang datang bersama keluarga (Yahya, 2016).

Berdasarkan laporan *Mastercard-CrescentRating Global Muslim Travel Index* (GMTI) tahun 2021 telah meningkat, namun pada tahun 2020 tidak terdapat laporan akibat dari pandemi corona-virus-19. *CrescentRating* merupakan sebuah badan yang mengeluarkan sertifikat halal internasional, berdasarkan penilai tersebut nantinya akan

menentukan apakah fasilitas bagi *traveler* termasuk halal atau tidak. Laporan tersebut dimulai dari tahun 2011 yang bernama *CrescentRating Annual Ranking* dan kemudian berubah menjadi *Mastercard-CrescentRating Global Muslim Travel Index* (GMTI) pada tahun 2015 hingga 2021 seperti gambar dibawah ini:



Gambar 4. 1 Mastercard-CrescentRating Global Muslim Travel Index (GMTI) pada tahun 2015 hingga 2021

Sumber : Mastercard-CrescentRating Global Muslim Index 2021

Menurut GMTI 2019 Indonesia menempati peringkat pertama bersama dengan Malaysia dengan skor 78. Pada tahun 2021 Malaysia tetap mempertahankan peringkat tersebut sedangkan Indonesia mengalami penurunan menjadi peringkat keempat disusul oleh Turki dan Saudi Arabia yang tertera padagambar 1.2. Hal tersebut memicu Indonesia untuk melakukan penerapan strategi untuk lebih meningkatkan jumlah wisatawan asing yang mengunjungi Indonesia melalui pariwisata halal. Adapun strategi yang ditempuh oleh Pemerintah Indonesia yang ditetapkan melalui Kementerian Pariwisata RI adalah kebijakan Halal *Tourism* atau Pariwisata Halal yakni dengan membangun sebuah destinasi *branding* wisata sebagai bentuk prioritas pembangunan pariwisata halal yang salah satunya di Provinsi Nusa Tenggara Barat.

Untuk lebih meningkatkan jumlah wisatawan asing yang mengunjungi Indonesia melalui pariwisata halal. Adapun strategi yang ditempuh oleh Pemerintah Indonesia yang ditetapkan melalui Kementerian Pariwisata RI adalah kebijakan Halal *Tourism* atau Pariwisata Halal yakni dengan membangun sebuah *branding* wisata sebagai bentuk prioritas pembangunan pariwisata halal yang salah satunya di provinsi Nusa Tenggara Barat.

GMTI 2021 Rank	Change vs 2019		GMTI 2021 Score
1	0	Malaysia	80
2	1	Turkey	77
3	1	Saudi Arabia	76
4	-3	Indonesia	73
5	0	United Arab Emirates	72
6	0	Qatar	69
6	0	Singapore	69
8	0	Bahrain	68
8	4	Iran	68
8	0	Oman	68
11	1	Jordan	67
12	-2	Brunei	66
12	2	Egypt	66
12	3	Kuwait	66
12	-5	Morocco	66
16	0	Pakistan	65
16	6	Uzbekistan	65
18	1	Algeria	62
18	-2	Tunisia	62
20	-1	Lebanon	61
20	2	Maldives	61

Gambar 1. 1 Data Peringkat Malaysia Dan Indonesia Pada Tahun 2021

Sumber : Mastercard-CrescentRating Global Muslim Index 2021

Pariwisata halal yang dimiliki Nusa Tenggara Barat berdasarkan Perda Provinsi NTB No. 2 Tahun 2016, terkait upaya pembangunan wisata halal menjadi istimewa karena secara khusus telah diatur dalam tiga poin destinasi yang berkaitan dengan fasilitas, destinasi pariwisata halal yang mencakup baik wisata alam maupun wisata budaya. Adapun terkait pelaksanaan penyelenggaraan pariwisata, kebijakan khusus memerhatikan fasilitas umum kepariwisataan halal yang mana terdapat beberapa destinasi wisata yang dapat menjadi catatan, diantaranya: Masjid Kuno Karang Bayan, Masjid Islamic Center, Desa Sade, Gili Nanggu, Gili Kedis, Gili Sudak, Benang Kelambu, dan Sesaot (Subarkah et al, 2020).

Menurut Nursatri (2014) bahwa NTB, khususnya Lombok berada pada garis terdepan dalam kategori wisata Syariah, sebagaimana diketahui telah memiliki julukan “Pulau Serib Masjid”, Lombok tentunya mempunyai masyarakat yang kehidupan sehari-harinya beraktivitas sekaligus mengisi kegiatan untuk wisata Syaria itu sendiri.

Dalam penelitian ini, peneliti memilih Lombok sebagai tempat untuk melakukan penelitian karena tahun 2015 Dinas Pariwisata Provinsi NTB memutuskan untuk

memasuki pasar wisata halal sebagai bentuk diferensiasi Lombok dengan daerah lain. Selain itu, pada November 2015, Lombok juga menyabet beberapa penghargaan dalam *World Halal Tourism Award 2016*, meliputi *World's Best Halal Beach Resort*, *World's Best Halal Honeymoon Destination*, dan *World's Best Halal Tourism Website*. Penghargaan tersebut implikasi kelengkapan fasilitas di Lombok, seperti 60 restoran bersertifikat halal, 8.456 masjid, dan 60 hotel bersertifikat halal, 25 situs heritage Islam, 98 dari 161 *moslem friendly attraction*, 7 *islamic event*, dan 11 paket tur wisata halal. Kementerian Pariwisata RI sangat mengapresiasi pencapaian ini dan pada 2016 di bentuklah Tim Khusus Percepatan Pengembangan Pariwisata Halal Indonesia yang menetapkan 10 provinsi untuk dikembangkan menjadi destinasi wisata halal dengan 3 teratas untuk keberhasilan pengembangan diantaranya adalah Lombok Nusa Tenggara Barat. (Data Kementerian Pariwisata RI, Agustus 2017). Adapun data peringkat dari beberapa provinsi berdasarkan “Indonesia Muslim Travel Index (IMTI) tahun 2019 sebagai berikut :

DESTINATION	IMTI 2018 SCORE	IMTI 2018 RANK	IMTI 2019 SCORE	IMTI 2019 RANK	CHANGE
Lombok (West Nusa Tenggara)	58	1	70	1	+12
Aceh	57	2	66	2	+9
Riau & Riau Islands	50	7	63	3	+13
Jakarta	56	3	59	4	+3
West Sumatera	55	4	59	5	+4
West Java	51	6	52	6	+1
Yogyakarta	51	5	52	7	+1
Central Java	47	9	49	8	+2
East Java (Malang Area)	48	8	49	9	+1
South Sulawesi (Makassar & Surroundings)	30	10	33	10	+3

Lombok menjadi salah satu destinasi wisata ramah muslim di Indonesia. Sebelumnya, Lombok pernah menduduki peringkat pertama wisata halal di Indonesia versi “Indonesia Muslim Travel Index” (IMTI) 2019. Lombok telah membuktikan dirinya sebagai salah satu tujuan paling lengkap bagi wisatawan Muslim di Indonesia dalam hal berbagai kriteria yang dianalisis. Dengan demikian dikategorikan sebagai *Leader region* di Indonesia. Aceh mempertahankan posisinya di peringkat kedua sedangkan Riau & Kepulauan Riau berhasil mengungguli Jakarta dan menempati peringkat ketiga.

Berkaitan dengan destinasi pariwisata halal yang tengah menjadi sorotan, di NTB sendiri tepatnya di Kota Mataram terdapat sebuah Masjid yang menjadi “ikon” Kota Mataram yaitu Masjid Raya Habbul Wathan atau yang sering dikenal dengan Islamic

Center yang direncanakan dan dibangun dalam rangka dijadikan pusat kajian islam (Pemprov NTB, 2016). Selain sebagai pusat kajian islam, Islamic Center juga dimaksud menjadi bagian dari Destinasi Wisata yang mengedepankan kegiatan wisata religi dan edukasi yang mana turut serta sebagai bagian Kawasan Strategis Pariwisata Daerah (KSPD) bagi wilayah Kota Mataram dan sekitarnya (Bappeda NTB, 2013).

Menurut penelitian yang dilakukan oleh Taufan Hidjaz yang kemudian dibukukan dengan judul *Lombok, Negeri Beribu Mesjid*, dari 518 desa yang ada di Pulau Lombok, terdapat sekitar 8.456 masjid dan yang terbesar dari segi arsitektur adalah Masjid Raya Habbul Wathan atau Islamic Center dengan lahan seluas 8 hektar. Adapun Keberadaan Islamic Center menjadi semacam induk atau naungan lebih dari 8,456 masjid di Pulau Lombok, oleh karena itu peneliti tertarik untuk menjadikan Islamic Center sebagai objek dalam penelitian ini. Adapun dalam mendapatkan informasi terkait Islamic Center, peneliti melakukan wawancara yang dilakukan oleh bapak Sabarudin.S.Sn selaku Kepala Seksi Peningkatan Daya Tarik “bahwa Islamic Center sendiri baru ditetapkan sebagai pariwisata pada bulan Februari tahun 2020 yang menjadi salah satu UPTD (Unit Pelaksana Teknis Dinas) Destinasi Wisata Unggulan yang sesuai dengan keinginan Gubernur untuk menjadikan Islamic Center sebagai salah satu destinasi wisata unggulan diantara yang lainnya. Sebelum ditetapkan sebagai wisata unggulan di bulan Februari tahun 2020, Islamic Center dikelola sebagai aset Daerah oleh BPKAD (Badan Pengelolaan Keuangan dan Aset Daerah) Nusa Tenggara Barat.”

Islamic Center mempunyai luas 7,6 hektar dilengkapi dengan menara yang memiliki ketinggian 99 meter yang disesuaikan dengan 99 isi Asma’ul Husna atau nama-nama Allah. Dari banyaknya masjid yang terdapat di Kota Mataram, dapat dikatan Islamic Center adalah masjid yang paling megah dan besar dengan fungsi dan kegunaan seperti shalat lima waktu, kajian agama, pengadaan *event*, sebagai pasar seni, dan tentunya sebagai tempat wisata religi yang terbuka secara umum yang artinya menerima wisatawan domestik ataupun mancanegara (Effendi, 2016 : Kompasiana, diakses 2 Desember 2021)

Selain itu terdapat program wisata halal yang sedang dikembangkan oleh Dinas Pariwisata Provinsi yang tujuan utamanya adalah Islamic Center karena objek utama yang disajikan adalah Masjid, sesuai dengan slogan Lombok yaitu “Pulau Seribu Masjid” ditambah banyaknya wisatawan asing atau lokal yang melihat Islamic Center sebagai Masjid terbesar dengan bentuk bangunan yang unik dan arsitektur Timur Tengah yang tidak ditemukan di tempat lain menjadikan banyak wisatawan yang ingin datang berkunjung. Oleh karena itu, pada penelitian ini, penulis tertarik untuk meneliti bagaimana

peran Dinas Pariwisata Provisnis dalam upaya menjadikan Islamic Center sebagai sebuah destinasi pariwisata khususnya pariwisata halal karena pemaparan latar belakang di atas.

“Namun bersamaan dengan kendala-kendala yang dihadapi seperti Covid-19 dan gempa Lombok tentunya hingga saat ini Islamic Center masih dalam proses pembenahan dan pengembanagan dari segala sisi” menurut Pak Sabarudin. Lanjutnya “sebagai Kepala Seksi Peningkatan Daya Tarik, Pak Sabarudin lebih terfokus kepada destinasi wisata Islamic Center sendiri sebagai tempat berkunjung wisatawan dengan tujuan yang berbeda.

Sebagai salah satu faktor pendukung dalam segi akses, Islamic Center juga bekerja sama dengan beberapa agen travel dan juga angkasa pura dengan tujuan agar penumpang dari luar daerah dapat melihat bangunan Islamic Center terutama menara 99 sebagai ikon Nusa Tenggara Barat dari atas pesawat yang akhirnya dapat menjadi daya pikat untuk datang berkunjung ke Islamic Center. Untuk rencana selanjutnya ada beberapa hotel yang ada di Lombok dan juga membuat kalender *event* yang akan dilakukan di Islamic Center seperti panggung pertunjukkan untuk akses kebudayaan dan sebagainya.”

“Untuk tahun 2022 saat ini Islamic Center juga sudah mulai aktif dan mengalami perubahan yang cukup pesat menurut Pak Sabarudin, seperti bertambahnya kegiatan-kegiatan yang diselenggarakan terutama pada saat bulan Ramadhan. Namun berbeda dengan tahun-tahun sebelumnya yang hanya tadarus dan bazar saja, tahun ini bisa dikatakan paling sukses dan berhasil dengan *thema* acara yang masih sama yaitu “Pesona Khasanah Ramadhan” dengan rangkaian kegiatan yang semakin banyak seperti Tartil Qur’an, lomba kreasi remaja islam, *top ten* pondok pesantren, lagu-lagu islami, pertunjukkan kesenian, tadarus dari setiap Kabupaten dan sebagainya.”

Maka dari itu, melekatnya Halal *Tourism* atau pariwisata halal di Pulau Lombok telah dijadikan daya tarik berbagai wisatawan khususnya pada Islamic Center. Sesuai dengan penelitian ini yang menggunakan konsep strategi *destination branding* menjadi pendukung berdasarkan hasil penelitian mengenai solusi atas penemuan masalahnya. Strategi sendiri terkait pencapaian kepuasan mengenai tindakan yang hendak dilangsungkan guna meraih tujuannya dimungkinkan untuk menjadi representasi terkait beberapa tahapan yang harus ditempuh untuk mencapai Strategi *Destination Branding* Islamic Center Sebagai Pariwisata Halal di Nusa Tenggara Barat, konsep strategi menjadi hal yang penting ditelaah untuk dikaji agar pariwisata menemukan strategi yang jitu dan menarik untuk meraih tujuannya. Adapun definisi dari *Destination Branding* adalah strategi untuk memasarkan potensi dari suatu daerah (Situmorang, 2008: 83).

Dalam penelitian ini, *destination branding* diperlukan oleh Islamic Center dalam rangka

melakukan pengembangan atas pembangunan pariwisata di Nusa Tenggara Barat khususnya di Kota Mataram yang mana *image* dari daerahnya turut menjadi bagian *destination branding*.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Indah Nur Safira terkait “Strategi *Destination Branding* Wisata Pedestrian *Face Off* Jl. Hos Cokroaminoto oleh Pemerintah Kabupaten Ponorogo” mengatakan bahwa upaya *destination branding* yang dilakukan menggunakan teori dari Morgan & Pritchard terdapat lima proses yang dianggap berhasil dalam strategi *destination branding*, tahap pertama menemukan dan mengembangkan berbagai langkah dan strategi apa saja yang dapat dilakukan serta dapat dikembangkan sebagai sebuah destinasi, tahap kedua membangun identitas merek melalui ciri khas Ponorogo yang menjadi daya tarik yang kemudian dioptimalkan oleh Pemerintah, tahap ketiga memperkenalkan produk kepada masyarakat melalui berbagai media yang ada, tahap keempat implementasi *brand* melalui simbol, slogan Ponorogo Hebat, dan tahap kelima yaitu monitoring dan evaluasi yang dilaksanakan oleh Pemerintah setempat.

Penelitian yang dilakukan oleh Indah Nur Safitri juga memperlihatkan bahwa upaya *destination branding* tidak hanya sebagai tanggung jawab Pemerintah Daerah Namun juga kontribusi masyarakat setempat dan masih banyak proses yang harus dilakukan oleh Pemerintah Daerah namun Kabupaten Ponorogo agar wisata Pedestrian *Face Off* Hos Cokroaminoto dapat dikenal oleh wisatawan nusantara hingga mancanegara.

Penelitian lain juga yang dilakukan oleh Nidya Waras Sayekti mengatakan bahwa tahun 2015 telah terjadi peningkatan terhadap pertumbuhan industri pariwisata halal di Indonesia. Hal ini selaras dengan peningkatan peringkat Negara berdestinasi halal terbaik yang diraih oleh Indonesia setiap tahunnya, yang pada awalnya hanya posisi keenam (2015) sampai dapat berada di posisi pertama (2019) berdasarkan *Global Muslim Travel Index* (GMTI).

Berdasarkan latar belakang serta keberhasilan Nusa Tenggara Barat dalam mempromosikan pariwisata halal hingga ke ranah Internasional, maka pada penelitian ini difokuskan pada strategi *destination branding* yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Provinsi dalam menjadikan Islamic Center sebagai sebuah destinasi pariwisata khususnya pariwisata halal atau halal *tourism* yang berjudul “**Strategi *Destination Branding* Islamic Center Sebagai Pariwisata Halal di Nusa Tenggara Barat Oleh Dinas Pariwisata Provinsi Nusa Tenggara Barat**”.

1.2 Fokus Penelitian

Dari pemaparan latar belakang tersebut, penelitian ini akan berfokus terhadap

bagaimana strategi *destination branding* Dinas Pariwisata Provinsi Nusa Tenggara Barat dalam menjadikan Islamic Center sebagai destinasi pariwisata halal

1.3 Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah berdasarkan latar belakang ialah bagaimana strategi *destination branding* oleh Dinas Pariwisata Provinsi dalam menjadikan Islamic Center sebagai destinasi pariwisata halal di Nusa Tenggara Barat?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dalam penelitian ini yaitu mengetahui bagaimana strategi *destination branding* Islamic Center sebagai destinasi pariwisata halal di Nusa Tenggara Barat oleh Dinas Pariwisata Provinsi Nusa Tenggara Barat.

1.5 Kegunaan Penelitian

1.5.1 Kegunaan Teoritis

- 1) Bagi mahasiswa, yang tertarik dengan kajian strategi mengenai *destination branding*, dapat menjadikan penelitian ini sebagai tambahan bahan referensi dan pertimbangan dalam memahami berbagai strategi dari sebuah *destination branding* pariwisata halal.
- 2) Bagi pihak lain yang meneliti bidang serupa, dapat menjadikan penelitian ini sebagai tambahan bahan referensi bagi penelitiannya melalui penggunaan pendekatan kualitatif deskriptif.

1.5.2 Manfaat Praktis

- 1) Bagi Dinas Pariwisata Provinsi Nusa Tenggara Barat, dapat menjadikan penelitian ini sebagai tambahan sebagai bahan evaluasi dan saran untuk pengembangan pariwisata halal yang ada di Nusa Tenggara Barat.
- 2) Bagi masyarakat ataupun pelaku usaha pada bidang pariwisata khususnya pariwisata halal, penelitian ini bisa bermanfaat menjadi representasi strategi dari *destination branding* pariwisata halal.

1.6 Waktu dan Periode Penelitian

Penelitian ini mulai dilakukan di Lombok, Nusa Tenggara Barat pada bulan November 2021. Dalam melakukan proses penelitian, peneliti melakukan penelitian terkait strategi *destination branding* Islamic Center yang dilakukan di kantor Islamic Center yaitu UPTD Pengelola Wisata Unggulan. Proses penelitian ini dilakukan selama 6 bulan dari Januari 2022

sampai dengan Juli 2022.

1.7 Sistematika Penulisan Tugas Akhir

Sistematika penulisan tugas akhir ini adalah sebagai berikut :

1.7.1 BAB I PENDAHULUAN

Bab ini merupakan gambaran umum, ringkas, dan akurat tentang substansi penelitian. Berikut ini adalah beberapa topik yang dibahas dalam bab ini : Gambaran Penelitian, Latar Belakang, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Fokus Penelitian, Manfaat Penelitian, dan Sistematika Penulisan Tugas Akhir.

1.7.2 BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisi teori-teori dari umum ke khusus, disertai dengan penelitian sebelumnya dan diikuti dengan kerangka penelitian yang diakhiri dengan hipotesis jika diperlukan.

1.7.3 BAB III METODE PENELITIAN

Pendekatan, metode, dan aktifitas yang digunakan untuk mengumpulkan dan menganalisis temuan yang menjawab masalah penelitian dijelaskan dalam bab ini dengan metode kualitatif dengan cara memahami objek yang diteliti menurut perspektif peneliti. Metode ini bertujuan untuk memahami dan menafsirkan makna dari suatu fakta , gejala atau realita dalam situasi tertentu. Peristiwa tersebut kemudian ditelusuri tidak hanya pada pandangan permukaannya saja, tapi secara mendalam. kemudian diidentifikasi dengan teori yang sesuai. Setelah itu, pemahaman pada satu atau lebihnya masalah atau fenomena akhirnya bisa dikembangkan..

1.7.4 BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian dan pembahasan diuraikan secara sistematis sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian serta disajikan dalam sub judul tersendiri. Bab ini berisi dua bagian: bagian pertama menyajikan hasil penelitian dan bagian kedua menyajikan pembahasan atau analisis hasil penelitian. Setiap aspek pembahasan harus diawali dengan hasil analisis data, kemudian diinterpretasikan dan dilanjutkan dengan penarikan kesimpulan. Dalam pembahasan sebaiknya dibandingkan dengan penelitian-penelitian sebelumnya atau landasan teori yang relevan.

1.7.5 BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan merupakan jawaban dari pertanyaan penelitian, kemudian menjadi saran terkait dengan manfaat penelitian.