



Merangkai Kepingan **Potensi** **Wisata Madura**

Mohtar Rasyid | Ambariyanto | Titov Chuk's Mayvani
Yufita Listiana | Sumarto | Ris Yuwono Y. Nugroho
M. Reza Adiyanto | Anita Kristina | Alvin S. Prasetyo |
Ahmad Kamil | Andri Wijanarko | Alifah Rokhmah Idialis
Bondan Satriawan | Selamat Joko Utomo | Crisanty S.T.
Herry Yulistiyono | Bambang S.P. | Nurul Imamah
Widita Kurniasari | Zakik



Merangkai Kepingan Potensi Wisata Madura

UU No 28 tahun 2014 tentang Hak Cipta

Fungsi dan sifat hak cipta Pasal 4

Hak Cipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 3 huruf a merupakan hak eksklusif yang terdiri atas hak moral dan hak ekonomi.

Pembatasan Pelindungan Pasal 26

Ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 23, Pasal 24, dan Pasal 25 tidak berlaku terhadap:

- i. Penggunaan kutipan singkat Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait untuk pelaporan peristiwa aktual yang ditujukan hanya untuk keperluan penyediaan informasi aktual;
- ii. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk kepentingan penelitian ilmu pengetahuan;
- iii. Penggandaan Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait hanya untuk keperluan pengajaran, kecuali pertunjukan dan Fonogram yang telah dilakukan Pengumuman sebagai bahan ajar; dan
- iv. Penggunaan untuk kepentingan pendidikan dan pengembangan ilmu pengetahuan yang memungkinkan suatu Ciptaan dan/atau produk Hak Terkait dapat digunakan tanpa izin Pelaku Pertunjukan, Produser Fonogram, atau Lembaga Penyiaran.

Sanksi Pelanggaran Pasal 113

1. Setiap Orang yang dengan tanpa hak melakukan pelanggaran hak ekonomi sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf i untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 1 (satu) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp100.000.000 (seratus juta rupiah).
2. Setiap Orang yang dengan tanpa hak dan/atau tanpa izin Pencipta atau pemegang Hak Cipta melakukan pelanggaran hak ekonomi Pencipta sebagaimana dimaksud dalam Pasal 9 ayat (1) huruf c, huruf d, huruf f, dan/atau huruf h untuk Penggunaan Secara Komersial dipidana dengan pidana penjara paling lama 3 (tiga) tahun dan/atau pidana denda paling banyak Rp500.000.000,00 (lima ratus juta rupiah).

Merangkai Kepingan Potensi Wisata Madura

Mohtar Rasyid | Ambariyanto | Titov Chuk's Mayvani
Yufita Listiana | Sumarto | Ris Yuwono Y. Nugroho
M. Reza Adiyanto | Anita Kristina | Alvin S. Prasetyo |
Ahmad Kamil | Andri Wijanarko | Alifah Rokhmah Idialis
Bondan Satriawan | Selamat Joko Utomo | Crisanty S.T.
Herry Yulistiyono | Bambang S.P. | Nurul Imamah
Widita Kurniasari | Zakik



Cerdas, Bahagia, Mulia, Lintas Generasi.

MERANGKAI KEPINGAN POTENSI WISATA MADURA

Mohtar Rasyid ... [et al.]

Desain Cover :
Rulie Gunadi

Sumber :
www.shutterstock.com

Tata Letak :
Titis Yuliyanti

Proofreader :
Aditya Timor Eldian

Ukuran :
xii, 106 hlm, Uk: 17.5x25 cm

ISBN :
978-623-02-5763-6

Cetakan Pertama :
Desember 2022

Hak Cipta 2022, Pada Penulis

Isi diluar tanggung jawab percetakan

Copyright © 2022 by Deepublish Publisher
All Right Reserved

Hak cipta dilindungi undang-undang.
Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau
memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini
tanpa izin tertulis dari Penerbit.

PENERBIT DEEPUBLISH
(Grup Penerbitan CV BUDI UTAMA)

Anggota IKAPI (076/DIY/2012)

Jl.Rajawali, G. Elang 6, No 3, Drono, Sardonoharjo, Ngaglik, Sleman

Jl.Kaliurang Km.9,3 – Yogyakarta 55581

Telp/Faks: (0274) 4533427

Website: www.deepublish.co.id

www.penerbitdeepublish.com

E-mail: cs@deepublish.co.id

Sambutan

Sektor Pertanian, Perikanan, dan Pariwisata merupakan tiga sektor prioritas utama untuk dikembangkan menjadi tiga sektor lokomotif pertumbuhan ekonomi Indonesia periode pemerintahan 2019-2024. Pemilihan sektor pariwisata sebagai lokomotif pertumbuhan ekonomi Indonesia karena sektor pariwisata merupakan *mother industry* atau sektor yang sering sekali menjadi ujung tombak yang berfungsi sebagai country branding untuk suatu negara atau daerah. Jika sektor pariwisata di suatu negara atau daerah sukses, maka akan menarik sektor lainnya untuk berkembang. Sehingga tidak diragukan lagi jika sektor pariwisata bisa menjadi sektor pendorong percepatan pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat.

Indonesia merupakan negara yang mempunyai potensi yang sangat besar untuk mengembangkan sektor pariwisata. Indonesia mempunyai luas wilayah yang besar dan mempunyai destinasi wisata yang sangat beragam, mulai dari keindahan alam, atraksi budaya, sampai kuliner. Bahkan Indonesia punya banyak sekali destinasi wisata kelas dunia yang patut kita banggakan. Namun apakah Indonesia sudah menjadi destinasi favorit bagi para wisatawan mancanegara ketika berkunjung ke Asia Tenggara? Dari angka kunjungan wisatawan mancanegara, ternyata Indonesia masih ketinggalan dibandingkan negara-negara tetangga. Negara Indonesia dengan potensi wisata yang begitu besar dan destinasi wisata yang sangat beragam dibandingkan dengan negara-negara di ASEAN hanya menempati urutan kelima dalam jumlah kunjungan wisata asing. Dalam hal jumlah kunjungan wisata asing Indonesia masih tertinggal dibandingkan dengan Negara Thailand, Malaysia, Vietnam, dan Singapura.

Fakta tersebut menunjukkan bahwa Indonesia masih kalah strategi dalam menarik wisatawan asing dibanding dengan negara-negara tetangga, karena dari sisi potensi destinasi wisata Indonesia tidak kalah dibanding negara-negara tersebut. Dalam upaya menangkap potensi pasar wisata dunia, pemerintah saat ini mulai fokus pada pengembangan sektor

pariwisata termasuk juga sektor pariwisata halal. Saat ini Pemerintah Indonesia menetapkan 13 (tiga belas) provinsi yang dipersiapkan untuk menjadi destinasi wisata syariah, yakni Nusa Tenggara Barat (NTB), Nangroe Aceh Darussalam, Sumatera Barat, Riau, Lampung, Banten, DKI Jakarta, Jawa Barat, Jawa Tengah, Yogyakarta, Jawa Timur, Sulawesi Selatan, dan Bali. Sampai saat ini Provinsi Jawa Timur belum mempunyai daerah yang di branding secara khusus untuk menjadi tujuan wisata halal Jawa Timur. Madura termasuk wilayah Provinsi Jawa Timur yang paling potensial untuk menjadi destinasi wisata syariah Indonesia. Hal ini disebabkan karena di mata nasional Madura merupakan wilayah yang identik dengan karakteristik keislamannya.

Berdasarkan karakteristik sosial masyarakat, budaya dan sumber daya alam seharusnya Madura termasuk wilayah Provinsi Jawa Timur yang paling potensial untuk menjadi destinasi wisata halal Indonesia. Hal ini disebabkan karena di mata masyarakat nasional Madura merupakan wilayah yang identik dengan karakteristik keislamannya. Namun karakteristik atau identitas Madura sebagai wilayah yang Islami atau bahkan mempunyai julukan “Serambi Madina” belum dioptimalkan untuk menjadi kawasan atau klaster pengembangan wisata halal nasional. Dalam upaya pengembangan wisata Madura tidak hanya sekadar menggali potensi wisata Madura yang bisa dikembangkan menjadi destinasi wisata, namun juga perlu melakukan literasi pariwisata bagi masyarakat Madura.

Pentingnya literasi pariwisata, berangkat dari sebuah kajian empirik bahwa Pariwisata merupakan salah satu produk sosial-budaya yang memberikan peran bagi pembangunan suatu daerah dan masyarakatnya. Produk wisata, dalam perkembangannya semakin mengalami perluasan sektoral, diantaranya pengelolaan lingkungan, alam, budaya, serta kearifan lokal tiap-tiap daerah. Oleh karenanya, kepuasan wisatawan dalam berwisata kini tidak hanya didasarkan pada kelengkapan fasilitas dan keindahan alamnya saja, melainkan juga keleluasaan interaksi dengan masyarakat lokal. Banyak daerah yang dikenal sebagai destinasi pariwisata, tetapi masih belum diiringi dengan kesiapan masyarakat sekitarnya. Akibatnya, potensi wisata yang berada di sekitar daerah tersebut tidak terkelola dengan baik, kurang profesionalnya pengelolaan pariwisata, serta adanya potensi eksploitasi berlebihan terhadap sektor pariwisata itu sendiri. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, buku ini mencoba menginisiasi berbagai upaya pemberdayaan masyarakat dengan

menanamkan tujuan dan nilai kepariwisataan Madura melalui penyadaran pentingnya peran semua pihak dalam pengembangan potensi pariwisata Madura. Hal ini dilakukan agar masyarakat Madura secara mandiri dapat mengembangkan daerahnya sebagai bagian dari destinasi pariwisata di Indonesia.

Buku ini mencoba *Merangkai Kepingan Potensi Wisata Madura* sebagai bentuk literasi bagi semua *stakeholder* pariwisata di Pulau Madura. Buku ini selain memaparkan potensi pariwisata Madura, juga merupakan kumpulan hasil studi empirik mulai dari pemahaman konsep pariwisata, peran pariwisata Madura terhadap UMKM dan ekonomi rakyat, bagaimana strategi membangkitkan kembali pariwisata Madura pasca Covid 19, serta beberapa strategi pengembangan pariwisata berbasis potensi dan kelembagaan lokal. Buku ini sangat relevan untuk dua kelompok pembaca sekaligus, yaitu para akademisi dan praktisi atau *stakeholder* pariwisata. Karena setiap konsep dipaparkan disertai juga aplikasi dan model-model analisis yang bisa digunakan untuk menerangkan isi dan kegunaannya. Dengan demikian para praktisi diharapkan dapat menangkap makna yang terkandung dalam setiap hasil penelitian yang dibahas dan mampu mengaplikasikannya dalam menghadapi kasus atau isu yang sama di daerahnya.

Akhir kata semoga buku ini memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu dan pariwisata, khususnya pariwisata Madura dalam upaya menggali potensi pariwisata di seluruh Indonesia yang begitu besar, sehingga sector pariwisata mampu memberikan kontribusi yang lebih besar terhadap pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat.

Bangkalan, September 2022
Dr. Sutikno, S.E., M.E.

Pengantar

Puji syukur alhamdulillah telah terbit buku *Merangkai Kepingan Potensi Wisata Madura*. Potensi wisata di Madura menjadi salah satu topik isu yang menarik untuk selalu didiskusikan. Hal ini menjadi tanggungjawab kami (dosen) di perguruan tinggi yang ada di Madura. Eksplorasi atas keberadaan potensi Madura masih menjadi Pekerjaan Rumah yang tidak pernah selesai. Dengan kata lain, pemikiran konseptual atas persoalan-persoalan pariwisata ini akan menjadi salah satu upaya kami (dosen) untuk berkontribusi dalam penyusunan kebijakan pariwisata.

Buku ini menyajikan pemikiran-pemikiran konseptual atas isu pariwisata di Madura, dengan berbagai sudut pandang dan paradigma berpikir yang berbeda-beda. Sejumlah topik dibahas dalam buku ini, diantaranya rekonstruksi konsep wisata halal, dampak pandemi Covid pada pariwisata, digitalisasi pariwisata, hingga isu kebijakan pariwisata di Madura. Buku ini bisa dikatakan sebagai buku referensi bagi pengamat kepariwisataan, akademisi pariwisata, hingga pengambil kebijakan pariwisata.

Tanpa dukungan dari beberapa pihak, buku ini tidak mungkin dapat dirampungkan. Perkenankan penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah memberikan kesempatan dan mendukung terbitnya buku ini, meskipun tidak dapat disebutkan satu per satu.

Semoga terbitnya buku ini dapat bermanfaat sebagai pengayaan wacana dan penguatan wawasan terkait potensi wisata Madura khususnya, dan wisata di Indonesia lainnya. Kami sangat mengharapkan masukan dan saran perbaikan. Semoga di masa yang akan datang, akan lahir kontributor penulis lainnya yang bergabung dalam proyek kolaborasi penulisan buku.

Bangkalan, September 2022

Penulis

Daftar Isi

Sambutan	v
Pengantar	viii
Daftar Isi	ix
Rekonstruksi Konsep Wisata Halal Madura	1
<i>Ambariyanto & Titov Chuk's Mayyani</i>	
Konsep Pariwisata Halal.....	1
Diskursus Wisata Halal	5
Pariwisata Halal di Madura: Perspektif Emik.....	9
Me(re)konstruksi Konsep Halal di Madura	10
Daftar Pustaka	13
Dukungan Industri Kecil untuk Pariwisata	16
<i>Yufita Listiana & Sumarto</i>	
Peran Sektor Pariwisata	16
Pengembangan Ekonomi Lokal	18
Dampak Ekonomi Pariwisata	19
Peran Industri	20
Strategi Industri & Sumber Daya Lokal	21
Daftar Pustaka	23
Wisata Pesisir Desa Tajungan-Kamal	25
<i>Ris Yuwono Y. Nugroho & M. Reza Adiyanto</i>	
Sekilas Tentang Bangkalan	25
Perencanaan Pariwisata	28
Dampak Pengembangan Pariwisata	29
Riset Pariwisata Bangkalan.....	30
Daftar Pustaka	32
Pemulihan Sektor Pariwisata Madura	34
<i>Mohtar Rasyid & Anita Kristina</i>	
Dampak Pandemi Covid-19	34

Pariwisata Madura Masa Pandemi.....	35
Pandemi dan Ekonomi	37
Pandemi dan Pariwisata	39
Daftar Pustaka	41
Digitalisasi Sektor Pariwisata Pesisir	43
<i>Alvin S. Prasetyo & Ahmad Kamil</i>	
Globalisasi Ekonomi	43
Digitalisasi UMKM.....	44
Konsep Ekonomi.....	45
Teori Schumpeter	47
Daftar Pustaka	49
<i>Reinventing Government dalam Pariwisata</i>	50
<i>Andri Wijanarko & Alifah Rokhmah Idialis</i>	
Sektor Pariwisata Madura.....	50
Teori Pariwisata	51
Reinventing Government.....	52
<i>Reinventing Government</i> dan Pariwisata	53
Daftar Pustaka	57
Pariwisata Alam Berbasis Komunitas	61
<i>Anita Kristina & Mohtar Rasyid</i>	
Komunitas Wisata.....	61
Wisata Alam Bangkalan	62
Pariwisata Berbasis Komunitas	64
Ketahanan Pariwisata.....	66
Daftar Pustaka	70
Ekowisata Pulau Gili Iyang	71
<i>Bondan Satriawan, Selamat Joko Utomo & Crisanty S.T.</i>	
Sepintas Gili Iyang	71
Ekowisata Sumenep	73
Tindakan Kolektif	74
Pengembangan Desa Wisata.....	76
Konsep Ekowisata.....	77
Daftar Pustaka	80

Peran BUMDES untuk Desa Wisata	82
<i>Herry Yulistiyono, Bambang S.P. & Nurul Imamah</i>	
Potensi Desa	82
Konsep Desa Wisata	85
Pemberdayaan Masyarakat	86
Daftar Pustaka	89
Kebijakan Sektor Pariwisata	91
<i>Widita Kurniasari & Zakik</i>	
Tren Pariwisata	91
Wisata Madura	93
Pariwisata Syariah.....	95
Modal Spiritual Islam	96
Jaminan Produk Halal.....	98
Daftar Pustaka	100
Profil Penulis	102

Rekonstruksi Konsep Wisata Halal Madura

Ambariyanto & Titov Chuk's Mayvani

Konsep Pariwisata Halal

Konsep pariwisata halal menjadi topik yang sangat menarik untuk dikaji, hal ini disebabkan oleh besarnya pangsa pasar pariwisata halal dengan menarik wisatawan Muslim, khususnya wisatawan asal Timur Tengah. Peluang besar industri pariwisata halal sebagai salah satu sektor yang sangat potensial dalam pariwisata, terkait banyaknya jumlah umat Muslim di seluruh dunia dan keinginan mereka untuk berwisata (Bozorgaghdeh & Beegam, 2015), juga kepatuhan umat Muslim terhadap agamanya (Akyol & Kilinc, 2014). Indonesia merupakan salah satu Negara yang mempunyai potensi wisata halal yang mendapatkan penilaian cukup bagus terkait dengan industri wisata halal. Berdasarkan pemeringkatan yang dilakukan oleh Global Muslim *Travel Index* (GMTI), Indonesia menduduki peringkat kedua setelah Malaysia pada tahun 2022. Dari data yang dirilis oleh State of the Global Islamic Report, pada tahun 2019 Indonesia menempati peringkat ke-4 dalam Top 10 Muslim-Friendly *Travel* (State of Global Islamic Economy Report 2019). Dari sisi permintaan, terdapat potensi yang sangat besar terhadap pariwisata halal, mengingat Indonesia adalah Negara dengan populasi penduduk muslim terbesar di dunia. Potensi yang besar ini merupakan implikasi dari banyaknya jumlah penduduk muslim di Indonesia mencapai 87.2% dari seluruh penduduk Indonesia dengan jumlah populasi 229 juta jiwa beragama Islam. Indonesia menyumbang 12,7% populasi muslim di dunia (World Population Review, 2020). Dengan jumlah populasi muslim yang besar ini seharusnya berdampak positif terhadap permintaan produk halal,

termasuk permintaan terhadap pariwisata halal. Selain itu, pertumbuhan populasi muslim yang relatif cepat, pertumbuhan *middle-class income* penduduk muslim yang juga cukup besar, banyaknya populasi muslim yang masih muda dan gemar melakukan *travelling*, akses informasi pariwisata yang berkembang pesat, fasilitas dan layanan yang ramah dan memuaskan, adanya Ramadhan *travel* yang menarik minat wisatawan, dan bisnis *travel* yang semakin berkembang dan cepat tanggap terhadap kebutuhan wisatawan menjadikan industri pariwisata halal di Indonesia menjadi sector yang sangat menjanjikan (Subarkah, 2018).

Dari sisi penawaran, Indonesia merupakan negara yang memiliki keragaman budaya serta kaya akan sejarah dan tradisi-tradisi keagamaan. Selain itu, indahnya panorama alam di Indonesia serta masyarakatnya yang ramah menjadi daya tarik Indonesia dalam bidang pariwisata. Bila dikaitkan dengan wisata halal, potensi yang dimiliki Indonesia sangat besar. Ada banyak objek wisata yang bisa dikunjungi oleh halal *traveller*, diantaranya masjid, keraton, makam, benda-benda pusaka, hingga kuliner halal (Jaelani, 2017). Kondisi ini menunjukkan bahwa Indonesia merupakan salah satu pemain utama wisata halal dunia yang memiliki potensi besar untuk mengembangkan industri pariwisata halal. Maka, sudah semestinya Indonesia mulai mengembangkan industri pariwisata halal agar bisa membangun perekonomian secara maksimal. Dalam lingkup yang lebih kecil, perkembangan wisata di Madura juga mengalami peningkatan yang sangat signifikan, dengan bertambahnya jumlah pengunjung dan destinasi-destinasi wisata baru. Selain munculnya destinasi-destinasi baru, ada upaya revitalisasi destinasi wisata di Madura yang sudah eksis sebelumnya.

Perkembangan industri pariwisata tersebut mendorong pengembangan industri pariwisata halal yang menjadi suatu ikon baru, yang akan mendorong mata rantai aktivitas ekonomi bergerak lebih besar lagi, sehingga bisa meningkatkan pertumbuhan ekonomi, mengatasi pengangguran dan mengurangi kemiskinan secara signifikan. Meskipun demikian, pembangunan industri wisata halal tidak hanya menyangkut aspek ekonomi, tetapi juga berkaitan dengan aspek lain, seperti aspek budaya, social, ekonomi dan politik. Keterkaitan dari berbagai aspek tersebut berdampak terhadap keberadaan pariwisata halal secara religiusitas agama dan juga social budaya masih menjadi perdebatan, baik dari sisi konsep dan juga teknis implementasi (Scheherazade, 2010). Perdebatan tentang pariwisata halal menjadi semakin kompleks bagi

sebagian umat muslim sebagai konsumen terbesar pariwisata halal, karena praktik pariwisata halal yang saat ini terjadi masih dianggap belum sepenuhnya halal (El-Gohary, 2016). Hal itu disebabkan oleh destinasi wisata yang ditawarkan gagal memenuhi persyaratan untuk patuh dengan syariah islam dan atau konsep halal (*shariah compliant*).

Dengan potensi pariwisata halal yang dimiliki oleh Indonesia, maka pemerintah mencanangkan bahwa Indonesia bisa dan harus menjadi kiblat industri halal dunia, dan memiliki peran strategis dalam kerangka pembangunan ekonomi kesejahteraan masyarakat. Sebagai tindak lanjut untuk menguatkan industri pariwisata halal di Indonesia, pemerintah melalui Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif telah mengeluarkan beberapa kebijakan. Salah satu kebijakan pemerintah tersebut yaitu dengan mengembangkan sepuluh destinasi wisata ramah muslim di Indonesia, yaitu Aceh, Sumatera Barat, Riau dan Kepulauan Riau, DKI Jakarta, Jawa Barat, Jawa Tengah, Yogyakarta, Jawa Timur, Nusa Tenggara Barat, serta Sulawesi Selatan (Katadata, 2020). Perencanaan pengembangan wisata halal diterjemahkan dengan kebijakan yang bersifat teknis, antara lain dalam bentuk layanan dan produk di hotel-hotel serta restoran. Layanan hotel dan restoran harus sesuai dengan standar halal yang sudah diterapkan. Standardisasinya menyeluruh mulai dari produksi, preparasi, penanganan, penyimpanan dan sertifikasi (Fischer, 2016).

Penerapan halal bagi hotel yang menerapkan konsep halal cenderung berbeda-beda antar satu hotel dengan hotel yang lainnya. Sebagian dari hotel halal berarti tidak menyajikan alkohol dan makanan berbahan dasar babi, memberi tahu waktu sholat, yang menerapkan konsep halal memiliki petunjuk arah kiblat, serta perlengkapan sholat seperti sajadah (Bozorgaghdeh & Beegam, 2015). Di samping itu, ada sebagian hotel di Turki yang menawarkan kolam renang dan fasilitas rekreasi lain yang memisahkan laki-laki dan perempuan. Bentuk produk dan layanan ini tidak akan pernah sama di setiap negara, karena definisi wisata halal tidak mutlak dan bervariasi berdasarkan bentuk keyakinan dan motif global (Jafari & Scott, 2014). Konsekuensi logis dari perbedaan pemaknaan terhadap konsep dan akhirnya juga berdampak terhadap perbedaan standarisasi dan aktivitas dalam kerangka implementasi pariwisata halal.

Beberapa ilmuwan tertarik dengan permasalahan konsep serta praktik yang belum baku tentang pariwisata halal tersebut, yaitu dimulai

dari yang sangat dasar dengan mengkonstruksi ulang apa itu tren wisata halal (Samori, Salleh, Khalid, 2016) karena terminologi wisata halal itu sendiri masih menjadi polemik. Battour & Ismail (2015) melihat terjadi kebingungan dalam penggunaan kata yang tidak baku, ada yang menyebutnya wisata halal, wisata Islam, wisata religi, wisata syariah, wisata ramah muslim, dan istilah lain lagi sehingga dibutuhkan standarisasi yang pasti. Pada tataran konsep, pariwisata halal mengacu pada konsep dan standar yang rumuskan oleh lembaga Standar Global Muslim *Travel Index*, Indonesia Muslim *Travel Index*, Dewan Syariah Nasional tentang pedoman Penyelenggaraan Pariwisata Syariah, dan Standar Kementerian Pariwisata. Masing-masing lembaga tersebut merumuskan kriteria yang berbeda sebagai acuan penilaian terhadap praktik wisata halal di masyarakat. Dari kondisi tersebut tentunya diperlukan rumusan konsep pariwisata halal yang jelas serta adaptif.

Pada sisi lain, secara praktikal implementasi wisata halal juga meninggalkan celah permasalahan. Permasalahan tersebut antara tantangan-tantangan yang dihadapi industri dalam memberikan pelayanan wisata halal yang tepat (Sriprasert dkk, 2014). Tujuan pengembangan pariwisata halal yang terlalu fokus untuk meraup wisatawan Muslim sebanyak-banyaknya untuk menghasilkan keuntungan secara ekonomi juga menyisakan permasalahan yang berbeda. Pengabaian terhadap ceruk pasar wisatawan konvensional dengan kebutuhan yang tidak halal akan menjadi boomerang bagi industri pariwisata secara umum. Saad dkk (2016) menemukan bahwa penerapan wisata halal justru merupakan ancaman bagi sebuah hotel. Terkait ketegasan konsep syariah, hotel-hotel konvensional justru terancam mengalami degradasi klasifikasi karena fasilitas untuk wisatawan konvensional ditiadakan. Wisata halal juga tidak berdampak terhadap hunian hotel, sehingga tidak menguntungkan secara ekonomis. Produk dan layanan halal diposisikan sebagai nilai tambah, bukan sesuatu yang diunggulkan (Laras dan Gunawijaya, 2017). Dari sisi produk, pariwisata halal memiliki karakteristik yang berbeda dan memerlukan biaya yang lebih tinggi sehingga konsumen memiliki harapan yang besar agar kebutuhannya terpuaskan (Duman, 2011). Artinya, pengembangan wisata halal membutuhkan biaya ekstra yang tentunya memerlukan dukungan dan strategi tersendiri dari kalangan industri. Meskipun demikian, Al-Gohari (2016) dengan menggunakan studi literatur dan perhitungan keuntungan yang futuristik, bahwa hotel yang menjalankan konsep halal

akan meraup keuntungan yang banyak. Hotel yang mengabaikan kebutuhan Muslim justru dapat berakibat fatal. Dari permasalahan-permasalahan tersebut diketahui juga bahwa tantangan lain dalam wisata halal adalah soal implementasi.

Sementara itu, tantangan lain yang dihadapi oleh industri halal di Indonesia adalah kurangnya halal *awareness* pada masyarakat Indonesia. Ada banyak masyarakat Indonesia yang menganggap bahwa semua produk di pasar adalah produk halal (fathoni dan Syahputri, 2020). Halal *awareness* memiliki keterkaitan dengan religiusitas dan pengetahuan mengenai konsep halal. Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Nusran, dkk, 2018), religiusitas memiliki pengaruh yang lebih besar terhadap perilaku konsumsi produk halal dibanding pengetahuan terhadap suatu produk halal. Ada juga penelitian yang dilakukan oleh (Kurniawati dan Savitri, 2019) yang menyatakan bahwa halal *awareness* dipengaruhi oleh tingkat keyakinan agama, alasan kesehatan, label/logo halal, dan tingkat eksposur yang baik. Selain itu, berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh (Yasid, dkk, 2016), halal *awareness* dipengaruhi oleh kepercayaan agama, identitas diri dan paparan media.

Penerapan industri pariwisata halal masih menyisakan permasalahan dari perbedaan sisi konsep, implementasi dan juga persepsi yang berbeda yang berdampak terhadap kesadaran masyarakat tentang pariwisata. Perbedaan konsep, tindakan atau persepsi tentang pariwisata halal baik sebagai individu atau bagian dari kelompok dipengaruhi oleh budaya atau subkultur di mana mereka tinggal dan bergerak (Draper, 2015). Sensitivitas terhadap nilai dan budaya local juga akan berdampak terhadap implementasi kebijakan. Kebijakan tidak lagi harus bersifat *top-down*, tapi harus juga akomodatif dan adaptif terhadap kondisi local. Sehingga tujuan yang ingin dicapai bisa lebih berhasil tanpa adanya benturan nilai dan kepentingan. Oleh sebab itu kajian ilmiah dengan pendekatan nilai dan budaya (etnografi) yang hidup di masyarakat untuk menjelaskan fenomena-fenomena yang lebih detail diperlukan untuk merumuskan konsep dan wisata halal yang responsive terhadap nilai-nilai masyarakat local.

Diskursus Wisata Halal

Penafsiran terkait pariwisata yang di lakukan oleh negara-negara Muslim cenderung berdasarkan apa yang termuat dalam beberapa ayat Al-quran, seperti yang termuat dalam Q.S Al-Hajj ayat (46), Al-Imran

(137), Al-An'Am (11) dan masih banyak lagi ayat dalam Al-Quran yang berbicara terkait pariwisata. Dari beberapa ayat di atas terdapat frasa yang menjurus pada makna pariwisata adalah sebagai berikut:

- a. Hijja melibatkan perjalanan dan ziarah ke Mekah. Perjalanan ini merupakan persyaratan untuk setiap Muslim dewasa yang sehat. Setidaknya sekali dalam seumur hidup untuk menunaikan ibadah haji.
- b. Zejara mengacu pada kunjungan ke tempat-tempat suci lainnya.
- c. Rihla adalah perjalanan untuk alasan lain, seperti pendidikan dan perdagangan (Hidayah, 2016)

Pariwisata membahas tentang perjalanan manusia dari habitat aslinya menuju industri yang mengakomodir segala kebutuhannya (Jafari & Scott 2014), sementara halal dan haram adalah suatu hukum Islam yang didasari oleh ajaran Al-Qur'an serta Sunnah untuk mengatur setiap aspek kehidupan umat Muslim (Islam & Chandrasekaran, 2013). Bagi umat Muslim, apa yang tertulis di kitab suci Qur'an merupakan pedoman hidup, termasuk tentang konsep halal itu sendiri. Kehidupan material dengan spiritual haruslah seimbang di mata mereka, sehingga agama masih dianggap sebagai elemen budaya vital yang berdampak pada tingkah laku dan nilai-nilai dalam suatu kelompok, termasuk pada saat mereka berwisata. Oleh sebab itu, saat melakukan perjalanan maka umat Muslim masih akan menjalankan ibadah, termasuk menerapkan konsep-konsep halal yang selama ini dipegangnya. Al-Qaradhawi (2013) menjelaskan definisi halal sebagai segala sesuatu yang dibolehkan, dengan syarat tidak ada hukum larangan yang dilanggar, yang Allah memberi telah izin atasnya.

Terdapat diskursus antara penyebutan "pariwisata Islami" dan "pariwisata Halal" di dalam studi Islam dalam pariwisata. Sebagai contoh, Jafari dan Scott mendefinisikan pariwisata Islami sebagai upaya dalam meyakinkan wisatawan bahwa mereka dapat melakukan perjalanan sesuai dengan ketentuan hukum syariah (Jafari & Scott, 2014). Definisi tersebut berfokus pada upaya pemenuhan hukum Islam dan segala persyaratannya, namun mengesampingkan aspek agama dan dimensi lainnya. Sementara Carboni dkk. (2014) mendefinisikan pariwisata Halal sebagai "pariwisata yang sesuai dengan Islam, yang melibatkan orang-orang yang menganut agama Islam yang ingin menjaga kebiasaan religiusnya selama melakukan perjalanan". Definisi ini tidak

mempertimbangkan hukum Islam, target konsumen, dan lokasi, namun mengesampingkan aspek produk dan jasa. Dalam hal ini, pariwisata Islami dijelaskan tidak hanya ditujukan untuk tujuan religi semata, dan tidak pula dikhususkan kepada negara-negara Muslim.

Dalam definisi pariwisata Halal, WTM menjelaskannya sebagai jenis pariwisata religi yang tunduk pada ajaran-ajaran Islam, termasuk di dalamnya tingkah-laku, cara berpakaian, kesopanan, dan makanan (WTM, 2022). Lebih lanjut, Henderson menyatakan bahwa pariwisata berbasis nilai-nilai Islam hanya ditujukan kepada wisatawan yang tertarik untuk mendapatkan pengalaman menikmati “kebudayaan Islam” (Henderson, 2015). Ryan (2015) menjelaskan perbedaan antara pariwisata Islami dan pariwisata halal dapat dilihat dari tujuan aktivitasnya. Melalui argumen bahwa penggunaan kata Islami berarti segala sesuatu yang dilakukan dengan tujuan untuk berbakti kepada Tuhan dan mengharapkan imbalan berupa pahala, maka penggunaan kata Halal lebih tepat untuk digunakan dalam istilah pariwisata karena kegiatan pariwisata Halal tidak semata dilatarbelakangi oleh motif ibadah.

Pada tataran implementasi pariwisata syariah terdapat beberapa konsep dan kriteria penilaian terhadap suatu industri syariah. Berdasarkan fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia Nomor 108/DSN-MUI/X/2016, prinsip umum penyelenggaraan pariwisata syariah disyaratkan bahwa bagi pihak penyelenggara wisata wajib terhindar dari kemusyrikan, kemaksiatan, kemafsadatan, tabdzir/israf, dan kemunkaran; serta menciptakan kemaslahatan dan kemanfaatan baik secara material maupun spiritual. Prinsip penyelenggaraan yang terkait dengan hotel adalah: a. Hotel tersebut tidak boleh menyediakan fasilitas akses pornografi dan tindakan asusila; b. tidak boleh menyediakan fasilitas hiburan yang mengarah pada kemusyrikan, maksiat, pornografi dan/atau tindak asusila; c. makanan dan minuman yang disediakan hotel syariah wajib telah mendapat sertifikat halal dari MUI; d. menyediakan fasilitas, peralatan dan sarana yang memadai untuk pelaksanaan ibadah, termasuk fasilitas bersuci; e. pengelola dan karyawan/karyawati hotel wajib mengenakan pakaian yang sesuai dengan syariah; f. hotel syariah wajib memiliki pedoman dan/atau panduan mengenai prosedur pelayanan hotel guna menjamin terselenggaranya pelayanan hotel yang sesuai dengan prinsip syariah. Sedangkan yang terkait dengan destinasi wisata, prinsip yang harus dipayahi adalah: destinasi wisata syariah wajib memiliki fasilitas ibadah yang layak pakai, mudah dijangkau dan

memenuhi persyaratan syariah; makanan dan minuman halal yang terjamin kehalalannya dengan Sertifikat Halal MUI. Selain itu, destinasi wisata wajib terhindar dari kemusyrikan dan khurafat; maksiat, zina, pornografi, pornoaksi, minuman keras, narkoba dan judi; pertunjukan seni dan budaya serta atraksi yang bertentangan prinsip-prinsip syariah.

Selain lembaga DSN MUI yang merilis standar halal, lembaga lain seperti Crescent Rating-yang mengeluarkan *World Muslim Travel Index*-mensyaratkan bahwa pariwisata halal harus menyediakan; a. makanan halal; b. fasilitas salat c. kamar mandi dengan air untuk wudhu; pelayanan saat bulan Ramadhan; pencantuman label non halal (jika ada makanan yang tidak halal); fasilitas rekreasi yang privat (tidak bercampur baur secara bebas). Lembaga tingkat dunia lainnya yang mengeluarkan konsep standar halal adalah *Global Muslim Travel Index (GMTI)*. Lembaga GMTI merumuskan prinsip pariwisata halal sebagai berikut, yaitu: a. destinasi ramah keluarga; b. layanan dan fasilitas di destinasi yang ramah muslim; c. kesadaran halal dan pemasaran destinasi; d. keamanan umum bagi wisatawan muslim; e. jumlah kedatangan wisatawan muslim yang cukup ramai; f. pilihan makanan dan jaminan halalnya; g. akses ibadah yang mudah dan baik; h. fasilitas di bandara yang ramah muslim' i. opsi akomodasi yang memadai; j. kemudahan komunikasi; l. jangkauan dan kesadaran kebutuhan wisatawan muslim; dan m. konektivitas transportasi udara.

Konsep pariwisata halal di Madura juga bisa dimaknai dalam paradigma emik, sebagai suatu keinginan bersama para *stakeholders* untuk saling menguatkan. Sebagai sebuah program, pariwisata halal memfasilitasi aspirasi para *stakeholders* untuk saling *sharing* modal dan bersifat adaptif terhadap berbagai model pariwisata di tengah kemajuan informasi dan teknologi, dan beragam intervensi dengan keyakinan bahwa Madura masih memiliki kekuatan internal yaitu tradisi dan adat-istiadat yang dijiwai oleh agama Islam. Di sisi lain, Madura masih identik dengan kehidupan sosio kultural Islam, sehingga pengelolaan wisata membutuhkan kreativitas yang tinggi, sehingga budaya luhur Madura akan menjiwai setiap aktivitas usaha dan penting untuk diversifikasi, dilestarikan dan dijunjung tinggi. Pelaku pariwisata harus berperan bersama-sama pemerintah menggali potensi budaya dan mengkreasi-kreasikannya menjadi produk berkualitas disertai strategi pengelolaan yang agresif. Untuk itu diperlukan master plan pembangunan wisata ala yang komprehensif yang menjadi acuan bagi seluruh *stakeholder*

pariwisata dan masyarakat. Adanya master plan tersebut diharapkan tercipta sinergitas antara konsep pariwisata halal yang ditetapkan menjadi regulasi pemerintah dengan pengembangan pariwisata halal di Madura.

Pada aras masyarakat local dan pelaku wisata di Madura, konsep wisata halal masih bersifat ambigu. Masyarakat Madura masih memaknai konsep pariwisata halal identik dengan makanan bukan pariwisata. Sebagian masyarakat yang lain memaknai pariwisata sebagai kegiatan bersenang-senang yang cenderung tidak punya korelasi dengan aturan halal. Perbedaan dan perdebatan yang terjadi ada masyarakat perlu mendapatkan perhatian serius, sehingga implementasi pariwisata halal adaptif dengan kondisi sosio kultural masyarakat local, dalam hal ini Madura.

Pariwisata Halal di Madura: Perspektif Emik

Dalam perspektif emik, pariwisata halal bagi masyarakat Madura lebih identik dengan makanan dan minuman. Sertifikasi halal dianggap bukan sebagai suatu kebutuhan, karena dalam keseharian kehidupan masyarakat, mereka meyakini bahwa apa yang mereka konsumsi adalah suatu hal yang halal dan sudah menjadi suatu keharusan untuk konsumsi sesuatu yang halal. Dalam konteks ini bisa dikatakan bahwa tingkat kesadaran masyarakat terhadap suatu hal yang halal adalah suatu keharusan. Pengaruh budaya dan tradisi yang banyak dijiwai oleh nilai-nilai Islam, menjadikan suatu hal yang halal adalah suatu kebiasaan yang dianggap *common* bagi masyarakat Madura. Selain itu, penilaian standar halal –sertifikasi halal– dengan prosedur yang sulit dan biaya yang mahal juga menjadi suatu alasan tersendiri bagi masyarakat untuk tidak menjadikan sertifikasi halal sebagai suatu standar penilaian halal kehidupan keseharian masyarakat, termasuk dalam hal pariwisata halal.

Meskipun di sisi yang lain secara etik, sertifikasi halal adalah suatu instrumen penting dalam penilaian pariwisata halal-tidak hanya terbatas pada makanan dan minuman tapi juga terhadap hotel dan akomodasi serta yang lainnya-, tapi secara praktik meskipun tidak menggunakan label makanan halal, wisata kuliner di Madura hanya menyediakan makanan dan minuman yang diyakini halal. Di samping itu, ada beberapa hotel dan penginapan yang beroperasi di Madura meskipun tidak menggunakan label hotel syariah, tapi sudah menerapkan prinsip-prinsip syariah dalam manajemen dan operasionalnya. Hotel atau penginapan yang menjalankan prinsip syariah tersebut biasanya tidak menyediakan

minuman yang mengandung alcohol, tidak menyediakan makanan haram, tidak boleh membawa pasangan bukan muhrim, tidak menyediakan bar dan karaoke, serta menyediakan fasilitas ibadah seperti sajadah, mukena dan juga penanda kiblat di setiap kamar. Para pengusaha hotel mulai melihat prospek yang bisa didapatkan dari pasar wisatawan Muslim dengan menawarkan jasa dan layanan yang ramah muslim dan sesuai dengan nilai-nilai agama Islam, termasuk di dalamnya menyediakan makanan halal, jasa pelayanan khusus bulan Ramadhan, privasi, dan kamar mandi yang menyediakan kran/saluran air wudhu. Pelatihan-pelatihan dan sosialisasi juga dilakukan kepada para pekerja hotel untuk dapat mengetahui dan menghormati nilai-nilai yang dimiliki oleh tamu pengunjung Muslim. Kesadaran dan penerapan prinsip-prinsip syariah tersebut, tentunya merupakan awal yang bagus bagi pengembangan pariwisata halal di Madura.

Dalam perspektif emik tokoh masyarakat Madura, dalam hal ini kiai dan ulama yang memimpin pondok pesantren atau lembaga pendidikan Islam -yang menjadi panutan dalam kehidupan bermasyarakat Madura-memandang pariwisata halal sebagai suatu tantangan dan juga peluang. Pariwisata halal dipersepsikan sebagai suatu kesempatan bagi wisatawan Muslim untuk tetap bisa melaksanakan kewajibannya ketika sedang berwisata. Label wisata halal juga bisa menjadi panduan atau keharusan bagi pelaku wisata untuk menjalankan prinsip-prinsip syariah dalam kegiatan industri wisata. Tapi di sisi lain, konsep pariwisata halal memunculkan sikap skeptisme bahwa konsep halal tersebut terjebak pada formalitas belaka. Pada tataran implementasi, konsep pariwisata halal akan direpotkan dengan hal-hal yang bersifat administrative. Tapi secara umum, tokoh masyarakat Madura menganggap konsep pariwisata halal merupakan suatu potensi besar yang bisa membangun perekonomian Madura tanpa meninggalkan nilai lokalitas Madura yang kental dengan ajaran agama Islam.

Me(re)konstruksi Konsep Halal di Madura

Pariwisata halal merupakan cabang dari produk industri pariwisata dengan layanan yang lebih inklusif berupa tambahan fasilitas untuk mengakomodasi kebutuhan wisatawan Muslim. Fasilitas-fasilitas tambahan seperti tempat ibadah (mushola/masjid), kamar mandi wudhu, restoran bersertifikasi halal, hotel berfasilitas syariah, destinasi religi, dan lain sebagainya harus menjadi perhatian bagi pemerintah Indonesia.

Fasilitas-fasilitas tersebut tidak hanya dapat berguna bagi wisatawan Muslim, tetapi juga dapat berguna bagi wisatawan non-Muslim. Karena sejatinya, pariwisata halal bukan merupakan suatu hal yang bersifat eksklusif, yang hanya cocok dengan wisatawan muslim. Tidak hanya konsumen muslim, konsumen non-muslim juga mempunyai ketertarikan terhadap produk halal. Karena produk halal harus memenuhi berbagai persyaratan ketat, seperti nilai-nilai etik, tanggung jawab sosial, keadilan ekonomi dan sosial, perlindungan hewan, dan lain sebagainya; dan semua itu dianggap memegang nilai-nilai kebaikan universal yang bisa diterima siapa saja dari berbagai kalangan.

Perkembangan wisata halal sangat bergantung pada ketersediaan makanan dan penginapan halal. Tersedianya makanan Halal yang tersertifikasi menjadi salah satu syarat pendukung sebuah destinasi dapat dikatakan sebagai tujuan wisata Halal. Meskipun telah banyak produk-produk yang disertifikasi Halal oleh MUI, tetapi masih banyak pula produk-produk lokal dan asing yang belum tersertifikasi Halal yang masih dijual bebas di pasaran, padahal peraturan tentang sertifikasi produk Halal telah diatur dalam UU No.33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. Kebanyakan dari produk yang belum tersertifikasi tersebut berasal dari industri Usaha Mikro Kecil Menengah (UMKM), hal ini disebabkan masih sulit dan mahalnya langkah yang harus ditempuh oleh para pemilik usaha untuk mendapatkan sertifikasi Halal MUI. Memperbanyak pilihan makanan Halal, mempermudah akses ke tempat ibadah, dan menyediakan akomodasi yang lebih nyaman dapat dilakukan untuk memuaskan kebutuhan para wisatawan Muslim yang datang. Persoalan ketersediaan akomodasi halal juga menjadi factor lain yang tidak kalah penting dalam pengembangan pariwisata halal. Investasi yang cukup besar untuk menyediakan fasilitas tambahan, menjadi salah satu hambatan dalam penyediaan akomodasi halal selain factor kurangnya pemahaman terhadap operasional akomodasi halal itu sendiri. Dengan regulasi halal yang telah ada di Indonesia, artinya telah banyak membantu Indonesia tidak kehilangan momentum untuk mengejar ketertinggalan dari negara-negara lain dan dapat mengalihkan fokus ke aspek lain seperti akses, komunikasi, dan jasa.

Seyogianya pengembangan konsep wisata halal diterapkan secara lebih serius, komprehensif dan integral dengan melibatkan setiap komponen pemangku kepentingan pariwisata. Untuk mengembangkan pariwisata halal tersebut-paling tidak-secara umum, dibutuhkan empat

elemen penting untuk mempersiapkan sebuah destinasi menjadi destinasi halal ramah muslim. Keempat elemen tersebut adalah akses, komunikasi, lingkungan, dan layanan. Secara lebih rinci, elemen akses membutuhkan kemudahan pengurusan visa bagi calon pendatang. Elemen komunikasi membutuhkan jaringan komunikasi digital yang luas. Elemen lingkungan mencakup keselamatan diri dan jaminan ibadah. Elemen layanan perlu mendukung kebutuhan makanan halal dan fasilitas beribadah. Keempat elemen tersebut tampak mudah untuk bisa dipenuhi, namun pada kenyataannya, banyak hal yang dapat menjadi penghalang bagi para pengembang wisata halal untuk dapat memenuhi empat karakteristik tersebut. Contohnya, ketidakseragaman proses sertifikasi Halal, kurangnya investasi finansial dari pihak luar, isu gender, dan kesalahpahaman praktik wisata Halal dari tamu wisatawan non-Muslim.

Isu ketidakseragaman standar halal merupakan salah satu masalah penting yang harus diselesaikan, sehingga pelaku pariwisata mempunyai pemahaman yang seragam terhadap standar pariwisata halal. Selain penerapan standar halal, *stakeholders* pariwisata juga harus peka terhadap permasalahan yang muncul dari bawah, seperti pemahaman terhadap konsep halal beserta standar, prosedur dan pelaksanaannya. Indonesia dengan berbagai budaya mempunyai penafsiran yang berbeda terhadap konsep dan implementasi halal itu sendiri. Konsep dan implementasi pariwisata halal yang nantinya akan menjadi regulasi untuk pengembangan pariwisata halal, seharusnya juga bisa mengakomodir berbagai pandangan yang mungkin berbeda yang disesuaikan dengan karakteristik masing-masing daerah, dalam hal ini Madura. Kebijakan yang bersifat adaptif ini tentunya tidak menabrak koridor syariah yang sudah ditetapkan dalam Al-Quran dan Hadist. Menciptakan kesadaran yang lebih di masyarakat akar rumput dan para pelaku pariwisata juga akan menciptakan iklim dan lingkungan yang lebih kondusif bagi para wisatawan Muslim.

Daftar Pustaka

- Akyol Mevlüt, dan Özgür, Kilinc (2014) Internet and Halal Tourism Marketing. *International Periodical for The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic* 9 (8). 171-186
- Al-Qardhawi, Yusuf (2013) *Masyarakat Berbasis Syariah Islam; Malamih Al-Mujtama Al-Muslim*. Era Adicitra Intermedia, Solo
- Battour, Mohamed, and Mohd Nazari Ismail. (2016) Halal tourism: Concepts, practises, challenges and future. *Tourism management perspectives* 19: 150-154.
- Bozorgahideh, Nargeskhatoon dan Beegam, Resia. (2015) Halal Tourism in Kerala. *International Journal of Management*: 42-48
- Carboni, Michelle, C. Perelli, G. Sistu (2014) Is Islamic tourism a viable option for Tunisian tourism? *Business, Sociology · Tourism Management Perspectives*.
- Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (2016) Fatwa DSN-MUI Nomor 108/DSN-MUI/X/2016
- Duman, Teoman. (2012) The value of Islamic tourism: Perspectives from the Turkish experience. *Islam and Civilisational Renewal (ICR)* 3.4: 718-739
- El-Gohary, Hatem. (2016) Halal tourism, is it really Halal? *Tourism Management Perspectives* 19: 124-130. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2015.12.013>
- Fathoni, Muhammad Anwar dan Syahputri, Tasya Hadi (2020) Potret Industri Halal Indonesia: Peluang dan Tantangan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 6(03), 2020, 428-435
- Fischer, Johan. (2016) Islam, standards, and technoscience: In global halal zones. New York: Routledge.
- Global Muslim *Travel* Index (2022). *Global Muslim Travel Index Report*
- Hallett, Ronald E., and Kristen Barber. 2014. "Ethnographic Research in a Cyber Era." *Journal of Contemporary Ethnography* 43 (3):306–330. <https://doi.org/10.1177/0891241613497749>.
- Hanurawan, Fattah. 2016. *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu Psikologi*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Henderson, Joan C (2015) The new dynamics of tourism in South East Asia: Economic development, political change and destination competitiveness. *Tourism Recreation Research* Volume 40, 2015- Issue 3

- Hidayah, Karimatul; Andi Okta, dkk, (2016) Optimalisasi Potensi Pariwisata melalui Rekonstruksi Pariwisata Syariah di Indonesia, Studi Empiris: Jawa Tengah dan Yogyakarta, Jurnal Ilmu Syariah dan Hukum
- Islam, T and Chandrasekaran, (2013). Halal Marketing the Growing Pie. International Journal of Mangement Research and Review. Vol. 3. Issue 12. Article No.10. 3938-3948. ISSN 2249-7196.
- Jaelani, Aan (2017) Halal Tourism Industri in Indonesia: Potential and Prospects International Review of Management and Marketing, Vol. 7, No. 3, 2017
- Jafari, Jafar, and Noel Scott. (2014) Muslim world and its tourisms. Annals of Tourism Research 44: 1-19.
- Katadata, (2020). Publikasi
- Kurniawati, D. A., & Savitri, H. (2020). *Awareness* level analysis of Indonesian consumers toward halal products. Journal of Islamic Marketing, 11(2), 531–546. <https://doi.org/10.1108/JIMA-10-2017-0104>
- Laras, Ananda Putri dan Gunawijaya, Jajang (2017). Wisata halal di Antara Keuntungan Ekonomi dan Politis. Journal of Indonesian Tourism and Policy Studies Vol 2 No. 1
- Nusran, Muhammad Nusran; Gunawan; Mashur Razak; Sudirman Numba; and Ismail Suardi Wekke (2018) Halal *Awareness* on the Socialization of Halal Certification. IOP Conference Series: Earth and Environmental Science, Volume 175, International Conference on Industrial Technology for Sustainable Development (ICon-ITSD) 2017 25–26 October 2017, Makassar, Indonesia
- Peraturan Menteri Pariwisata Nomor 1 tahun 2016 tentang Penyelenggaraan Sertifikasi Usaha Pariwisata.
- Ryan, Chris (2015), Tourism Management Perspectives. Editor
- Saad, Hesham E., Nabil Badran, and Magdy Abdel-Aleem. (2016) Sharia-Compliant hotels in Egypt: Concept and challenges. Journal of Faculty of Tourism and Hotels:106-119.
- Samori, Zakiah, Nor Zafir Md Salleh, and Mohammad Mahyuddin Khalid. (2016) Current trends on Halal tourism: Cases on selected Asian countries. Tourism Management Perspectives 19: 131-136.

- Scheherazade S. Rehman dan Hossein Askari (2010) "An Economic Islamicity Index" *Global Economy Journal* 10 No. 3, 2010
<https://doi.org/10.2202/1524-5861.1680>
- Sharma, Kishan Kumar. (2010) *Tourism and development*. New Delhi: Sarup & Sons.
- Sriprasert, P., Chainin, O., & Abd Rahman, H. (2014). Understanding Behavior and Needs of Halal Tourism in Andaman Gulf of Thailand: A Case of Asian Muslim. *Journal of Advanced Management Science*, 2, 216-219. <https://doi.org/10.12720/joams.2.3.216-219>
- State of Global Islamic Economy (2019) *State of Global Islamic Economy Report*
- Subarkah, Alwafi Ridho. (2018). Potensi dan Prospek Wisata Halal Dalam Meningkatkan Ekonomi Daerah (Studi Kasus: Nusa Tenggara Barat) *Jurnal Sospol*, Vol 4 No 2 (Juli-Desember 2018),
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Pendidikan (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D)*. Bandung: Alfabeta.
- World Population Review (2020)
- World *Travel Muslim* (2022). *World Travel Muslim Report*
- Yasid; Farhan, Fikri; Andriansyah, Yuli (2016) Factors Affecting Muslim Students *Awareness* of Halal Products in Yogyakarta, Indonesia. *International Review of Management and Marketing*, 2016-05

Dukungan Industri Kecil untuk Pariwisata

Yufita Listiana & Sumarto

Peran Sektor Pariwisata

Sektor pariwisata merupakan salah satu sektor terbesar dalam perekonomian dunia. Hingga saat ini, sektor tersebut dirasa mampu dalam menciptakan perekonomian masyarakat. Selain itu, pariwisata menjadi salah satu pendorong utama perekonomian dunia karena memiliki berbagai keuntungan yang mampu memberikan devisa cukup besar bagi negara, memperluas lapangan pekerjaan dan memperkenalkan budaya negara (Sabon et al, 2018). Perkembangan pariwisata dari tahun ke tahun dapat memberikan dampak positif terhadap pertumbuhan ekonomi, yakni dapat membangkitkan perekonomian masyarakat setempat melalui berbagai macam industri kreatif (Diana et al, 2017).

World Tourism Organization (WTO) juga mengemukakan bahwa pariwisata telah menjadi salah satu pemain utama dalam perdagangan internasional, dan pada saat yang sama mewakili salah satu sumber pendapatan utama bagi banyak negara berkembang (WTO, 2022). Selain itu, menurut Travel and Tourism Competitiveness Index yang dikeluarkan oleh World Economic Forum mengemukakan bahwa daya saing pariwisata Indonesia naik dari peringkat 81 pada tahun 2009 menjadi peringkat 42 pada tahun 2017 (Katadata, 2019). Kinerja pariwisata yang baik maka akan diikuti dengan penerimaan devisa negara di mana pada tahun 2018 mencapai US\$ 16,426 miliar. Angka ini lebih tinggi dibandingkan dengan tahun 2017 sebesar US\$ 13,139 miliar (BPS, 2018).

Pemerintah sangat gencar dalam menarik perhatian mancanegara untuk peningkatan devisa. Selain itu, pemerintah juga berusaha meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara (Statistik Wisatawan Nusantara, 2018). Sektor pariwisata juga menjadi salah satu sektor penyumbang terbesar ketiga setelah ekspor minyak kelapa sawit (CPO) dan batubara (Laporan Perekonomian Indonesia, 2020). Kontribusi sektor pariwisata terhadap PDB dalam beberapa tahun terakhir mengalami peningkatan. Hal ini terbukti bahwa tahun 2019 kontribusi sektor pariwisata terhadap PDB sebesar 4,8% sedangkan sebelumnya pada tahun 2018 sebesar 4,5%, artinya sektor ini mengalami kenaikan sebesar 0,3%. Peningkatan kontribusi ini terutama di dukung oleh meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan mancanegara maupun wisatawan domestik serta meningkatnya jumlah investasi di sektor pariwisata (Kemenparekraf, 2020).

Sektor pariwisata diharapkan dapat berdampak bagi perekonomian suatu daerah. Hal ini sesuai dengan siaran Pers Kementerian Koordinator Bidang Perekonomian Republik Indonesia No. HM. 4.6/458/SER.M. EKON. 3/12/2021 menjelaskan bahwa Pembangunan Kepariwisataaan melalui pengembangan desa wisata untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Pariwisata desa dapat dijadikan objek pembangunan desa yang sejalan dengan tujuan pembangunan kepariwisataan, yaitu pemerintah mengembangkan desa wisata yang bertujuan untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi, kesejahteraan rakyat, menghapus kemiskinan, mengatasi pengangguran, melestarikan alam, lingkungan dan sumber daya serta memajukan kebudayaan.

Konsep pariwisata perdesaan memiliki ciri yang unik dan khas serta ramah lingkungan menjadi solusi baru bagi pengembangan kepariwisataan. Adanya pergeseran minat atau respons dari wisatawan maka Indonesia pun tumbuh dengan wisata baru berupa desa-desa wisata di berbagai provinsi di Indonesia (Susyanti et al, 2014). Isu utama dalam pengembangan desa wisata adalah mengenai kontribusi positif aktivitas pariwisata di desa wisata terhadap kehidupan ekonomi masyarakat local (Hariyanto, 2016)

Masyarakat awam memiliki sebuah pandangan bahwa keberhasilan pengembangan desa wisata adalah sejauh mana kegiatan desa wisata mampu meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat lokalnya. Pariwisata akan dianggap gagal jika manfaat ekonomi dari kegiatan

wisata justru dinikmati oleh orang-orang luar, pemodal-pemodal besar, sedangkan masyarakat lokalnya justru termarginalkan secara ekonomi.

Wisata pantai biru merupakan salah satu desa wisata yang ada di Kabupaten Bangkalan khususnya di Kecamatan Tanjung Bumi. Wisata ini berada di Desa Telaga Biru yang menjadi salah satu destinasi wisata yang banyak dikunjungi oleh wisatawan. Asal mula wisata ini memiliki panorama yang cukup eksotik, sebab merupakan bekas tempat pembuangan akhir (TPA) yang sudah tidak difungsikan. Adanya sebuah dukungan dari masyarakat setempat dan pemerintah untuk mewujudkan desa wisata merupakan faktor dukungan yang bernilai positif.

Berdirinya wisata pantai biru dimulai pada tahun 2018, di mana para pemangku kebijakan serta warga desa tergerak untuk menata ulang wajah pantai menjadi potensi yang sangat besar. Wisata ini didirikan dengan menggunakan dana desa yang dialokasikan untuk membenahi pantai tersebut. Sehingga, wisata pantai biru ditemukan pada tahun 2019 oleh Bupati Bangkalan. Adanya wisata tersebut dengan harapan dapat meningkatnya perekonomian, penyerapan tenaga kerja dan potensi ekonomi lainnya bisa berkembang di Desa Telaga Biru. Hal ini dibuktikan dengan adanya masyarakat yang memiliki usaha di sekitar wisata. Namun, fenomena masyarakat yang ada hanya berdagang di sekitar area pantai dan usahanya masih berupa perdagangan yang sifatnya impor.

Hal ini dapat diartikan bahwa usaha yang dikelola masih belum memaksimalkan potensi yang ada di desa tersebut. Padahal, harapan adanya desa wisata ini dapat memicu pergerakan perekonomian melalui bidang industri rumah tangga, kecil dan menengah. Seperti halnya, produk hasil olahan yang menjadi potensi di desa tersebut yang kemudian dijadikan sebuah souvenir atau oleh-oleh khas Desa Telaga Biru. Hasil pengamatan peneliti bahwa kegiatan pengembangan yang telah dilakukan pengelola, peneliti merasa bahwa pengembangan yang dilakukan tersebut masih perlu dikaji ulang terutama mengenai sejauh mana peran industri rumah tangga, kecil dan menengah terhadap desa wisata Pantai Biru. Peran industri tersebut diharapkan dapat memicu pertumbuhan ekonomi masyarakat lokal.

Pengembangan Ekonomi Lokal

Perencanaan ekonomi dapat diartikan sebagai upaya-upaya yang dilakukan secara sengaja, maupun tidak sengaja oleh pemerintah untuk mengoordinasikan pembuatan keputusan ekonomi dalam jangka panjang

serta untuk mempengaruhi, mengarahkan dalam beberapa kasus tertentu. Perencanaan ekonomi juga digunakan untuk mengendalikan tingkat dan pertumbuhan variabel-variabel ekonomi seperti pendapatan, konsumsi, penyerapan tenaga kerja, investasi, tabungan, ekspor, impor dan lain sebagainya (Todaro & Smith, 2011).

Selain perencanaan ekonomi juga terdapat perekonomian ekonomi. Perekonomian ekonomi memiliki berbagai indikator untuk menilai kinerja perekonomiannya yaitu dengan menggunakan pendekatan Produk Domestik Bruto (PDB). Sedangkan, PDB sendiri merupakan nilai pasar dari keseluruhan barang dan jasa akhir yang telah diproduksi oleh suatu negara pada suatu periode yang tertentu (Mankiw, 2007). Pada tingkat regional, jumlah seluruh *value added* dari barang dan jasa yang dihasilkan dari semua kegiatan perekonomian wilayah pada periode tertentu diukur menggunakan Produk Domestik Regional Bruto atau dikenal dengan PDRB. Peningkatan *value added* dari suatu input (bahan baku) menjadi output (produk) menunjukkan adanya perkembangan pada perekonomian suatu wilayah. PDB dari Sektor pariwisata dinilai mampu untuk menggerakkan sektor perekonomian yang lainnya.

Pengembangan ekonomi local (PEL) memiliki pengertian yang cukup beragam, tergantung kepada asal, latar belakang pengalaman, dan kepentingan suatu individu tau Lembaga yang mendefinisikan PEL tersebut. World Bank mengartikan bahwa PEL adalah suatu proses yang dilakukan secara bersama oleh pemerintah, dunia usaha, dan organisasi nonpemerintah untuk menciptakan kondisi yang lebih baik untuk pertumbuhan ekonomi dan penciptaan lapangan kerja di tingkat lokal (Budiharsono, 2022).

Pendekatan PEL meliputi struktur kewilayahan yang sifatnya bottom up untuk seluruh wilayah atau didesentralisasikan serta bertujuan untuk mendorong kemitraan antara dunia usaha dan pemerintah. Selain itu, memfokuskan kepada optimalisasi pemanfaatan sumber daya lokal.

Dampak Ekonomi Pariwisata

Pembangunan dan pengembangan pariwisata secara langsung akan menyentuh dan melibatkan masyarakat, sehingga membawa berbagai dampak terhadap masyarakat setempat, bisa dampak positif maupun negative. Wisatawan yang datang ke sebuah destinasi dalam jangka waktu tertentu, menggunakan sumber daya dan fasilitasnya biasanya

mengeluarkan uang untuk keperluan tertentu kemudian meninggalkan tempat tersebut untuk kembali ke negaranya.

Jika wisatawan yang datang sangat banyak maka akan berdampak pada kehidupan ekonomi daerah baik langsung maupun tidak langsung. Dampak tersebut bisa positif maupun negative. Ada 7 kategori kondisi ekonomi akibat adanya pariwisata diantaranya (Pitana, 2009):

1. Dampak terhadap penerimaan devisa
2. Dampak terhadap pendapatan masyarakat
3. Dampak terhadap kesempatan kerja
4. Dampak terhadap distribusi manfaat atau keuntungan
5. Dampak terhadap kepemilikan dan ekonomi masyarakat
6. Dampak terhadap pembangunan pada umumnya
7. Dampak terhadap pendapatan pemerintah

Peran Industri

Industri mempunyai dua pengertian yaitu pengertian secara umum di mana industri diartikan sebagai perusahaan yang menjalankan operasi di bidang kegiatan ekonomi yang tergolong kedalam sektor sekunder. Sedangkan yang selanjutnya adalah pengertian dalam teori ekonomi, di mana industri diartikan sebagai kumpulan dari perusahaan-perusahaan yang menghasilkan barang yang sama dalam suatu pasar. Industri itu juga dibagi tiga yaitu industri primer, sekunder dan tersier (Sukirno, 2002).

Menjadi fokus peneliti kali ini adalah industri rumahan atau industri rumah tangga. Industri rumah tangga yaitu industri yang mempunyai tenaga kerja yang terbatas hasil produksi musiman. Menurut undang-undang no. 3 tahun 2014 kriteria, yaitu:

- a. Industri kecil yaitu industri dengan nilai investasi paling banyak Rp. 500.000.000 (lima ratus juta rupiah), tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha industri rumah tangga: jumlah karyawan/tenaga kerja antara 1-4 orang, Industri kecil: jumlah karyawan/tenaga kerja antara 5-19 orang. Dan
- b. Industri menengah yaitu industri dengan nilai investasi lebih besar dari Rp. 500.000.000 (lima ratus juta rupiah) atau paling banyak 10.000.000.000 (sepuluh miliar rupiah), tidak termasuk tanah dan bangunan tempat usaha dan jumlah pegawai 20-100 orang.
- c. Industri rumah tangga adalah tempat untuk melakukan usaha atau kegiatan yang menghasilkan barang atau jasa industri yang pusat

kegiatannya dilakukan di rumah. Industri rumah tangga, yaitu industri yang menggunakan tenaga kerja kurang dari 4 orang.

Ciri industri rumah tangga memiliki modal yang sangat terbatas, tenaga kerja berasal dari anggota keluarga, dan pemilik atau pengelola industri biasanya kepala rumah tangga itu sendiri atau anggota keluarganya. Misalnya: industri anyaman, industri kerajinan, industri tempe/tahu, dan industri makanan ringan.

Industri cukup berperan penting dalam mendukung desa wisata, sebab dengan adanya industri perekonomian dapat berjalan secara optimal. Selain itu, industri yang dihasilkan dapat menciptakan *multiplier effect* bagi lingkungan sekitarnya. Misal, industri rumah tangga bisa merekrut jumlah tenaga kerja sebanyak 1-4 orang. Hal ini dapat dibuktikan bahwa dengan adanya peran industri terdapat penyerapan tenaga kerja dan peningkatan pendapatan. Maka dari itu, peran industri sangat diperlukan khususnya desa wisata dalam membangun potensi local.

Strategi Industri & Sumber Daya Lokal

Konsep strategi peran industri bagi pariwisata dapat dilakukan melalui pendekatan partisipatif. Pendekatan partisipatif tersebut dapat diturunkan menjadi 2 tahapan diantaranya Teknik analisis akar masalah dan Teknik analisis tujuan. Hasil dari teknik analisis tersebut nanti akan ditemukan penyebab dari permasalahan yang dihadapi. Sehingga, langkah selanjutnya yang dapat dilakukan yakni menyusun strategi bagaimana industri bisa berperan aktif dalam pembangunan desa wisata. Sinergitas antara berbagai macam industri yang ada di desa dengan pihak pengelola desa wisata sangat diharapkan, sebab dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Peningkatan tersebut dapat melalui peningkatan pendapatan, pengolahan hasil olahan khas desa, penyerapan tenaga kerja dan masih banyak dampak yang lainnya.

Sumber daya alam mempunyai peranan cukup penting bagi kehidupan manusia. Sumber daya alam bagi berbagai komunitas di Indonesia bukan hanya memiliki nilai ekonomi tetapi juga makna sosial, budaya dan politik. Sumber daya alam berperan penting dalam pembentukan peradaban pada kehidupan manusia, sehingga setiap budaya dan etnis memiliki konsepsi dan pandangan dunia tersendiri tentang penguasaan dan pengelolaan dari sumber daya alam.

Hasil bumi yang terdapat pada suatu daerah kurang dikembangkan dengan baik dan belum bernilai tambah. Kondisi tersebut kurang diperhatikan sebagai aspek pembangunan dan kesejahteraan rakyat sehingga banyak wilayah tertinggal, akan tetapi persoalan utama untuk masyarakat pedesaan adalah rendahnya pendapatan yang dihasilkan dari sektor pertanian dengan meningkatkan standar hidup masyarakat pedesaan khususnya peningkatan pendapatan orang-orang yang bekerja di sektor pertanian.

Ada dua perspektif dalam melihat partisipasi masyarakat dalam pariwisata. Kedua perspektif tersebut adalah (1) partisipasi masyarakat lokal dalam proses pengambilan keputusan, dan (2) berkaitan dengan manfaat yang diterima masyarakat dari pembangunan pariwisata (Timothy, 1999).

Masyarakat yang berada di wilayah pengembangan harus didorong untuk mengidentifikasi tujuannya sendiri dan mengarahkan pembangunan pariwisata untuk meningkatkan pemenuhan kebutuhan masyarakat lokal. Selain mengikutsertakan masyarakat lokal dalam pengambilan keputusan, Timothy memandang pentingnya mengikutsertakan pemangku kepentingan, yaitu pemerintah, swasta, dan anggota masyarakat lainnya untuk turut ambil bagian dalam pengambilan keputusan dan melihat pentingnya pendidikan kepariwisataan bagi masyarakat lokal untuk meningkatkan kapasitas masyarakat, terutama dalam menerima manfaat pariwisata

Dengan demikian, perencanaan pembangunan pariwisata harus mengakomodasi keinginan dan kemampuan masyarakat lokal untuk berpartisipasi serta memperoleh nilai manfaat yang maksimal dari pembangunan pariwisata. Partisipasi masyarakat lokal sangat dibutuhkan dalam pengembangan desa wisata karena masyarakat lokal sebagai pemilik sumber daya pariwisata yang ditawarkan kepada wisatawan.

Daftar Pustaka

- Badan Pusat Statistik [BPS]. 2018. Jumlah Devisa Sektor Pariwisata. <https://www.bps.go.id/indicator/16/1160/1/jumlah-devisa-sektor-pariwisata.html> (diakses tanggal 29 Juni 2022).
- Badan Pusat Statistik [BPS]. 2018. Statistik Wisatawan Nusantara. Badan Pusat Statistik.
- Badan Pusat Statistik [BPS]. 2020. Laporan Perekonomian Indonesia. Badan Pusat Statistik.
- Budiharsono, Sugeng. 2022. Teori Pengembangan Ekonomi Lokal. Bogor: Penerbit IPB Press.
- Diana, Putri, Ketut S, Ni Made SW. 2017. Peran dan Pengembangan Industri Kreatif dalam Mendukung Pariwisata di Desa Mas dan Desa Peliatan, Ubud. *Jurnal Analisis Pariwisata*, Vol. 17, No.2.
- Hariyanto, OIB. 2016. Destinasi Wisata Budaya dan Religi di Cirebon. *Ecodemica. Jurnal Ecodemica*, Vol. 4, No. (2), pp 214-222.
- Katadata.co.id. 2019. Pariwisata Indonesia Melesat, <https://katadata.co.id/timpublikasikatadata/infografik/5e9a5182bb9a6/pariwisata-indonesia-melesat> (diakses tanggal 27 Juni 2022).
- Mankiw, N. Gregory. 2017. Makroekonomi: Edisi Keenam. Jakarta: Erlangga.
- Pitana, I. 2009. Pengantar Ilmu Pariwisata. Pengantar Ilmu Pariwisata. Yogyakarta: Andi.
- Sabon, Victoria Lelu, Mochamad TPP, Permata CSK, Wajong CDP. 2018. Strategi Peningkatan Kinerja Sektor Pariwisata Indonesia pada ASEAN Economic Community. *Jurnal Bisnis dan Manajemen*, Vol. 8, No. 2.
- Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D. Bandung: Alfabeta
- Susyanti, Dewi W, Nining L. 2014. Potensi Desa melalui Pariwisata Pedesaan. *Jurnal Epigram*, Vol. 11, No. 1, April 2014: pp 65-70.
- Thimothy, D. J. 1999. Participatory Planning a View of Tourism in Indonesia dalam *Annals of Research*, Vol 26, No.2.
- Todaro, M.P dan Smith, S.C. 2011. Pembangunan ekonomi: Jilid 2 Edisi Kesebelas. Jakarta: Erlangga.
- World Tourism Organization. 2022. Why tourism? Diperoleh dari UNWTO, <https://www.unwto.org/why-tourism> (diakses tanggal 27 Juni 2022).

Yusuf, A Muri. 2014. Metode Penelitian: kuantitatif, Kualitatif, dan Penelitian Gabungan. Jakarta: Perpustakaan Nasional: Katalog dalam Terbitan (TDT).

Wisata Pesisir

Desa Tajungan-Kamal

Ris Yuwono Y. Nugroho & M. Reza Adiyanto

Sekilas Tentang Bangkalan

Salah satu misi pembangunan daerah Kabupaten Bangkalan adalah mewujudkan pertumbuhan ekonomi yang berkeadilan dan berkelanjutan. Dalam rangka mewujudkan misi tersebut, adalah dengan meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Salah satu upaya yang dilakukan adalah melalui pengembangan pariwisata. RPJPD 2005-2025 Kabupaten Bangkalan menyebutkan bahwa kebijakan pengembangan pariwisata diarahkan pada pengelolaan potensi pariwisata untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Agenda kebijakannya adalah menyusun perencanaan pariwisata; Pengembangan dan revitalisasi objek wisata; Peningkatan potensi pariwisata; Peningkatan sarana dan prasarana kepariwisataan; Peningkatan sumber daya manusia; Peningkatan promosi pariwisata; serta peningkatan kemitraan dunia usaha kepariwisataan (Bappeda Bangkalan, 2010).

Kabupaten Bangkalan merupakan salah satu tujuan wisata di Jawa Timur yang diminati oleh wisatawan. Berbagai macam jenis wisata sebagai objek wisata Bangkalan, paling tidak terdapat 20 objek wisata yang tersebar di 10 kecamatan. Di antara jenis-jenis wisata yang ada, memang wisata religi merupakan jenis yang paling banyak menarik wisatawan. Wisata ini sangat ditunjang dengan adanya makam dari ulama terkenal seperti Pasarean Syaichona Cholil dan Pasarean Aer Mata Ebhu. Wisata sejarah yang ditunjang dengan adanya museum, mercusuar, dan situs benteng kolonial, juga menarik minat wisatawan. Wisata ke sentra industri batik tulis di Kecamatan Tanjung Bumi juga semakin

menarik minat wisatawan baik wisatawan domestik maupun mancanegara (BPS, 2021).

Pada tahun 2020 terjadi penurunan banyaknya wisatawan yang berkunjung di Kabupaten Bangkalan sebanyak 961 ribu orang wisatawan domestik dan 39 orang wisatawan mancanegara. Penurunan tersebut terjadi karena adanya Pandemi Covid-19. Data menunjukkan bahwa akibat terjadi penurunan baik dari objek wisata, hotel, biro perjalanan, maupun rumah makan yang merupakan penunjang pariwisata di Kabupaten Bangkalan.

Kondisi tersebut harus menimbulkan kesadaran bahwa *stakeholder* Kabupaten Bangkalan untuk memanfaatkan seluruh modal dasar pembangunan yang dimiliki, sebagai sumber kekuatan perekonomian untuk didayagunakan dalam pembangunan, salah satunya adalah potensi panjang pantai sepanjang 125 km yang dimiliki oleh Kabupaten Bangkalan untuk dapat dikembangkan menjadi destinasi wisata yang berkualitas. Adanya potensi sektor pariwisata dengan objek-objek wisata yang ada hendaknya dikelola agar menjadi daya tarik wisatawan, baik wisatawan nusantara maupun mancanegara. Untuk lebih mengoptimalkan pengembangan objek wisata tersebut, perlu dilengkapi dengan adanya fasilitas infrastruktur misalnya hotel dan losmen, termasuk melakukan revitalisasi objek-objek wisata yang sudah berkembang, baik wisata alam maupun buatan.

Salah satu wilayah kecamatan di Bangkalan yang perlu dikembangkan sektor pariwisatanya adalah kecamatan Kamal. Meskipun memiliki sarana dan prasarana yang cukup memadai dibandingkan dengan kecamatan lainnya, di dalam catatan dinas kebudayaan dan pariwisata kabupaten, pada tahun 2020, kecamatan Kamal belum termasuk memiliki objek wisata unggulan. Melalui pengembangan Bumdes dan Pokdarwis yang dimiliki, beberapa desa di Kecamatan Kamal mulai menggerakkan sektor pariwisata. Salah satu desa yang bergerak dan memperlihatkan hasil yang signifikan adalah Desa Tajungan.

Meskipun memiliki penduduk yang jumlahnya hampir sama dengan wilayah desa lainnya, Desa Tajungan memiliki luas wilayah atau lahan yang terkecil di antara desa-desa yang ada (hanya sekitar 0,19 persen luas wilayah darat seluruh kecamatan Kamal). Hal tersebut terkait juga dari sejarah terbentuknya desa tersebut, yang kemudian sebagian

besar mata pencaharian penduduk desa Tajungan bergantung pada pesisir dan laut yang dimiliki.

Desa Tajungan memproyeksikan konsep wisata mangrove yang dipadukan dengan wisata kuliner dan pusat olahraga. Area tersebut diharapkan menjadi area terlengkap yang dimiliki Pemerintah Kabupaten Bangkalan dengan alokasi anggaran dari Dana Desa, yaitu melalui Bumdes dan Pokdarwis. Tujuan pembangunan area wisata Mangrove di Desa Tajungan Kecamatan Kamal, untuk menumbuhkan kembali ekonomi masyarakat Kamal umumnya, dan masyarakat Tajungan khususnya, yang mengalami penurunan akibat pandemi Covid-19 (Analisapost, 2022). Wakil Bupati Bangkalan (Drs. Moh. Mohni MM), tanggal 26 Februari 2022, telah melakukan peninjauan ke area tersebut, dan mengharapkan wisata mangrove tersebut dapat mendongkrak ekonomi kerakyatan Desa Tajungan.

Selain wisata mangrove tersebut, Desa Tajungan terkenal dengan tradisi perahu hias, yang dilaksanakan pada setiap hari raya ketupat, dan juga terdapat lomba balap perahu yang disponsori oleh pihak swasta. Lomba hias perahu, pada lebaran ketupat tahun 2022, atau 1433 Hijriah, dilaksanakan pada hari Senin, 9 Mei 2022, yang diikuti sekitar 60 perahu nelayan. Ratusan penonton dari berbagai daerah memadati kegiatan tersebut. Untuk pelaksanaan lomba balap perahu pada tahun 2022 ini, dilaksanakan pada Hari Minggu 22 Mei 2022, yang diselenggarakan oleh kelompok masyarakat nelayan Desa Tajungan yang bergabung dalam “Pelaut Tajungan Bersatu Community”.

Potensi lain yang dapat dimanfaatkan menjadi sebuah paket wisata adalah adanya ojek perahu menuju ke pelabuhan di Gresik, baik menuju ke dermaga Gresik, maupun ke pelabuhan rakyat lumpur Gresik. Bahkan jika ditarik garis lurus hanya berjarak kurang dari 4 km dari Desa Tajungan. Dari sisi pelabuhan lumpur Gresik atau dikenal dengan Balai Keling atau Dermaga Keling selama ini dipakai untuk nelayan untuk beraktivitas, seperti sandar perahu dan menurunkan muatan ikan hasil tangkapan. Sekarang Dermaga ini menjadi salah satu spot swafoto. Suasananya yang indah, khususnya pada sore hari, menjadi daya tarik tersendiri. Adanya kerja sama dua daerah pelabuhan rakyat tersebut berpotensi dapat memberikan manfaat bagi kedua belah pihak.

Beberapa penelitian telah dilakukan oleh Maulana dan Hasyim (2019), Apridia dan Dahruji (2022), Wulandari (2020) memberikan gambaran potensi pengembangan wisata di Kabupaten Bangkalan

khususnya di Kecamatan Kamal. Penelitian dari berbagai daerah dilakukan antara lain oleh Atika dkk. (2022), Simanjuntak dkk (2015), dan Sahnun dkk. (2020) memberikan beberapa hal penting untuk pengembangan wisata mangrove ke depan.

Perencanaan Pariwisata

Perencanaan merupakan suatu proses pengambilan keputusan yang berpijak pada masa yang akan datang pada daerah tujuan ataupun suatu atraksi. Perencanaan merupakan proses dinamis yang sangat menentukan dalam rangka pencapaian tujuan, alternatif pertimbangan yang sistematis untuk merealisasikan tujuan yang diharapkan, realisasi alternatif pilihan, serta adanya evaluasi terhadap alternatif pilihan tersebut yang sangat menentukan keberlangsungan sebuah perencanaan. Proses perencanaan berkaitan dengan lingkungan, yang di dalamnya menyangkut politik, fisik, sosial, serta elemen-elemen ekonomi. Komponen-komponen di dalamnya saling berkaitan, saling bergantung, serta keseluruhannya sangat berguna dengan mempertimbangkan anggaran biaya dalam menentukan keberlangsungan suatu daerah tujuan ataupun suatu atraksi (Negara, 2018).

Perencanaan pariwisata yang dicapai dengan cara yang rasional, dapat membantu menjaga kualitas lingkungan baik alam dan buatan, untuk keberhasilan program pariwisata di tingkat masyarakat. Pengembangan, pengoperasian, dan pengelolaan pariwisata yang efektif memerlukan unsur-unsur kelembagaan sebagai berikut (Inskeep, 1994):

Struktur organisasi, khususnya dinas pariwisata pemerintah dan asosiasi pariwisata sektor swasta seperti asosiasi hotel. Perundang-undangan dan peraturan terkait pariwisata, seperti standar dan persyaratan perizinan untuk hotel dan biro perjalanan wisata. Program pendidikan dan pelatihan, dan lembaga pelatihan untuk mempersiapkan orang-orang untuk bekerja secara efektif di bidang pariwisata. Tersedianya modal finansial untuk mengembangkan atraksi wisata, fasilitas, pelayanan dan infrastruktur, serta mekanisme untuk menarik penanaman modal. Strategi pemasaran dan program promosi untuk menginformasikan wisatawan tentang negara atau wilayah, dan mendorong mereka untuk mengunjunginya, dan fasilitas dan layanan informasi wisata di daerah tujuan, serta fasilitasi perjalanan imigrasi (termasuk pengurusan visa), bea cukai dan fasilitas serta layanan lainnya di titik masuk dan keluar wisatawan.

Edgell dan Swanson (2013) menyebutkan perlunya *coopetition* dalam perencanaan pariwisata. *Coopetition* atau kadang dieja *co-opetition*, menggabungkan kata-kata kerja sama dan kompetisi. Koopetisi terjadi ketika perusahaan, destinasi, atau kelompok lain berinteraksi dengan sebagian kesamaan kepentingan untuk menguntungkan kedua kelompok. Implementasi dalam industri pariwisata secara sederhana adalah perlunya kerja sama antar destinasi pariwisata agar lebih efektif memasarkan produk pariwisatanya dan memenuhi persaingan di tingkat regional atau global, atau dengan kata lain, entitas pariwisata bekerja sama satu sama lain untuk mencapai nilai keunggulan kompetitif yang lebih tinggi di pasar. Dengan melakukan bekerja sama, entitas tersebut dapat berbagi pengetahuan dan penelitian serta mengakali pesaing di pasar yang tidak dapat mereka jangkau sebagai satu entitas.

Dampak Pengembangan Pariwisata

Terdapat 3 (tiga) dampak dari pengembangan pariwisata, yaitu dampak ekonomi, dampak sosial budaya, dampak lingkungan. Penjelasan masing-masing dampak tersebut adalah sebagai berikut (Phillips & Robert, 2013):

Ditinjau dari dampak ekonomi, secara positif dapat meningkatkan pendapatan ekonomi masyarakat lokal, menciptakan lapangan kerja baru, memperbaiki keseimbangan perekonomian lokal, serta mendorong timbulnya aktivitas kewirausahaan. Dampak negatif yang ditimbulkan adalah adanya potensi ketergantungan perekonomian yang berlebihan, tekanan inflasi, ketergantungan terhadap sumber daya dari luar daerah, tingginya ketergantungan barang dari luar daerah, tenaga kerja seringkali berpendidikan rendah dan memiliki upah yang rendah, permintaan harga dan pendapatan bersifat elastis.

Ditinjau dari dampak sosial budaya, secara positif adalah peningkatan level kemajuan budaya lokal, terciptanya infrastruktur baru, berkembangnya fasilitas rekreasi. Dampak negatif yang ditimbulkan adalah terjadi perubahan atau pergeseran budaya, Migrasi ke dalam memberi tekanan pada infrastruktur. Perubahan dalam struktur pekerjaan menuju keterampilan rendah, perempuan, pekerjaan musiman. Tingkat pergantian komunitas yang lebih tinggi, serta meningkatnya kejahatan dan perilaku antisosial.

Ditinjau dari dampak lingkungan, secara positif adalah kontrol yang lebih baik terhadap konservasi lingkungan, lebih banyak anggaran

untuk pengelolaan lingkungan, meningkatkan kepedulian terhadap pentingnya lingkungan. Dampak negatif yang ditimbulkan adalah polusi air, visual, bangunan, dan suara, terjadi *ribbon development* yang tidak direncanakan, Erosi tanah dan hilangnya habitat fauna, Pemisahan (segregasi) wisatawan di zona pengunjung.

Riset Pariwisata Bangkalan

Maulana dan Hasyim (2019) meneliti respons masyarakat terhadap rencana pengembangan wisata halal di Desa Kamal, Kabupaten Bangkalan, yang memperoleh fakta bahwa masyarakat desa Kamal sangat antusias terhadap rencana pengembangan wisata halal tersebut. Hal tersebut sejalan dengan Apridia dan Dahruji (2022) yang menganalisis potensi destinasi wisata halal di daerah pesisir selatan Kabupaten Bangkalan. Hasil penelitian menyimpulkan bahwa wilayah pesisir Bangkalan berpotensi menerapkan konsep pariwisata halal, tetapi terdapat beberapa hal yang perlu dibenahi yaitu sarana dan prasarana serta regulasi pariwisata halal. Penelitian Wulandari (2020) yang meneliti potensi Kabupaten Bangkalan sebagai pusat pariwisata pulau madura, memberikan saran agar pemerintah Bangkalan dapat menggali potensi (sumber daya) yang belum terjamah dan masih baru pada wilayah sekiranya agar dapat meningkatkan perekonomian pada wilayah-wilayah Kabupaten Bangkalan.

Penelitian tentang pengembangan kawasan wisata mangrove di Bangkalan dilakukan oleh Atika dkk. (2022) di Kecamatan Sepulu, yang memberikan rekomendasi bahwa strategi untuk mengembangkan ekowisata mangrove pasca pandemi Covid-19 antara lain melalui penambahan serta pembenahan fasilitas yang ada, keterlibatan masyarakat yang ada, serta promosi melalui media sosial. Belajar dari pengembangan pariwisata daerah lain, Simanjuntak dkk (2015), memberikan kajian strategi pengembangan pariwisata mangrove di Pulau Kemujan, wilayah Karimunjawa, memberikan strategi alternatif pengelolaan wisata mangrove yang dapat diimplementasikan antara lain promosi wisata mangrove, pengembangan paket wisata mangrove dan non-mangrove, pengembangan kuliner, pengembangan pariwisata konservasi mangrove, serta mitigasi (bencana dan penanganan kecelakaan). Sahnann dkk. (2020) memberikan kesimpulan pada pengembangan Kawasan Wisata Mangrove Tamo, Kabupaten Majene, bahwa keberhasilan pengembangan harus didukung oleh adanya sarana

prasarana penunjang pariwisata, partisipasi masyarakat, penanganan sampah, serta pengelolaan promosi pariwisata itu sendiri.

Penggunaan analisis AHP dalam penelitian pariwisata dan pemanfaatan wilayah, digunakan oleh beberapa peneliti, antara lain Muhsoni, dkk. (2020) yang menggunakan metode *analytic hierarchy process* untuk menentukan arahan pemanfaatan wilayah pesisir pelabuhan kamal pasca jembatan Suramadu. Setiyono, dkk. (2016), menggunakan pendekatan AHP untuk meneliti strategi pengelolaan wisata alam di Posong Temanggung, sedangkan Damanik dan Iskandar (2019) menggunakan pendekatan AHP untuk meneliti strategi pengembangan desa wisata Ponggok, Klaten, Jawa Tengah.

Daftar Pustaka

- Analisapost. (2022). Wagub Bangkalan kunjungi wisata Kamal. Diambil dari laman <https://www.analisapost.com/post/wagub-bangkalan-kunjungi-wisata-kamal>. Diakses pada tanggal 28 juni 2022.
- Apridia, m., & Dahruji, D. (2022). Analisis potensi destinasi wisata halal di daerah pesisir selatan Kabupaten Bangkalan (Kecamatan Kamal, Labang dan Kwanyar). *Proceeding umsurabaya*, 1(1).
- Atika, M., Ariyani, Y., & Putri, A. R. (2022). Strategi pemulihan ekowisata mangrove desa labuhan, Kecamatan Sepulu, Kabupaten Bangkalan pasca pandemi Covid-19. *Semesta*, 1-5.
- Badan Pusat Statistik. (2021). *Statistik daerah kabupaten Bangkalan 2021*. BPS Bangkalan.
- Badan Pusat Statistik. (2021b). *Kecamatan Kamal dalam angka 2021*. BPS Bangkalan.
- Badan Pusat Statistik. (2022). *Kabupaten Bangkalan dalam angka 2022*. BPS Bangkalan.
- Bappeda Bangkalan. (2010). *Dokumen rencana pembangunan jangka panjang daerah 2001-2025*. Pemerintah Kabupaten Bangkalan.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2017). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches*. Sage publications.
- Damanik, D. H., & Iskandar, D. D. (2019). Strategi pengembangan desa wisata (Studi kasus: Desa wisata Ponggok). *Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Pembangunan*, 19(2), 120-127.
- Disparbud Gresik. (2022). Dermaga balai keling, diambil dari laman <https://disparbud.gresikkab.go.id/2021/05/06/dermaga-balai-keling/>. Diakses pada tanggal 28 Juni 2022.
- Edgell Sr, D. L., & Swanson, J. R. (2013). *Tourism policy and planning: Yesterday, today, and tomorrow*. Routledge.
- Fte official. (2022). Youtube Channel, diambil dari laman <https://www.youtube.com/channel/UctiMv0IT8efLpmJ7xPugjVA>. Diakses pada tanggal 28 Juni 2022.
- Inskeep, E. (1994). *National and regional tourism planning: methodologies and case studies*. Routledge.
- Kabarpasti. (2022). Lebaran ketupat, warga Tajungan-Kamal lomba perahu Hias, diambil dari laman <https://kabarpasti.com/lebaran-ketupat-warga-tajungan-kamal-lomba-perahu-hias/>. Diakses pada tanggal 29 Juni 2022.

- Maulana, A. K., & Hasyim, L. Q. (2019). Respons Masyarakat Terhadap Rencana Pengembangan Wisata Halal Di Desa Kamal Kecamatan Kamal Kabupaten Bangkalan (Studi Kasus Masyarakat Kelurahan Kamal Kecamatan Kamal Kabupaten Bangkalan). *Dinar: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam*, 6(2), 96-109.
- Muhsoni, F. F., Zainuri, M., Romadhon, W., & Afandi, J. T. (2020). Penentuan arahan pemanfaatan wilayah pesisir pelabuhan kamal pasca jembatan Suramadu menggunakan metode analytic hierarchy process. In *Prosiding Seminar Nasional Perikanan dan Kelautan* 8 (1), 81-91.
- Negara, IMK. (2016). Modul ekonomi pariwisata. Fakultas Pariwisata UNUD.
- Neuman, W. L. (2017). Metodologi penelitian sosial: Pendekatan kuantitatif dan kualitatif (Edisi Tujuh). Jakarta: PT. Indeks.
- Phillips, R., & Robert, S. (2013). *Tourism, Planning, and Community Development*. Routledge.
- Saaty, T. L. (2004). Decision making—the analytic hierarchy and network processes (AHP/ANP). *Journal of systems science and systems engineering*, 13(1), 1-35.
- Sahnan, F., Salim, A., & Jufriadi, J. (2020). Pengembangan kawasan wisata mangrove Tamo Kelurahan Baurung Kabupaten Majene. *Journal of Urban Planning Studies*, 1(1), 021-029.
- Setiyono, B., Bambang, A. N., & Kismartini, K. (2016). Strategi Pengelolaan Wisata Alam Posong Temanggung dengan Menggunakan Pendekatan SWOT dan AHP. *Ekosains*, 8(01).
- Simanjuntak, S. W., Suryanto, A., & Wijayanto, D. (2015). Strategi Pengembangan Pariwisata Mangrove di Pulau Kemujan, Karimunjawa. *Management of Aquatic Resources Journal (MAQUARES)*, 4(1), 25-34.
- Stake, R.E. (2005). Qualitative case studies. In N.K. Denzin & Y.S. Lincoln (Eds.), *The Sage handbook of qualitative research* (3rd ed.) (pp. 443–466). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Wulandari, L. S. W. (2020). Potensi Kabupaten Bangkalan sebagai pusat pariwisata pulau madura yang memiliki posisi strategis dan bentang alam yang karls yang indah. Surabaya: Universitas negeri surabaya.

Pemulihan

Sektor Pariwisata Madura

Mohtar Rasyid & Anita Kristina

Dampak Pandemi Covid-19

Sektor pariwisata merupakan sektor ekonomi yang sangat terdampak akibat adanya pandemi Covid-19. Berdasarkan data yang dirilis Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2021, terdapat penurunan jumlah wisatawan yang sangat signifikan, baik wisatawan lokal maupun wisatawan dari mancanegara. Secara keseluruhan kunjungan wisatawan mancanegara ke Indonesia pada tahun 2020 sebesar 4,02 juta kunjungan. Jika dibandingkan dengan kunjungan yang sama pada tahun 2019, jumlah wisatawan mancanegara turun sebesar 75,03 persen. Berdasarkan asal negaranya, terdapat 5 negara yang paling banyak berkunjung ke Indonesia pada tahun 2020 yaitu Timor Leste, Malaysia, Singapura, Australia, dan China. Sementara itu, jumlah wisatawan lokal menurun sebesar 61 persen apabila dibandingkan dengan tahun sebelumnya. Penurunan jumlah wisatawan yang cukup signifikan tersebut sangat berpengaruh pada kondisi perekonomian karena pariwisata berperan penting dalam meningkatkan pendapatan negara, devisa, dan lapangan pekerjaan. Pandemi mengancam 13 juta pekerja di sektor pariwisata dan 32,5 juta pekerja yang secara tidak langsung terkait sektor pariwisata (BPS, 2020). Penerimaan devisa negara dari sektor pariwisata juga sangat menurun. Proyeksi penerimaan devisa dari pariwisata pada tahun 2020 antara 4-7 miliar dolar AS. Sebelum terjadi pandemi, penerimaan devisa pariwisata tahun 2020 ditargetkan sebesar US\$ 19-21 miliar. Apabila dibandingkan dengan tahun 2019, penurunan yang terjadi cukup

signifikan karena penerimaan devisa pariwisata pada tahun sebelumnya hampir mencapai 20 miliar dolar AS.

Kasus covid-19 di Indonesia pertama kali terkonfirmasi pada awal Maret tahun 2020. Sejak saat itu pandemi ini cepat menyebar hingga ke seluruh wilayah di Indonesia. Covid-19 adalah penyakit menular yang disebabkan oleh jenis coronavirus yang pertama kali ditemukan di Wuhan, Tiongkok, pada bulan Desember 2019 lalu. Virus ini sekarang menjadi sebuah pandemi yang terjadi di banyak negara di seluruh dunia. Adapun penyebaran Covid-19 sangat berdampak bukan hanya pada kegiatan ekonomi dan bidang transportasi tetapi juga pada dirasakan oleh industri pariwisata. Jumlah ini terus mengalami kenaikan dari hari ke hari dibuktikan dengan bentuk kurva yang cenderung masih menanjak. Adanya pandemi ini menyebabkan penurunan yang signifikan terkait jumlah wisatawan baik lokal maupun mancanegara. Hal ini tentunya menyebabkan industri pariwisata mengalami kerugian yang cukup besar dikarenakan adanya penutupan akses bagi turis-turis mancanegara dan diberlakukannya kebijakan penutupan objek wisata itu sendiri. Kebijakan penutupan objek wisata dilakukan guna meminimalisir adanya kluster baru penyebaran Covid-19.

Pariwisata Madura Masa Pandemi

Penurunan kinerja sektor pariwisata akibat Covid-19 hampir terjadi secara merata di seluruh tanah air, termasuk pariwisata di Madura. Data resmi yang dirilis oleh BPS Jawa Timur menunjukkan bahwa selama periode Januari-Desember 2020 tercatat sebagai periode dengan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara (wisman) terendah selama lima tahun terakhir. Penurunan kunjungan wisman tersebut bahkan mencapai sekitar 83,3 persen. Tingkat hunian hotel berbintang di Jawa Timur hingga November 2020 hanya mencapai 45,47 persen. Secara objektif, sektor pariwisata tidak dapat berharap banyak dari kunjungan wisman selama Covid-19 belum bisa diredam secara efektif.

Tahun 2020 seolah menjadi titik balik dari keberhasilan sektor pariwisata Madura setelah pada tahun 2019 beberapa destinasi wisata Madura mulai ramai dikunjungi oleh wisatawan. Sebagaimana dimaklumi bahwa wisata Madura mulai menggeliat sejak lima tahun terakhir dengan semakin gencarnya eksposur tempat wisata baik oleh pemerintah daerah setempat maupun oleh agen pariwisata lokal. Mulai dari penghujung pulau, yakni Sumenep yang dikenal dengan wisata

pulau-pulau eksotik, Pamekasan dengan wisata sejarah (keraton), Sampang dengan wisata pantai hingga Bangkalan dengan wisata religinya sudah mulai banyak dikenal oleh masyarakat luas. Terlebih akses ke tempat wisata tersebut semakin mudah melalui Jembatan Suramadu maupun melalui penerbangan Surabaya-Sumenep. Intinya, potensi pariwisata Madura masih banyak yang bisa dikembangkan.

Pemerintah sejauh ini telah banyak mengeluarkan paket kebijakan untuk menyelamatkan sektor pariwisata yang redup akibat Covid-19. Insentif untuk sektor pariwisata sebagaimana dilaporkan oleh Kementerian Keuangan RI antara lain berupa insentif mendatangkan wisman melalui *airlines*, *travel agent* dan *tourism representative* di luar negeri digelontorkan sebanyak Rp 298,5 Miliar; Hibah Daerah untuk dukungan program pariwisata sebesar Rp 147,7 Miliar; Kompensasi penurunan tarif pajak hotel sebesar Rp 3,3 Triliun; Insentif transportasi untuk wisatawan domestik sebesar Rp 433,3 Miliar; Penurunan harga avtur Rp 256,6 Miliar dan pengurangan tarif Pelayanan Jasa Penumpang Pesawat Udara (PJPU) sebesar Rp 99,8 Miliar.

Insentif yang cukup besar untuk memulihkan kondisi sektor pariwisata tidak akan efektif jika tidak didukung dengan rangsangan dari sektor lain. Salah satu sektor ekonomi yang paling dekat dengan pariwisata adalah ekonomi kreatif. Ekonomi kreatif dikenal sebagai sektor yang mengandalkan ide dan pengetahuan manusia sebagai faktor produksi utama. Dalam situs resmi Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif meliputi: pengembang permainan, arsitektur, desain interior, musik, seni rupa, desain produk, *fashion*, kuliner, film, animasi dan video, fotografi, desain komunikasi visual, televisi dan radio, kriya, periklanan, seni pertunjukan, penerbitan dan aplikasi. Dengan mengidentifikasi subsektor ekonomi kreatif tersebut maka jelas terlihat bahwa antara sektor pariwisata dan ekonomi kreatif memiliki hubungan simbiosis mutualisme.

Mengingat hubungan erat antara sektor pariwisata dengan sektor ekonomi kreatif, maka diharapkan injeksi atau suntikan anggaran untuk sektor ekonomi kreatif seharusnya memiliki dampak terhadap pemulihan sektor pariwisata. Sebagai sebuah ilustrasi, saat ini sudah mulai dikembangkan apa yang dikenal dengan Virtual Tourism. Model pariwisata berbasis daring ini merupakan salah satu contoh perkawinan antara pariwisata dengan ekonomi kreatif. Virtual Tourism alias Wisata Virtual menjadi salah satu alternatif yang muncul di tengah kejemuan pandemi Covid-19. Wisata Virtual hadir sebagai salah satu bentuk

transformasi dan adaptasi melawan pandemi dengan memanfaatkan teknologi, sembari menunggu proses *recovery* dunia pariwisata yang belum signifikan.

Gagasan Wisata Virtual saat ini telah mulai dan terus dikembangkan oleh berbagai pihak, seperti Kemenparekraf, pemda, serta masyarakat. Konten dalam Wisata Virtual ini pun sangat beragam, mulai dari panorama alam, museum, pentas dan pagelaran seni, budaya adat, hingga suasana kehidupan metropolitan di Indonesia yang tersedia dalam bentuk gambar dan video. Harapannya, keberadaan tur wisata virtual dapat membuat calon wisatawan merasa seperti berada di destinasi di mana mereka inginkan. Hal ini sama saja dengan menawarkan pengalaman “coba sebelum membeli” yang dapat mendorong rasa ingin bepergian.

Model pengembangan pariwisata berbasis ekonomi kreatif bisa dijadikan sebagai terobosan untuk “menyelamatkan” sektor pariwisata daerah, termasuk di Madura. Sebagaimana dimaklumi bahwa hingga saat ini, perekonomian Madura masih sangat tergantung dengan sektor pertanian. Beberapa tahun terakhir, pemerintah daerah di masing-masing kabupaten melihat peluang yang cukup besar untuk mengembangkan sektor pariwisata. Peluang ini ditangkap dengan beberapa kebijakan pro-pariwisata yang dibuktikan dari semakin gencarnya promosi wisata daerah serta adanya membukakan destinasi wisata baru. Covid-19 untuk sementara menahan laju perkembangan pariwisata daerah yang mulai tumbuh. Oleh karena itu, suntikan dari sektor ekonomi kreatif sangat dibutuhkan untuk membangkitkan kembali pertumbuhan sektor pariwisata di Madura. Kebangkitan sektor pariwisata ini diharapkan akan memiliki dampak terhadap perbaikan kesejahteraan masyarakat Madura.

Pandemi dan Ekonomi

Secara teori, perekonomian dapat dijelaskan secara sederhana melalui *circuler flow of economic activity*. Hampir semua pelaku ekonomi terdampak oleh pandemi ini. Dampak terhadap rumah tangga konsumen adalah turunnya pendapatan dan kesulitan keuangan akibat Covid-19. Sementara sektor bisnis mengalami gangguan guncangan rantai pasok baik dari pasar domestik maupun pasar global. Bagi pemerintah, masalah dari rumah tangga konsumsi maupun bisnis ini berpengaruh terhadap pemerintah melalui turunnya penerimaan pajak penghasilan individu maupun badan. Di samping itu, tekanan pemerintah untuk memperluas

transfer tunai dalam bentuk bantuan sosial semakin banyak dituntut (Henry, 2020).

Untuk sektor keuangan, dampak Covid-19 ini juga tidak bisa diabaikan. Masalah yang akan muncul secara langsung adalah berupa masalah likuiditas (kredit macet). Ini tidak lain sebagai akibat dari menurunnya pendapatan sektor rumah tangga serta pelaku dunia usaha untuk *wait-and-see* akibat adanya masalah cash-flow dan lain sebagainya. Tidak hanya sektor dalam negeri, sektor perdagangan luar negeri juga terkena imbas. Terganggunya rantai pasok global serta permintaan ekspor untuk barang domestik menyebabkan lesunya perdagangan internasional. Jika ini terus berlanjut, maka sistem keuangan akan terdampak secara serius. Nilai tukar melemah, inflasi meningkat dan pada akhirnya berujung pada peningkatan pengangguran. Apalagi jika pembatasan sosial tidak segera dilonggarkan, maka efek berantai ini sulit sekali untuk dibendung. Segala sesuatu memang ada biayanya, termasuk pembatasan gerak sosial.

Dampak Covid-19 terhadap perekonomian yang sangat masif pada akhirnya akan berpengaruh terhadap tingkat kemiskinan (Crespi & Martín-Oliver, 2015). Pertama, adanya Covid-19 menyebabkan turunnya aktivitas ekonomi. Pembatasan sosial, imbauan bekerja dari rumah, liburan sekolah, larangan mudik dan kebijakan lain yang diterapkan untuk mengurangi kecepatan laju penyebaran Covid-19 secara langsung maupun tidak langsung berpengaruh terhadap penurunan aktivitas ekonomi. Selanjutnya, perlambatan aktivitas ekonomi ini akan berpengaruh terhadap penurunan pertumbuhan ekonomi (skema 1). Kontraksi ekonomi akan menyebabkan turunnya rata-rata pengeluaran rumah tangga. Dampak perlambatan ekonomi terhadap pengeluaran rumah tangga, dapat terjadi melalui mekanisme dalam skema dalam halaman sebelumnya (Oskoui, 2020).

Penurunan rata-rata pengeluaran rumah tangga ini, secara teoretis akan memiliki dampak terhadap distribusi pengeluaran rumah tangga. Beberapa riset menunjukkan bahwa terdapat hubungan langsung antara tingkat perubahan distribusi pengeluaran rumah tangga dengan tingkat kemiskinan (Vos, Martin, & Laborde, 2020). Mekanisme langsung sebagaimana disajikan dalam Gambar 4 di atas tersebut dipercaya akan dapat dijadikan sebagai dasar pembentukan model estimasi dampak penurunan pertumbuhan ekonomi terhadap kenaikan tingkat kemiskinan (Suryadarma, n.d.).

Penelitian yang secara khusus mengupas dampak pandemi Covid-19 terhadap tingkat kemiskinan terbagi ke dalam dua kelompok. Pertama, riset yang mengupas dampak pandemi secara lokal (Marcus & Simon, 2008). Dalam hal ini, peneliti ingin menguji dampak Covid-19 terhadap perekonomian atau sektor yang terbatas (Zimmermann, 2020). Riset ini tidak mudah dilakukan karena pada saat pandemi, kegiatan pengumpulan data dan sebagainya tidak bisa dilakukan secara lebih fleksibel. Kedua, riset yang mengupas dampak pandemi secara makro (Pitas & Ehmer, 2020). Tipe riset ini menggunakan data sekunder *time series* pada periode sebelumnya secara masif untuk melakukan proyeksi terhadap indikator yang akan terjadi di masa yang akan datang. Beberapa lembaga riset dunia mulai banyak melakukan riset proyeksi ekonomi beberapa periode ke depan menggunakan data objektif makro moneter yang tersedia dalam beberapa periode sebelumnya (OECD, 2020).

Pandemi dan Pariwisata

Dampak wabah Virus Corona (Covid-19) bagi industri pariwisata, khususnya Indonesia tentu sangat berpengaruh. Sejumlah pembatalan kedatangan wisatawan asal China terjadi sejak wabah virus diumumkan. Lengangnya kursi pesawat, begitu juga hotel, cruise operator, dan potensi bisnis lainnya pun menjadi lepas. Sebagai gambaran, realisasi kunjungan wisatawan mancanegara selama 2019 mencapai 16,3 juta dari target 18 juta. Dari total kunjungan itu, sebanyak 12% wisatawan berasal dari Tiongkok, atau setara dengan 1,95 juta orang.

Pemerintah menyiapkan tiga strategi untuk mengantisipasi penurunan kinerja pariwisata. Pertama, mendorong wisatawan domestik. Kedua, mengalihkan rute penerbangan Tiongkok menjadi rute dalam negeri. Ketiga, mempromosikan alternatif tujuan pariwisata. Selain itu, pemerintah juga memberikan insentif pada sektor pariwisata sebesar Rp298 miliar yang diharapkan memberikan dampak untuk mengakselerasi wisatawan dengan target sebesar 736 ribu yang difokuskan ke pasar-pasar lain selain Cina yaitu di negara seperti Australia, Amerika, dan Eropa.

Aktivitas lintas sektor pariwisata juga berdampak pada lintas pelaku ekonomi. Seperti penawaran barang dan jasa secara tidak langsung dapat membantu kegiatan ekonomi masyarakat pada sektor lain. Pada masa pandemi Covid-19 telah meluluhlantakkan berbagai sektor perekonomian berbagai aktivitas ekonomi terlebih dalam sektor pariwisata terpaksa

dihentikan. Sejumlah hotel di daerah-daerah wisata seperti Bali, Jakarta, dan Yogyakarta Surabaya ditutup. Pemutusan hubungan kerja (PHK) menjadi langkah efektif bagi perusahaan untuk mengurangi kerugian perusahaan yang semakin bertambah (Syaharuddin, 2020). Hal ini bertujuan agar tidak terjadi interaksi antar satu dengan lainnya. Interaksi seperti itu mendominasi pandangan jika terjadi benturan kepentingan antara individu dengan kelompok kepentingan. Interaksi sosial hanya terjadi antara para pihak dalam peristiwa reaksi ke dua sisi.

Interaksi sosial tidak terjadi jika orang memegang langsung hubungan dengan sesuatu yang tidak mempengaruhi sistem sosial sebagai akibat dari hubungan tersebut. Oleh karena itu pemerintah menerapkan pembatasan sosial untuk mengurangi interaksi dan campur baur pada masyarakat dalam rangka pemutusan rantai penyebaran Covid-19. Terhitung sejak awal 2020 aktivitas jumlah kunjungan wisatawan menurun. Hal ini dikarenakan banyak negara yang menghentikan penerbangan dan menerapkan *lockdown* pada wilayahnya. Pemberlakuan pembatasan sosial juga berdampak pada aktivitas ekspor dan impor pada negara-negara. Dampak dari wabah Covid-19 ini begitu banyak merugikan berbagai pihak pelaku ekonomi. Hal ini menjadi tantangan bagi pemerintah untuk meningkatkan kembali aktivitas roda perekonomian yang sedang melemah. Dengan mengeluarkan beberapa kebijakan seperti New Normal yang akan diterapkan diharapkan dapat menstabilkan keadaan ekonomi kembali.

Daftar Pustaka

- Adnan, M., Khan, S., Kazmi, A., Bashir, N., & Siddique, R. (2020). Covid-19 infection: Origin, transmission, and characteristics of human coronaviruses. *Journal of Advanced Research*, 24, 91–98. <https://doi.org/10.1016/j.jare.2020.03.005>
- Asian Development Bank. (2020). The economic impact of the Covid-19 outbreak on developing Asia. *ASEAN Policy Brief*, 9(128), 1–14. <https://doi.org/10.22617/BRF200096>
- BPS. (2019). *Profil Kemiskinan di Jawa Timur*, (45), 1–8.
- Crespi, R., & Martín-Oliver, A. (2015). Do family firms have better access to external finance during crises? *Corporate Governance: An International Review*, 23(3), 249–265. <https://doi.org/10.1111/corg.12100>
- Henry, B. F. (2020). Social Distancing and Incarceration: Policy and Management Strategies to Reduce Covid-19 Transmission and Promote Health Equity Through Decarceration. *Health Education & Behavior: The Official Publication of the Society for Public Health Education*, 1090198120927318. <https://doi.org/10.1177/1090198120927318>
- Jufriadi, J. (n.d.). Faktor-Faktor Yang Berpengaruh Terhadap Kemiskinan Di Kabupaten Sampang, Madura, 252–269.
- Laster Pirtle, W. N. (2020). Racial Capitalism: A Fundamental Cause of Novel Coronavirus (Covid-19) Pandemic Inequities in the United States. *Health Education & Behavior*, 109019812092294. <https://doi.org/10.1177/109019812092294>
- Marcus, B., & Simon, L. (2008). The Possible Macroeconomic Impact On The Uk Of An Influenza Pandemic. *HEALTH ECONOMICS*, 1131(2007), 1127–1131. <https://doi.org/10.1002/hec>
- OECD. (2020). *Coronavirus: The world economy at risk 2*, (March).
- Oskoui, K. N. (2020). The growing impact of coronavirus on the global economy. *GECF*, (March), 3–5. Retrieved from <http://theconversation.com/the-growing-impact-of-coronavirus-on-the-global-economy-132030>
- Pitas, N., & Ehmer, C. (2020). Social Capital in the Response to Covid-19. *American Journal of Health Promotion: AJHP*, 890117120924531. <https://doi.org/10.1177/0890117120924531>
- Satriyati, E. (2009). Upaya Pengentasan Kemiskinan di Madura sebagai Model Pengembangan Tanggung Jawab So sial 1, (031).

- Sumner, A., Hoy, C., & Ortiz-juarez, E. (2020). Estimates of the impact of Covid-19 on global poverty. WIDER Working Paper 2020/43, (April).
- Suryadarma, D. (n.d.). The Impact of Covid-19 Outbreak on Poverty : An Estimation for Indonesia The Impact of Covid-19 Outbreak on Poverty : An Estimation for Indonesia. Smeru Working Paper.
- UI, L. F. (2020). Indonesia Economic Outlook.
- Vos, B. Y. R. O. B., Martin, W., & Laborde, D. (2020). How much will global poverty increase because of Covid-19?
- Zimmermann, K. F. (2020). Inter-country Distancing, Globalization and the Coronavirus Pandemic. <https://doi.org/10.1111/twec.12969>

Digitalisasi

Sektor Pariwisata Pesisir

Alvin S. Prasetyo & Ahmad Kamil

Globalisasi Ekonomi

Era globalisasi ekonomi seperti saat ini sangat membutuhkan peran Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK). Hal ini mendorong terjadinya transisi perekonomian dari *resource based economy* menjadi *knowledge based economy* (Harris, 2001). Menurut Chun-Chien & Chih-Hai (2008), suatu negara atau wilayah yang pembangunannya bertumpu pada *knowledge based economy*, ternyata mempunyai perkembangan yang jauh lebih baik dibandingkan negara yang mengandalkan *resource based economy*, sebab *knowledge-based economy* lebih menekankan bahwa Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) menjadi kunci utama keberhasilan ekonomi di masa depan. Oleh sebab itu, penggunaan Informasi Teknologi Komunikasi (TIK) tidak dapat diabaikan untuk kemajuan ekonomi.

Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) juga dirasakan oleh wilayah Madura, terutama bagi pelaku UMKM yang ada di sektor pariwisata pesisir utara Madura. Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) dapat memudahkan untuk memasarkan produk UMKM sektor pariwisata laut pesisir utara Madura, menghemat biaya operasional, meningkatkan produktivitas, dan meningkatkan pelayanan. UMKM yang melakukan transaksi secara online di sektor pariwisata pesisir utara Madura masih tergolong sedikit. Padahal di masa pandemi, transaksi online menjadi solusi untuk menjalankan usaha, sehingga penjualan tetap berjalan dibanding yang melakukan transaksi secara langsung. Hal ini menjadi penting untuk segera melakukan percepatan

digitalisasi UMKM. Dengan demikian, mengoptimalkan digitalisasi dapat membantu pengembangan UMKM pada sektor pariwisata laut pesisir utara Madura.

UMKM pada sektor pariwisata laut pesisir utara Madura jika telah menggunakan TIK dalam operasi sehari-hari dapat mempermudah komunikasi internal, kolaborasi tim, manajemen keuangan, dan mempercepat berbagi informasi baik dengan pemangku kepentingan bisnis maupun dengan konsumen. UMKM pada sektor pariwisata laut pesisir utara Madura yang memanfaatkan TIK juga dapat memperbaiki layanan kepada konsumen, sehingga konsumen merasa puas. Oleh sebab itu, UMKM pada sektor pariwisata pesisir laut utara Madura dituntut untuk menguasai TIK, sehingga dapat terwujud digitalisasi UMKM. Jika digitalisasi UMKM terwujud, maka kemajuan UMKM sektor pariwisata laut di kawasan Madura akan tercapai.

Digitalisasi UMKM

Digitalisasi UMKM (Usaha Mikro Kecil Menengah) adalah suatu upaya untuk memasarkan produk UMKM Jawa Timur secara online dengan mengoptimalkan penggunaan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK). Digitalisasi UMKM yang beralih ke pola penjualan secara online melalui *marketplace* menjadi suatu pemecahan masalah bagi usaha mikro kecil menengah (UMKM) untuk bertahan tetap hidup dan membantu perekonomian rumah tangga di era pandemi Covid-19 saat ini. Digitalisasi UMKM telah menjadi sesuatu hal yang sudah tidak dapat dielakkan lagi sekaligus menjadi salah satu solusi bagi para pelaku UMKM yang jumlahnya sangat besar.

Peran UMKM sebenarnya telah diuraikan oleh ekonom Schumpeter. Kunci utama perekonomian suatu negara dapat maju berdasarkan pemikiran Schumpeter yaitu adanya peran wiraswasta (Maradana et al, 2017). Wiraswasta dalam hal ini yaitu pelaku UMKM, maka dari itu jiwa entrepreneur dalam menjalankan UMKM berperan dalam meningkatkan keuntungan, yang nantinya meningkatkan pendapatan rumah tangga sehingga meningkatkan standar hidup dalam masyarakat (Louçã, 2014). Masyarakat semakin sejahtera, maka perekonomian semakin maju.

Schumpeter juga memberikan pandangan bahwa pelaku wiraswasta untuk terus melakukan inovasi, karena zaman terus mengalami perubahan, sehingga perlu penyesuaian (Law & Goh, 2020). Jika benar

dilakukan maka usaha akan tetap bertahan. Arti inovasi yang dimaksud oleh Schumpeter adalah berupa perbaikan teknologi dengan mengedepankan kreativitas. Hal ini memberikan makna bahwa pelaku UMKM harus terus melakukan inovasi dengan mengedepankan penggunaan teknologi sehingga produk yang dihasilkan lebih berkualitas, dan nantinya berdaya saing.

Urgensi penelitian ini dilakukan dapat dilihat secara akademik dan secara praktis. Secara akademik, hasil penelitian dapat dijadikan sebagai hasil riset akademik dalam rangka mendorong kemajuan UMKM sektor pariwisata laut pesisir utara Madura, di samping itu hasil penelitian dapat dipublikasikan kedalam jurnal nasional terakreditasi atau jurnal internasional yang terakreditasi. Secara praktis, hasil penelitian nantinya akan dijadikan sebagai bahan rekomendasi kebijakan Pemerintah daerah terutama terkait dengan UMKM. Guna mendorong digitalisasi UMKM maka studi ini perlu dilakukan analisis lebih lanjut. Penelitian nantinya berusaha untuk merumuskan strategi pengembangan digitalisasi UMKM pada sektor pariwisata pesisir utara Madura sehingga dapat sebagai bahan masukan bagi pelaku UMKM dalam menerapkan digitalisasi dalam proses bisnisnya.

Konsep Ekonomi

Biaya produksi merupakan penentu penting dari keputusan pasokan perusahaan. Biaya produksi adalah semua pengeluaran yang dilakukan oleh perusahaan untuk memperoleh faktor-faktor produksi dan bahan-bahan mentah yang akan digunakan untuk menciptakan barang-barang yang diproduksi perusahaan tersebut (Nicholson, 2002). Setidaknya ada tiga konsep biaya yang berbeda yang dihadapi dalam ilmu ekonomi: biaya peluang, biaya akuntansi, dan biaya ekonomi (Case & Fair, 2005). Biaya peluang adalah biaya suatu barang yang diukur dengan penggunaan alternatif yang dihilangkan dengan memproduksi barang tersebut. Biaya akuntansi adalah konsep yang memasukkan biaya apa yang dibayarkan. Biaya akuntansi menekankan pada apa yang sebenarnya dibayar untuk input, bahkan jika jumlah tersebut telah dibayar jauh sebelumnya. Biaya ekonomi adalah jumlah yang diperlukan untuk menyimpan input dalam penggunaannya saat ini; jumlah yang akan bernilai dalam penggunaan alternatif terbaik berikutnya. Biaya ekonomi di sisi lain, didefinisikan sebagai pembayaran yang diperlukan untuk mempertahankan input

dalam pekerjaannya saat ini, atau remunerasi yang sumber daya terima dalam penggunaan alternatif terbaik berikutnya.

Selanjutnya biaya ekonomi dari tiga input, yaitu biaya tenaga kerja, modal, dan jasa pengusaha (pemilik) (Sukirno, 2002). Para ekonom dan akuntan memandang biaya tenaga kerja dengan cara yang hampir sama. Bagi akuntan, pengeluaran perusahaan untuk upah dan gaji adalah biaya saat ini dan karena itu merupakan biaya produksi. Para ekonom menganggap pembayaran upah sebagai biaya eksplisit: jasa tenaga kerja (jam pekerja) dibeli dengan tarif upah per jam (yang kami nyatakan dengan w), dan tarif ini adalah jumlah yang akan diperoleh pekerja dalam pekerjaan alternatif terbaik mereka berikutnya.

Dalam hal jasa modal, definisi akuntansi dan ekonomi dari biaya sangat berbeda. Akuntan, dalam menghitung biaya modal, menggunakan harga historis dari mesin tertentu dan menerapkan aturan penyusutan untuk menentukan berapa banyak dari harga awal mesin yang dibebankan ke biaya saat ini. Ekonom, di sisi lain, menganggap jumlah yang dibayarkan untuk sebuah mesin sebagai *sunk costs*. Setelah biaya tersebut telah dikeluarkan, tidak ada cara untuk mendapatkannya kembali.

Karena *sunk costs* tidak mencerminkan peluang yang hilang, para ekonom malah berfokus pada biaya implisit sebuah mesin sebagai apa yang orang lain bersedia bayarkan untuk menggunakannya. Jadi, biaya satu jam mesin adalah tarif sewa untuk mesin itu dalam penggunaan alternatif terbaik. Dengan terus menggunakan mesin tersebut, perusahaan secara implisit melepaskan sewa yang bersedia dibayar oleh orang lain untuk penggunaannya. Misalkan v untuk menunjukkan tarif sewa ini untuk satu jam mesin. Ini adalah tarif yang harus dibayar perusahaan untuk penggunaan mesin selama satu jam, terlepas dari apakah perusahaan memiliki mesin dan secara implisit menyewanya dari dirinya sendiri atau jika ia menyewa mesin dari orang lain.

Pemilik perusahaan berhak atas apa pun yang tersisa dari pendapatan perusahaan setelah semua biaya dibayar. Bagi seorang akuntan, semua kelebihan ini akan disebut "keuntungan" (atau "kerugian" jika biaya melebihi pendapatan). Namun, para ekonom menanyakan apakah pemilik (atau pengusaha) juga menghadapi biaya peluang dengan terlibat dalam bisnis tertentu. Jika demikian, layanan kewirausahaan harus dianggap sebagai input bagi perusahaan, dan biaya ekonomi harus diperhitungkan untuk input tersebut.

Misalnya, seorang *programmer* komputer yang sangat terampil memulai sebuah perusahaan perangkat lunak dengan gagasan untuk mempertahankan keuntungan (akuntansi) yang mungkin dihasilkan. Waktu *programmer* jelas merupakan masukan bagi perusahaan, dan biaya harus diperhitungkan untuk itu. Mungkin upah yang mungkin diperintahkan oleh *programmer* jika dia bekerja untuk orang lain dapat digunakan untuk tujuan itu. Oleh karena itu, beberapa bagian dari laba akuntansi yang dihasilkan oleh perusahaan akan dikategorikan sebagai biaya kewirausahaan oleh para ekonom. Keuntungan ekonomi sisa akan lebih kecil dari keuntungan akuntansi. Mereka bahkan mungkin negatif jika biaya peluang *programmer* melebihi keuntungan akuntansi yang diperoleh bisnis.

Biaya produksi jangka pendek meliputi biaya tetap (*fixed cost*) dan biaya berubah (*variable cost*) (Samuelson & Nordhaus, 2004). Biaya tetap (*fixed cost*) adalah biaya yang dikeluarkan oleh perusahaan untuk menghasilkan sejumlah output tertentu, yang mana biaya tersebut besarnya tetap tidak tergantung dari output yang dihasilkan. Yang termasuk dalam biaya tetap ini misalnya: gaji tenaga administrasi, penyusutan mesin, penyusutan gedung dan peralatan lain, sewa tanah, sewa kantor dan sewa gudang.

Biaya variabel merupakan biaya yang besarnya berubah-ubah tergantung dari banyak sedikitnya output yang dihasilkan. Semakin besar jumlah output semakin besar pula biaya variabel yang harus dikeluarkan. Yang termasuk dalam biaya variabel ini adalah biaya bahan baku, biaya tenaga kerja langsung, bahan bakar, listrik dsb. Biaya tetap dan biaya variabel ini jika dijumlahkan hasilnya merupakan biaya total. Biaya lainnya dalam produksi yaitu biaya rata-rata (AC) dan tambahan biaya (MC). Biaya rata-rata produksi adalah total biaya produksi dibagi dengan total output, sedangkan tambahan biaya atau marginal cost adalah biaya tambahan untuk memproduksi satu unit output lagi.

Teori Schumpeter

Salah satu pendapat Schumpeter yang juga merupakan landasan teori pembangunannya adalah keyakinan bahwa sistem yang paling baik yang dapat menciptakan pembangunan ekonomi secara pesat adalah sistem kapitalisme. Dan berikutnya satu pemikiran dengan mazhab klasik, ia memperkirakan sistem kapitalisme dalam jangka panjang akan mengalami stagnasi (Langroodi, 2017).

Menurut Schumpeter, kunci utama pertumbuhan ekonomi adalah para wiraswasta. Kemajuan ekonomi suatu negara hanya bisa terwujud dengan adanya inovasi oleh para entrepreneur. Entrepreneur selain mampu meningkatkan keuntungan dan menaikkan standar hidup masyarakat juga mampu memenangkan persaingan untuk memperoleh kedudukan monopoli (Mehmood et al, 2019).

Inovasi merupakan perbaikan teknologi dalam arti luas misalnya penemuan produk baru, pembukaan pasar baru yang bersumber dari kreativitas para wiraswasta untuk perbaikan kualitatif dari sistem ekonomi itu sendiri. Terdapat tiga pengaruh yang ditimbulkan dari inovasi yaitu, diperkenalkannya ekonomi baru, menimbulkan keuntungan lebih yang merupakan sumber dana penting bagi akumulasi modal, dan timbulnya proses peniruan (imitasi) dari pengusaha-pengusaha lain (Croitoru, 2019).

Menurut Schumpeter, inovasi yang diwujudkan dalam bentuk investasi merupakan penggerak pembangunan ekonomi. Investasi, pada gilirannya, didorong oleh ekspektasi keuntungan. Dengan demikian, jika suatu negara ingin mendorong pertumbuhan ekonomi, maka suatu negara harus mencari cara untuk menghidupkan ekspektasi keuntungan investor.

Uraian tersebut menjelaskan bahwa teori Schumpeter ini tidak memandang aspek pertumbuhan penduduk maupun keterbatasan sumber daya yang dimiliki sebagai aspek terpenting dalam perekonomian. Jadi, inti dari teori Schumpeter adalah inovasi oleh para pengusaha dapat berupa, mengenalkan barang-barang baru maupun barang-barang berkualitas baru yang belum ditemukan konsumen sebelumnya, mengenalkan metode produksi yang baru yang lebih efektif dan efisien, membuka pasar baru bagi perusahaan. Hal ini dapat ditunjukkan dengan tingkat ekspor guna memperluas pasar untuk produksinya, penemuan sumber-sumber ekonomi baru, dan menjalankan organisasi baru dalam industri.

Daftar Pustaka

- Bangun, Wilson. 2007. *Teori Ekonomi Mikro*. Bandung: Penerbit PT. Refika Aditama
- Case, K.L dan Fair, R.C. (2005). *Prinsip-Prinsip Ekonomi Mikro*. Edisi ketujuh. Jakarta: Indeks Kelompok Gramedia.
- Chun-Chien, K., & Chih-Hai, Y. (2008). Knowledge capital and spillover on regional economic growth: evidence from China. *China Economic Review*, 19(4), 594–604.
- Harris, R. G. (2001). The knowledge-based economy: intellectual origins and new economic perspectives. *International Journal of Management Reviews*, 3(1), 21–40.
- Law, S. H., Sarmidi, T., & Goh, L. T. (2020). Impact of Innovation on Economic Growth: Evidence from Malaysia. *Malaysian Journal of Economic Studies*, 57(1), 113–132.
- Louçã, F. (2014). The elusive concept of innovation for Schumpeter, Marschak and the early econometricians. *Research Policy*, 43(8), 1442–1449. <https://doi.org/10.1016/J.RESPOL.2014.02.002>
- Maradana, R. P., Pradhan, R. P., Dash, S., Gaurav, K., Jayakumar, M., & Chatterjee, D. (2017). Does innovation promote economic growth? Evidence from European countries. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 6(1), 1–23.
- Nicholson, Walther. 2002. *Mikroekonomi Intermediate dan Aplikasinya*. Edisi Kedelapan. Jakarta: Erlangga.
- Pindyck, Robert S. and Rubinfeld, Daniel. 1999. *Mikro Ekonomi*. Jilid 1, Jakarta: Prenhallindo.
- Samuelson, Paul A dan Nordhaus, William D. 2004. *Ilmu Mikroekonomi*. Jakarta: Media Global Edukasi.
- Sukirno, Sadono. (2002). *Pengantar Teori Ekonomi Mikro*. Edisi ketiga. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Reinventing Government

dalam Pariwisata

Andri Wijanarko & Alifah Rokhmah Idialis

Sektor Pariwisata Madura

Perkembangan sektor pariwisata pada sepuluh tahun terakhir di Pulau Madura mengalami fluktuasi. Pada kurun waktu 2012 sampai 2013 dan 2018 sampai 2019 jumlah kunjungan wisatawan domestik dan mancanegara ke Pulau Madura mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Akan tetapi, untuk kurun waktu tahun 2020 sampai 2021 jumlah kunjungan wisatawan domestik dan mancanegara ke Pulau Madura mengalami penurunan yang sangat drastis. Hal ini disebabkan oleh pandemi Covid-19 yang sedang terjadi di dalam kurun waktu tersebut.

Jika kita telisik dan teliti lebih mendalam jumlah kunjungan wisatawan asing ke Pulau Madura masih sangat mini. Hal ini dikarenakan akomodasi dan fasilitas yang ditawarkan serta promosi wisata Pulau Madura yang masih belum optimal. Untuk dapat mengoptimalkan wisata khususnya wisata halal di Pulau Madura sangat membutuhkan peran penting pemerintah sebagai regulator dan kontrol terhadap pelaksanaan pariwisata halal di Pulau Madura. Regulator dan kontrol yang efisien, efektif, dan optimal dapat terwujud jika pemerintah daerah di Pulau Madura menerapkan konsep *reinventing government*. *Reinventing government* adalah perwujudan pemerintahan katalisator atau sering disebut juga pemerintahan wirausaha. *Reinventing government* bermakna lembaga sektor pemerintah yang berkebiasaan entrepreneurial, dengan memanfaatkan Sumber Daya yang ada namun menggunakannya dengan cara yang baru guna mencapai efisiensi dan efektifitas kinerja

pemerintahan sebagai pelayan publik dan bukan berfokus pada bisnis. Dengan adanya *reinventing government* pengelolaan pariwisata halal di Pulau Madura lebih efektif dan efisien serta optimal.

Optimalisasi dan efisiensi pariwisata halal dapat terwujud jika ada sinergi antara *reinventing government* dengan pariwisata halal. Untuk membuktikan bahwa dengan adanya sinergi antara keduanya sehingga pariwisata halal dapat berjalan secara optimal dan efisien, maka penelitian ini berfokus menelisik lebih dalam keterlibatan *reinventing government* dalam menciptakan optimalisasi dan efisiensi pariwisata halal. Ada indikasi bahwa *reinventing government* memiliki peranan penting dalam menghasilkan pengembangan pariwisata halal yang lebih baik dan tumbuh secara signifikan. Untuk membuktikan bahwa optimalisasi dan efisiensi pariwisata halal disebabkan oleh *reinventing government*, maka penelitian ini menggunakan metode Stochastic Frontier Analysis (SFA). SFA adalah sebuah metode untuk membuktikan tingkat efisiensi dari sebuah output yang disebabkan oleh input.

Teori Pariwisata

Secara umum definisi pariwisata adalah seseorang yang melakukan perjalanan ke tempat lain dengan tujuan tertentu. Menurut United Nation World Tourism Organization (UNWTO) pariwisata adalah suatu kegiatan perjalanan dan menetap yang dilakukan oleh seseorang di tempat lain yang bukan merupakan lingkungan tempat tinggalnya. Kegiatan wisata ini memiliki tujuan antara lain; untuk bersenang-senang, bisnis, atau tujuan lainnya. Pada umumnya kegiatan wisata dilakukan untuk berlibur dan mengisi waktu senggang. Kegiatan ini biasanya dilakukan dalam tempo jangka pendek. Sementara itu, turis mancanegara didefinisikan sebagai pengunjung non-penduduk yang tinggal paling sedikitnya satu malam baik dilakukan secara kolektif atau pribadi di negara tujuan pariwisatanya.

UNWTO membagi pariwisata menjadi dua bagian, antara lain:

1. Pariwisata domestik (*inbound / domestic tourism*)
Pariwisata domestik adalah aktivitas atau kegiatan wisata yang dilakukan oleh penduduk lokal atau domestik.
2. Pariwisata luar negeri (*outbond tourism*)
Pariwisata luar negeri adalah aktivitas atau kegiatan wisata yang dilakukan oleh turis mancanegara.

Sama halnya dengan definisi oleh UNWTO, definisi menurut Badan Pusat Statistik pariwisata adalah setiap orang yang melakukan perjalanan ke suatu negara di luar negara tempat tinggalnya dengan tempo waktu kurang dari satu tahun. Kegiatan wisata ini didorong oleh suatu tujuan utama yaitu: bisnis, berlibur, atau tujuan pribadi lainnya, dan atau untuk bekerja dengan penduduk negara yang dikunjungi. BPS membagi definisi turis mancanegara menjadi dua kategori, antara lain:

Wisatawan adalah setiap pengunjung yang tinggal paling sedikitnya 24 jam, tetapi tidak lebih dari 12 (dua belas) bulan di tempat yang dikunjungi. Wisatawan memiliki tujuan kunjungan antara lain; berlibur, rekreasi, mengunjungi teman atau keluarga, belajar atau pelatihan, kesehatan, olah raga, keagamaan, belanja, transit, dan lain-lain. Tujuan lain dari wisata yang dilakukan oleh wisatawan adalah untuk bisnis dan profesional meliputi; menghadiri pertemuan, konferensi atau kongres, pameran dagang, konser, pertunjukan, dan lain-lain.

Pelancong memiliki definisi adalah setiap pengunjung yang tinggal kurang dari dua puluh empat jam di tempat yang dikunjungi (termasuk *cruise passenger* yaitu setiap pengunjung yang tiba di suatu negara dengan kapal atau kereta api, di mana mereka tidak menginap di akomodasi yang tersedia di negara tersebut).

Secara umum pariwisata halal dapat didefinisikan sebagai pengunjung atau seseorang yang melakukan perjalanan atau Wisatawan yang memiliki tujuan kunjungan antara lain; berlibur dan rekreasi dengan destinasi wisata yang memberikan pelayanan dan ketentuan destinasi wisata yang sudah menerapkan konsep dan prinsip syariah Islam, seperti: wisata yang di mana semua barang yang ditawarkan dan tempat yang ditawarkan sudah menerapkan konsep dan prinsip halal. Sehingga wisatawan khususnya wisatawan muslim akan merasa nyaman dan aman karena sudah sesuai dengan konsep-dan prinsip syariah dan halal.

Reinventing Government

Reinventing government didefinisikan sebagai suatu usaha sadar dan terencana untuk mengubah struktur dan prosedur birokrasi yang lebih efektif dan efisien (Hasan dan Yaya, 2019). Pentingnya *Reinventing government* guna mendapatkan kepercayaan masyarakat untuk membangun sebuah negara yang lebih baik yang berprinsip dan berkonsep pada *Governance*. Menurut Drumaux dan Joyce (2015) dalam menghasilkan sebuah pemerintahan yang baik, efektif, dan efisien

pemerintah perlu melakukan kesediaan untuk melakukan konsultasi publik sebelum membuat rekomendasi. Selain itu, unsur dari *Reinventing government* juga berupa reformasi administrasi yang mendalam yang terdiri dari dukungan politik dari politisi yang tercerahkan, partisipasi publik yang luas, interaksi antar departemen, dan peningkatan pengaturan kelembagaan (Shan, 2009). Sebuah negara dikatakan baik apabila pemerintahan yang dimiliki baik dan demokratis yaitu sebuah pemerintahan yang berfungsi sebagai katalis untuk pembangunan. Pengelolaan negara yang baik menciptakan ekosistem inovasi (Lee dan Choi, 2017). Arti dari ekosistem inovasi adalah pemerintah mampu menciptakan jiwa kewirausahaan dalam birokrasi pemerintahan yang berorientasi pada pelayan publik bukan untuk bisnis (Önder, 2017)

Berdasarkan penjelasan komprehensif mengenai *reinventing government* maka dapat diambil sebuah kesimpulan bahwa *reinventing government* memiliki keunggulan. Keunggulan *Reinventing government* Dari segi keuangan publik berdasarkan Moran dan Porter (2014) menyatakan bahwa Departemen Keuangan akan lebih aktif dalam memfasilitasi hasil pembangunan sosial dari dana publik yang diamanatkan oleh DPR. Keunggulan *reinventing government* dalam birokrasi yaitu pemerintah dapat mengikutsertakan masyarakat dalam proses pengambilan keputusan dengan memanfaatkan dan mengembangkan teknologi baru. Nawi dan Umar (2019) menyatakan bahwa dengan *reinventing government* dapat membuat model “Pelayanan Birokrasi yang Konstruktif”, yaitu memadukan kepentingan negara, pemerintah, birokrasi dan masyarakat dalam satu kesatuan “melayani” untuk “pelayanan” yang terbaik bagi publik. Santiso (2015) menyebutkan bahwa tata pemerintahan yang baik membutuhkan perpaduan legitimasi yang tepat, yaitu responsif dan akuntabel kepada warga negara; kapasitas, yaitu kemampuan untuk menyelesaikan sesuatu; dan otonomi, yaitu perlindungan dari campur tangan politik. David et al. (2017) menyimpulkan bahwa dengan adanya implementasi *reinventing government* dapat menciptakan potensi gerakan teknologi sipil untuk meningkatkan pengembangan kota pintar dan gerakan kota pintar.

***Reinventing Government* dan Pariwisata**

Penelitian ini berangkat dari asumsi bahwa ada keterkaitan baik secara langsung maupun tidak langsung dari *Reinventing government* terhadap sektor pariwisata. Asumsi ini kemudian telah dibuktikan oleh

berbagai penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa ada keterkaitan aspek *Reinventing government* terhadap pariwisata atau sebaliknya ada keterkaitan pariwisata terhadap *Reinventing government*.

Pentingnya *governance* yang merupakan bagian utama dari *Reinventing government* dalam sebuah Negara. *Governance* menunjukkan adanya transparansi dan tata kelola yang baik. *Governance* yang terimplementasi dengan baik dan benar dapat menekan angka KKN. Fungsi control dan manajerial yang baik dan profesional mendatangkan dampak positif bagi kemajuan sebuah Negara dari berbagai sector tak terkecuali dari sector pariwisata. *Reinventing government* mampu meningkatkan kepercayaan publik baik dalam negeri dan mancanegara terhadap negara tersebut. Dampak yang dapat dirasakan dengan penerapan *reinventing government* yang baik, benar dan profesional di bidang pariwisata yaitu mampu mendatangkan jumlah wisatawan mancanegara lebih banyak, sehingga akan berdampak kepada pendapatan Negara yang meningkat. Hal ini dibuktikan oleh penelitian Qin et al. (2015) menyatakan bahwa keterlibatan pemerintah dalam pengelolaan pariwisata berdampak pada perbaikan sektor pariwisata terutama infrastruktur. Peran pemerintah dalam pengembangan pariwisata sebagai pembuat keputusan, pialang kekuasaan, dan pemangku kepentingan mendorong kemajuan di sector pariwisata. Zhang et al. (1999) menemukan bahwa pengelolaan pariwisata yang baik dan benar hendaknya diserahkan kepada pemerintah, karena sector swasta di Negara berkembang masih belum mumpuni dalam mengelola pariwisata. Jenkins dan Henry (1982), pengelolaan yang baik pada pariwisata oleh pemerintah akan mendatangkan investasi bagi sector ini. Negara-negara yang melibatkan peran serta pemerintah dalam pengelolaan sector pariwisata menunjukkan perkembangan sector ini yang membaik (Kubickova dan Li, 2016). Hasil penelitian lain dari Shim dan Lee (2015) menunjukkan bahwa ada persepsi positif dan negatif yang muncul dari masyarakat terhadap pengelolaan pariwisata yang dilakukan oleh pemerintah. Persepsi positif muncul apabila keterlibatan pemerintah dalam pengembangan pariwisata diperlukan untuk mengembangkan masyarakat secara efisien, cara terbaik untuk mendapatkan dukungan penduduk adalah dengan memaksimalkan dampak keterlibatan pemerintah yang positif. Namun persepsi dampak keterlibatan pemerintah yang negatif memiliki sedikit pengaruh terhadap kepuasan masyarakat dengan pengembangan pariwisata yang digerakkan pemerintah. Selain

aspek social politik yang mempengaruhi sektor pariwisata, aspek finansial menjadi salah satu pendukung utama dalam pengembangan sektor pariwisata (Xiang et al., 2013).

Selain tatakelola bagian utama dalam implementasi *reinventing government* dalam pengembangan pariwisata yaitu unsur keterlibatan institusi atau kelembagaan dan risiko negara. Institusi sebagai badan atau organisasi pembuat keputusan menjadikan factor kelembagaan menjadi salah satu factor yang dapat mempengaruhi pengembangan dan kemajuan sektor pariwisata. Pemerintah sebagai institusi resmi yang membuat, memutuskan, dan menjalankan Undang-undang sesuai konstitusi yang berlaku hendaknya tetap mengacu dan mempertimbangkan kebebasan sipil dalam pengembangan pariwisata (King dan Gatchet, 2017). Kebebasan sipil ini dimaksudkan untuk mempertahankan nilai-nilai kearifan lokal pada pariwisata setempat.

Perlunya landasan hukum pada sektor pariwisata untuk menghindari kegagalan. Kegagalan dapat membuat perubahan yang tidak hanya mengancam dampak negatif pada perdagangan dunia, tetapi juga industri pariwisata (Kubickova dan Li, 2010). Perlunya akses kebebasan berpolitik bagi wisatawan untuk menghindari rasisme, xenofobia, dan kontrol perbatasan yang terbatas (Bianchi et al., 2020). Sementara itu, menurut Fieldinga and Shortland (2017) menemukan beberapa bukti bahwa:

1. Wisatawan bereaksi negatif terhadap serangan yang ditargetkan pada industri pariwisata yang mengakibatkan hilangnya nyawa atau cedera. Ada juga beberapa bukti bahwa turis Eropa bereaksi sangat kuat terhadap peristiwa berskala besar (yang dipublikasikan dengan baik).
2. Para turis Eropa bereaksi jauh sensitif terhadap kekerasan daripada turis Amerika.

Penelitian Caoa (2015) menyatakan bahwa pengaturan kelembagaan yang lebih rasional dan efektif diperlukan, dengan fungsi dan tanggung jawab yang jelas untuk pemerintah di berbagai tingkat, sehingga sektor pariwisata dapat berkembang dengan baik dan mendorong terciptanya pertumbuhan ekonomi. Chih-Hsing Liu & Yung-Chuan Huang. Choi et al., (2020) ketidakstabilan politik mempengaruhi kunjungan wisatawan asing. Ketidakstabilan politik mendatangkan ketakutan besar bagi calon wisatawan calon (Radu, 2002). Adanya

ketidakstabilan politik yaitu insiden terorisme di negara asal turis dapat memengaruhi persepsi risiko mereka dan karenanya secara negatif memengaruhi niat untuk bepergian ke luar negeri (Adam, 2015; Deng dan Ritchie, 2018; Teitler-Regev; Shahrabani dan Goziker, 2014). Hasil lain dari penelitian yang dilakukan oleh Díaz et al., (2017) yang dilakukan di Spanyol dan Rusia menunjukkan bahwa keterbukaan visa serta ketidakstabilan politik dan kerusuhan sipil yang terjadi di Rusia menyebabkan penurunan wisatawan ke Rusia dan menarik para wisatawan tersebut ke Spanyol. Hasilnya mendorong pertumbuhan ekonomi dan mengurangi tingkat pengangguran di Spanyol. Hasil lain dari penelitian ini adalah konfrontasi politik internasional mengakibatkan kerugian bagi permintaan pariwisata Rusia ke Spanyol.

Daftar Pustaka

- Agustina, D, M. Sholihin, and A. Fithria, "The Efficiency of Indonesian Islamic Rural Banks: A Stochastic Frontier Analysis," *Int. J. Islam. Econ. Financ.*, vol. 1, no. 2, pp. 229–248, 2019, doi: 10.18196/ijief.1212.
- Álvarez-Díaz, M., González-Gómez, M., & Otero-Giráldez, M. S. (2017). Estimating the effects of regional political climate on Russian tourists to Spain. *Current Issues in Tourism*, 22(4), 409–414. <https://doi.org/10.1080/13683500.2017.1372394>
- Bate, G. C., & Taylor, R. H. (2019). The effects of tourism, economic development and population growth on a small rural area of South Africa. *Transactions of the Royal Society of South Africa*, 74(2), 189–201. <https://doi.org/10.1080/0035919X.2019.1608476>
- Bianchi, R. V., Stephenson, M. L., & Hannam, K. (2020). The contradictory politics of the right to *travel*: mobilities, borders & tourism. *Mobilities*, 15(2), 290–306. <https://doi.org/10.1080/17450101.2020.1723251>
- Cao, X. (2015). Challenges and potential improvements in the policy and regulatory framework for sustainable tourism planning in China: the case of Shanxi Province. *Journal of Sustainable Tourism*, 23(3), 455–476. <https://doi.org/10.1080/09669582.2014.957207>
- Choi, K. H., Kim, M., & Leopkey, B. (2020). Prospective tourists' risk perceptions and intentions to *travel* to a mega-sporting event host country with apparent risk. *Journal of Sport and Tourism*, 23(2–3), 97–114. <https://doi.org/10.1080/14775085.2020.1715826>
- Drumaux, A., & Joyce, P. (2015). Reinventing Public Governance in Europe: The Europe 2020 Strategy. 32, 0–18. <https://doi.org/10.13140/RG.2.1.2351.7045>
- Eni, Y, L. T. Enjelia, J. M. Putri, and F. N. Sari, "The Efficiency of Rice Production Analysis in The Western Part of Indonesia By Using Stochastic Frontier Analysis Method (SFA)," vol. 29, no. 5, pp. 6154–6165, 2020.
- Fielding, D., & Shortland, A. (2011). How do tourists react to political violence? An empirical analysis of tourism in Egypt. *Defence and Peace Economics*, 22(2), 217–243. <https://doi.org/10.1080/10242694.2011.542340>

- Fletcher, J., & Morakabati, Y. (2008). Tourism activity, terrorism and political instability within the Commonwealth: The cases of Fiji and Kenya. *International Journal of Tourism Research*, 10(6), 537–556. <https://doi.org/10.1002/jtr.699>
- Ford, M. R., & Andersson, F. O. (2017). Determinants of organizational performance in a *reinventing government* setting: evidence from the Milwaukee school voucher programme. *Public Management Review*, 19(10), 1519–1537. <https://doi.org/10.1080/14719037.2017.1296487>
- Garcia-Olaya, D. L. C. (2014). Farm tourism a possible resource for the rural population (Spain). *Tourism Recreation Research*, 16(1), 83–84. <https://doi.org/10.1080/02508281.1991.11014613>
- Hadhek, Z, M. Frifita, and M. Lafi, “The Determinants of Profit Efficiency of Islamic Banks Using Stochastic Frontier Analysis Approach,” *Int. J. Econ. Financ. Issues*, vol. 8, no. 6, pp. 20–29, 2018, doi: 10.32479/ijefi.6996.
- Hasan, F., & Yaya, R. (2019). Governance of Village Owned Enterprise from The Perspective of *Reinventing government*. *Riset Akuntansi Dan Keuangan Indonesia*, 4(3), 146–155. <https://doi.org/10.23917/reaksi.v4i3.9123>
- Katharakis, G, M. Katharaki, and T. Katostaras, “An empirical study of comparing DEA and SFA methods to measure hospital units’ efficiency,” *Int. J. Oper. Res.*, vol. 21, no. 3, pp. 341–364, 2014, doi: 10.1504/IJOR.2014.065413.
- King, S. A., & Gatchet, R. D. (2017). Marking the past: Civil rights tourism and the Mississippi freedom trail. *Southern Communication Journal*, 83(2), 103–118. <https://doi.org/10.1080/1041794X.2017.1404124>
- Krebs, T. B., & Pelissero, J. P. (2010). What influences city council adoption and support for *reinventing government*? Environmental or institutional factors? *Public Administration Review*, 70(2), 258–267. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6210.2010.02132.x>
- Kubickova, M., & Li, H. (2017). Tourism Competitiveness, Government and Tourism Area Life Cycle (TALC) Model: The Evaluation of Costa Rica, Guatemala and Honduras. *International Journal of Tourism Research*, 19(2), 223–234. <https://doi.org/10.1002/jtr.2105>

- Kura, S. B. (2008). Towards “*reinventing government*”: The changing perspectives of democratic governance for development. *Public Administration and Development*, 28(3), 234–238. <https://doi.org/10.1002/pad.492>
- Lee, J.-H., & Choi, C. (2018). Reinventing the Government to Nourish Innovation Ecosystem. *SSRN Electronic Journal*. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2916046>
- Liu, C. H., & Huang, Y. C. (2019). An integrated structural model examining the relationships between natural capital, tourism image and risk impact and behavioural intention. *Current Issues in Tourism*, 0(0), 1–18. <https://doi.org/10.1080/13683500.2019.1620187>
- Liu, H. K. (2015). Bring in the Crowd to Reinventing government. *Journal of Public Administration Research and Theory*, muv015. <https://doi.org/10.1093/jopart/muv015>
- Mei, X. Y., Arcodia, C., & Ruhanen, L. (2015). The national government as the facilitator of tourism innovation: evidence from Norway. *Current Issues in Tourism*, 18(12), 1172–1191. <https://doi.org/10.1080/13683500.2013.822477>
- Moran, M., & Porter, D. (2014). Reinventing the Governance of Public Finances in Remote Indigenous Australia. *Australian Journal of Public Administration*, 73(1), 115–127. <https://doi.org/10.1111/1467-8500.12064>
- Nawi, R., & Umar, Z. (2019). *Reinventing government* in Analysis Model of Bureaucracy Service Policy in Indonesia. *Opcion*, 22(35), 2899–2921.
- Nina David, J. G. M. and J. B. J. (2017). Smart technologies for building smart cities. A synthesis of the contributions. *Public Administration and Information Technology*, 24, 191–196. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-58577-2>
- Önder, M. (2010). An application of strategic management to the public sector: What accounts for adoption of *reinventing government* strategies across the states of the United States. 6th International Strategic Management Conference, St Petersburg, Russia.
- Önder, M. (2012). *Reinventing government: Historical Foundations, Philosophy, Critique, and Future Implications*. *Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler E-Dergisi*, 1–20. <https://www.acarindex.com/dosyalar/makale/acarindex-1423868047.pdf>

- Qin, Q., Wall, G., & Liu, X. (2011). Government Roles in Stimulating Tourism Development: A Case from Guangxi, China. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 16(5), 471–487. <https://doi.org/10.1080/10941665.2011.597573>
- Ruhanen, L. (2013). Local government: Facilitator or inhibitor of sustainable tourism development? *Journal of Sustainable Tourism*, 21(1), 80–98. <https://doi.org/10.1080/09669582.2012.680463>
- Santiso, C. (2015). Governing to deliver: Three keys for *reinventing government* in Latin America and the Caribbean. *Governance*, 28(2), 123–126. <https://doi.org/10.1111/gove.12138>
- Shim, W.-S., & Lee, Y.-T. (2003). Residents' Perceptions of Government Involvement Impact and Their Attitudes towards Government Driven Tourism Development. *International Journal of Tourism Sciences*, 3(2), 133–150. <https://doi.org/10.1080/15980634.2003.11434554>
- Stumpf, I. (2016). *Reinventing government* and the separation of powers. *Hungarian Journal of Legal Studies*, 57(1), 42–58. <https://doi.org/10.1556/2052.2016.57.1.4>
- Tunney, J. (2010). World trade law, culture, heritage and tourism. Towards a holistic conceptual approach? *Current Issues in Tourism*, 7(4–5), 383–398. <https://doi.org/10.1080/13683500.408667992>
- Ulubaşoğlu, M. A., & Hazari, B. R. (2004). Zipf's law strikes again: The case of tourism. *Journal of Economic Geography*, 4(4), 459–472. <https://doi.org/10.1093/jnlecg/lbh030>
- Yang, H. S. (2009). *Reinventing government*: Institutional analysis on administrative reform in China. 2009 International Conference on Management Science and Engineering-16th Annual Conference Proceedings, ICMSE 2009, 2032–2038. <https://doi.org/10.1109/ICMSE.2009.5318876>

Pariwisata Alam

Berbasis Komunitas

Anita Kristina & Mohtar Rasyid

Komunitas Wisata

Sektor pariwisata merupakan sektor unggulan dan merupakan salah satu kunci penting dalam pembangunan wilayah di suatu negara maupun peningkatan kesejahteraan bagi masyarakat. Meningkatnya jumlah destinasi dan investasi pariwisata menjadikan sektor pariwisata sebagai faktor kunci dalam peningkatan devisa, penciptaan lapangan kerja, pengembangan usaha dan infrastruktur (ASEAN, 2015). Namun, sekali pun devisa dan kunjungan wisatawan mengalami kenaikan, ternyata tidak semua masyarakat di Indonesia menikmati 'kue manis' atau dampak ekonomi dari pariwisata. Pengembangan kepariwisataan yang terkonsentrasi pada destinasi wisata prioritas, menyebabkan banyak ketimpangan yang terjadi di daerah yang bukan menjadi prioritas. Tidak hanya itu, pariwisata juga berpotensi memiliki dampak negatif bagi kelestarian lingkungan serta masalah sosial.

Untuk meminimalisir adanya efek negatif dari sektor pariwisata, maka diperlukan strategi khusus untuk menjamin adanya pariwisata yang berkelanjutan atau lebih dikenal *sustainable tourism* yang mengedepankan prinsip-prinsip sosial di mana masyarakat di sekitar destinasi wisata dapat terlibat dan ikut serta dalam menghidupkan potensi-potensi lokal yang ada. Dari sinilah kemudian muncul istilah pariwisata berbasis komunitas. Pariwisata berbasis masyarakat atau dikenal dengan istilah Community Based Tourism (CBT) sebagai kegiatan kepariwisataan yang sepenuhnya dimiliki, dijalankan, dan dikelola oleh masyarakat sehingga berkontribusi dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui mata pencaharian

yang berkelanjutan dan melindungi tradisi sosial-budaya yang bernilai maupun sumber daya alam dan warisan budaya.

Perkembangan sektor pariwisata berbasis masyarakat di Indonesia mulai marak sejak beberapa tahun terakhir dibuktikan dengan semakin tingginya tingkat kunjungan wisata di Indonesia. Bahkan pada tahun 2017, pendapatan devisa dari sektor pariwisata mencapai US\$16,8 Miliar dan menjadi penyumbang devisa terbesar ke dua setelah kelapa sawit. Namun demikian, prestasi sektor pariwisata yang sedang naik daun ini secara efektif dihentikan sementara oleh adanya Covid-19. Pandemi ini memangkas jumlah kunjungan wisata dan pemasukan dari sektor pariwisata secara signifikan. Data statistik menunjukkan bahwa penurunan tertinggi sektor pariwisata bersumber dari anjloknya jumlah wisatawan mancanegara. Hal ini dapat dimaklumi karena saat ini masing-masing negara memberlakukan aturan yang sangat ketat bagi warga negaranya untuk bisa bepergian ke luar negeri.

Kondisi semacam ini menyebabkan sektor pariwisata selama masa pandemi praktis hanya menggantungkan diri dari kunjungan wisatawan lokal. Destinasi wisata prioritas (seperti Bali), terlihat sangat terpukul karena selama ini lebih banyak “hidup” dari wisatawan mancanegara. Sementara itu, destinasi wisata lokal yang dibangun oleh masyarakat sekitar masih akan tetap menjadi pilihan pada saat semua aktivitas pertemuan fisik dibatasi selama masa pandemi. Bahkan, wisata tematik yang dibangun atas dasar kreativitas masyarakat setempat justru muncul di saat pandemi.

Wisata Alam Bangkalan

Salah satu contoh dari wisata alam yang berkembang pada saat pandemi adalah wisata hutan mangrove yang terletak di Desa Bancaran, Kabupaten Bangkalan. Peresmian destinasi ini dimulai sejak awal tahun 2020 dan terus dipercantik hingga tahun 2021 seiring dengan semakin banyaknya pengunjung. Sebagian besar pengunjung memang berasal dari warga sekitar yang mulai jenuh dengan aktivitas *indoor* akibat aturan social dan *psychical distancing* oleh pemerintah pusat. Kapasitas tampung destinasi lokal semacam ini memang tidak terlalu luas, namun sudah cukup bisa membuat citra daerah tersebut yang sebelumnya hanya dikenal sebagai tempat pemotongan hewan kumuh berubah menjadi tempat rekreasi yang cukup menarik untuk dikunjungi. Tentu saja keberadaan

destinasi wisata baru ini memberikan peluang baru bagi masyarakat sekitar untuk meningkatkan kesejahteraannya.

Kemunculan destinasi wisata alam desa pada saat pandemi Covid-19 seakan menimbulkan paradoks: di saat sebagian besar masyarakat menghindari aktivitas ekonomi yang mengharuskan pertemuan fisik, ini justru malah membuka kegiatan wisata yang memfasilitasi adanya kontak antar orang. Tapi, bagaimanapun upaya untuk membangkitkan ekonomi desa melalui pariwisata alam ini layak untuk diapresiasi.

Wisata alam lain yang berkembang di saat pandemi adalah wisata pantai yang ada di Desa Talango, Kecamatan Tanjung Bumi, Bangkalan. Pantai ini awalnya dikenal sebagai pantai yang penuh dengan sampah. Atas inisiatif warga sekitar, pantai ini dibersihkan dan sedikit demi sedikit mulai ditambahkan beberapa fasilitas yang dapat menarik minat para pengunjung.

Pada saat pandemi Covid-19 tahun 2020, pantai ini masih banyak dikunjungi warga sekitar Madura. Sekali lagi, ini menunjukkan perilaku aktivitas yang berbeda dengan kebanyakan umum. Pada saat sebagian besar masyarakat membatasi kegiatan berkerumun, namun kegiatan pariwisata lokal justru meningkat. Hingga awal tahun 2021, pantai ini semakin dipercantik dengan fitur layanan wisata pantai yang biasa ditemukan di tempat lain seperti ayunan di bibir pantai, persewaan spot foto, motor pantai dan lain sebagainya. Aktivitas ini tentunya akan menambah pundi-pundi kesejahteraan yang bisa dinikmati oleh masyarakat sekitar.

Di beberapa tempat lain, kemunculan pariwisata atas inisiatif masyarakat di tengah pandemi Covid-19 ini sebenarnya cukup banyak. Karakternya hampir mirip yakni: destinasi yang dikelola relatif baru, kapasitas daya tampung tidak terlalu besar, teridentifikasi sebagai desa wisata, mengoptimalkan kunjungan wisata lokal dan pengelolaan sebagian besar dilakukan oleh masyarakat setempat. Jika ditelusuri lebih dalam lagi maka karakter wisata tersebut bisa dikategorikan sebagai bentuk dari CBT.

Pariwisata berbasis komunitas di masa pandemi ini memiliki tantangan yang juga tidak kecil. Tantangan terbesar adalah terkait dengan ketahanan dari destinasi wisata tersebut. Ketahanan ini tentunya tidak hanya diukur berdasarkan kestabilan penerimaan uang maupun jumlah kunjungan, akan tetapi ketahanan dari aspek kemampuan menjaga kelestarian alam serta nilai-nilai sosial budaya yang dianut masyarakat

setempat sebelum destinasi tersebut dibuka. Banyak kasus yang menunjukkan bahwa tata kelola yang tidak baik justru berpotensi merusak tempat wisata dimaksud. Mengingat urgensi untuk mengukur ketahanan sektor ini sangat penting untuk dilakukan, maka penelitian ini perlu dilakukan untuk mengantisipasi kelestarian wisata rintisan pada saat pandemi mulai berakhir. Penelitian ini fokus dengan mengambil studi kasus pariwisata berbasis komunitas yang mulai berkembang di Kabupaten Bangkalan.

Pariwisata Berbasis Komunitas

Pendekatan *sustainable tourism* mengedepankan prinsip-prinsip sosial di mana masyarakat di sekitar destinasi wisata dapat terlibat dan ikut serta dalam menghidupkan potensi-potensi lokal yang ada. Tanpa partisipasi langsung dari masyarakat di destinasi wisata, mustahil pariwisata dapat berjalan secara berkelanjutan. Konsep inilah yang dikenal dengan pariwisata berbasis masyarakat.

Tosun dan Timothy (2003) juga menegaskan bahwa aspek penting dalam pembangunan pariwisata berkelanjutan adalah penekanan pariwisata berbasis masyarakat. Pendekatan ini lebih fokus terhadap partisipasi masyarakat lokal dalam merencanakan dan mengembangkan potensi di destinasi pariwisata. Dengan terlibatnya masyarakat di suatu destinasi, maka pariwisata secara langsung dapat memberikan manfaat bagi masyarakat lokal. Pada kenyataannya, membawa konsep pariwisata berkelanjutan dan pariwisata berbasis masyarakat tidaklah semudah apa yang dipikirkan. Untuk itu, aspek kepemimpinan/*leadership* juga sangat memberikan pengaruh terhadap proses pengembangan destinasi wisata.

ASEAN (2015) mendefinisikan pariwisata berbasis masyarakat atau dikenal dengan istilah Community Based Tourism (CBT) sebagai kegiatan kepariwisataan yang sepenuhnya dimiliki, dijalankan, dan dikelola oleh masyarakat sehingga berkontribusi dalam meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui mata pencaharian yang berkelanjutan dan melindungi tradisi sosial-budaya yang bernilai maupun sumber daya alam dan warisan budaya. Secara konseptual, prinsip pembangunan pariwisata berbasis masyarakat adalah dengan menempatkan masyarakat sebagai pelaku utama pembangunan melalui pemberdayaan dalam berbagai kegiatan kepariwisataan sehingga manfaat dari pariwisata sebesar-besarnya dirasakan langsung oleh masyarakat. Adapun prinsip

pembangunan pariwisata berbasis komunitas menurut ASEAN (2015) di antaranya adalah sebagai berikut.

- a) Melibatkan dan memberdayakan komunitas agar pengelolaan dapat dipastikan transparan.
- b) Membangun kerja sama dengan pihak-pihak (*stakeholder*) terkait, yang dalam hal ini dikenal dengan konsep pentahelix (pemerintah, swasta, media, akademisi, dan komunitas).
- c) Memperoleh pengakuan dari otoritas terkait.
- d) Meningkatkan kesejahteraan sosial dan martabat manusia.
- e) Menerapkan mekanisme pembagian keuntungan yang adil dan transparan.
- f) Meningkatkan skema hubungan ekonomi dengan pihak lokal dan regional.
- g) Menghargai tradisi dan budaya lokal.
- h) Berkontribusi terhadap konservasi sumber daya alam.
- i) Meningkatkan kualitas pengalaman wisatawan dan tuan rumah dengan memperkuat interaksi yang bermakna antara tuan rumah (pelaku wisata) dengan tamu (wisatawan).
- j) Bekerja untuk menuju kemandirian finansial.

Dalam beberapa kasus, masyarakat lokal pada umumnya tidak memiliki informasi, sumber daya, dan kekuatan yang cukup untuk mengambil keputusan dalam pembangunan pariwisata. Untuk itu, dibutuhkan pihak-pihak khusus dan profesional yang dapat mengatasi keterbatasan-keterbatasan masyarakat lokal untuk menguatkan organisasi lokal secara kontinyu, sehingga dapat lebih baik dalam mengembangkan destinasi wisata. Beberapa contoh di lapangan menunjukkan bahwa pengembangan destinasi wisata dapat dilakukan melalui kesepakatan dan kerja sama yang baik dengan pihak akademisi. Dalam hal ini, akademisi dapat mengambil peran untuk membantu proses pendampingan masyarakat di sektor pertanian, ekonomi kreatif, atau lainnya. Contoh lain yang seringkali kami jumpai adalah dengan melibatkan konsultan pariwisata untuk merancang atau mendesain pengembangan wilayah.

Di sisi lain, komunikasi dan koordinasi antar-*stakeholder* tidak boleh dilewatkan. Organisasi lokal di destinasi wisata haruslah membangun kerja sama dan komunikasi yang baik dengan instansi pemerintah di daerahnya. Dengan adanya hubungan yang baik, diharapkan dapat mempercepat pembangunan program jangka pendek dan panjang di

destinasi wisata. Wujud dari konsep Community Based Tourism atau pariwisata berbasis masyarakat adalah dengan dikembangkannya desa-desa wisata, di mana masyarakat desa ikut dilibatkan dalam mengenali dan mengembangkan potensinya, baik yang berupa sumber daya alam, budaya, maupun sumber daya manusianya.

Ketahanan Pariwisata

UNWTO (2018), menjelaskan bahwa *quality destination* merupakan hasil dari proses yang menyiratkan kepuasan semua produk dan kebutuhan layanan, persyaratan, dan harapan pelanggan dengan harga yang diterima, sesuai dengan kondisi kontrak yang diterima bersama, dan faktor-faktor mendasar yang tersirat seperti keselamatan dan keamanan, kebersihan, aksesibilitas, komunikasi, infrastruktur, maupun fasilitas layanan publik yang melibatkan aspek etika, transparansi, dan penghargaan terhadap lingkungan manusia, alam, dan budaya.

Adapun aspek-aspek destinasi yang berkualitas menurut UNWTO meliputi:

- a. *Perception of security*
- b. *Sanitation and health*
- c. *Respect for the environment and human heritage*
- d. *Resource and space planning*
- e. *Cleanliness*
- f. *Harmonious destination quality*
- g. *Connectivity*
- h. *Reasonable price*
- i. *Local hospitality*
- j. *Appropriate interpretation*
- k. *Enhanced accommodation and restaurant services*
- l. *Sufficiency of infrastructure and public services*

Beberapa instrumen yang dapat digunakan untuk mengukur kemandirian maupun keberhasilan desa wisata melalui tiga model pendekatan, yakni pariwisata berkelanjutan (*Sustainable Tourism*), Community Based Tourism (CBT), dan *quality destination* versi UNWTO antara lain:

1. Kepemilikan dan kepengurusan oleh masyarakat

Hal yang harus kita sadari bersama, bahwa pengembangan desa wisata harus diarahkan untuk pelestarian budaya, tradisi, dan lingkungan.

Untuk itu, segala aset potensi desa tidak boleh dialihkan/berpindah tangan. Begitu juga dengan aset tanah. Masyarakat haruslah ditempatkan menjadi pelaku sekaligus pemilik langsung dari segala bentuk usaha pariwisata di desanya. Dengan begitu, manfaat pengembangan desa wisata akan kembali dan diterima langsung oleh masyarakat. Kepemilikan dan kepengurusan oleh masyarakat juga harus ditunjukkan dengan adanya legalitas lembaga atau kelompok pengurus desa wisata dari Pemerintah Daerah. Masyarakat yang ditunjuk sebagai pengurus juga harus melaporkan kegiatan pengelolaan secara transparan, baik untuk bidang keuangan, maupun lainnya.

2. Berkontribusi terhadap kesejahteraan sosial

Memang sejauh ini, isu kemiskinan dipandang sebagai masalah sosial yang belum dapat diselesaikan dalam tempo singkat di Indonesia. Namun, tantangan pariwisata ke depan bukan saja untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi saja, melainkan juga adanya keseimbangan pada pilar sosial (*community*) dan lingkungan. Isu kesetaraan gender pun sejatinya sudah banyak disuarakan oleh Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) melalui rumusan Sustainable Development Goals (SDGs). Lewat agenda ini, terlihat bahwa keterlibatan perempuan sangat penting dalam sektor pariwisata. Dalam pengembangan desa wisata pun sejatinya terdapat aspek pemberdayaan yang pada prinsipnya bisa memberikan kesempatan yang sama kepada setiap individu tanpa memandang gender.

3. Berkontribusi terhadap kelestarian lingkungan dan budaya

Bagi banyak desa wisata di Indonesia, potensi alam dan budaya merupakan potensi yang memberikan banyak manfaat. Namun di sisi lain, beberapa kelompok masyarakat beranggapan bahwa pengembangan pariwisata yang kurang terkontrol juga dapat memberikan dampak terhadap rusaknya alam dan hilangnya budaya asli di desa. Memang tidak dapat dipungkiri, bahwa kegiatan pariwisata membawa dampak negatif terhadap lingkungan. Misalnya, timbulnya masalah sampah, pencemaran udara akibat emisi karbon penggunaan transportasi yang tidak ramah lingkungan, atau perubahan lanskap akibat wisatawan yang datang terlalu melebihi daya tampung destinasi. Lewat kasus-kasus tersebut, pengelola desa wisata haruslah berpikir panjang untuk mengembangkan produk desa wisata yang mengedepankan praktik pariwisata berkelanjutan dan bertanggung jawab. Di sisi lain, pertumbuhan wisatawan (domestik dan

mancanegara) membawa pengaruh yang positif terhadap penyerapan tenaga kerja, baik di dalam penyediaan *homestay*, perdagangan, souvenir, jasa layanan, dan lainnya.

4. Mendorong partisipasi aktif antara masyarakat dan wisatawan

Seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya, bahwa pengembangan desa wisata haruslah mendorong partisipasi aktif dari masyarakat lokal sebagai tuan rumah. Adapun bentuk partisipasi juga telah dijelaskan melalui teori Community Based Tourism, di mana masyarakat harus dilibatkan dalam proses perencanaan, pengambilan keputusan, pelaksana kegiatan, penerima manfaat, hingga melakukan *monitoring* dan evaluasi. Selain partisipasi dari tuan rumah (masyarakat lokal), wisatawan haruslah dilibatkan dalam kegiatan kepariwisataan di desa wisata. Misalnya, ikut melakukan aktivitas keseharian masyarakat lokal dalam kegiatan bercocok tanam di desa. Kontribusi ini juga dikenal dengan konsep *charity* atau istilah yang berkembang adalah *voluntourism*. Konsep ini tentunya akan memberikan dampak positif bagi desa wisata yang dikunjungi, baik untuk aspek alam, sosial, dan ekonomi.

5. Atraksi, akomodasi, dan SDM yang berkualitas

Makna dari 'kualitas' yang kami tuliskan di sini adalah penyediaan produk yang autentik, baik alam dan budayanya, sehingga wisatawan mendapatkan pengalaman yang berarti. Pada dasarnya, konsep desa wisata muncul untuk memenuhi kebutuhan calon wisatawan-khususnya di Barat-yang ingin mencari pengalaman di tempat yang tidak biasa dan masih asli. Untuk itu, pengelola desa wisata harus mampu menyiapkan atraksi dan akomodasi yang benar-benar unik dan berkesan. Akomodasi juga tidak hanya sebatas penginapan/*homestay* maupun ruang publik saja, melainkan juga *public utilities* seperti air, listrik, dan internet yang sangat dibutuhkan oleh wisatawan. *Hospitality* atau keramahtamahan juga menjadi faktor yang sangat penting agar wisatawan berkeinginan untuk datang kembali. *Hospitality* yang berkualitas memang tidak didapatkan secara langsung, melainkan melalui proses panjang dalam melayani tamu.

6. Kepuasan masyarakat dan wisatawan

Oliver dalam Zeithaml, et al (2009:104) menjelaskan kepuasan (*satisfaction*) is the consumer's fulfillment response. It is a judgement that a product or service feature, or the product or service itself, provide a pleasurable level of

consumption-related fulfillment. Dari penjelasan di atas disebutkan bahwa kepuasan merupakan respons dari keterlibatan konsumen dalam mengonsumsi barang maupun jasa, sehingga berpotensi menciptakan loyalitas dari konsumen. Sementara Oliver (1996:204), menjelaskan loyalitas merupakan komitmen bertahan dari pelanggan secara mendalam untuk berlangganan kembali atau melakukan pembelian ulang terhadap produk/jasa terpilih secara konsisten di masa yang akan datang. Kata kunci dari loyalitas ini adalah wisatawan tidak hanya mendapatkan kepuasan saja, melainkan juga pengalaman yang mengesankan dari masyarakat lokal maupun pelaku wisata.

Daftar Pustaka

- ASEAN. 2015. ASEAN Community Based Tourism Standard. Cambodian Ministry of Tourism. Phnom Penh, Cambodia
- Kementerian Lingkungan Hidup dan Kehutanan. 2019. Panduan Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan Berbasis Taman Nasional. 2019.
- Oliver, Richard. 1996. Satisfaction: A Behavioral Perspective on The Consumer. The McGraw-Hill Companies. Inc: New York
- Tosun, Cevat and Timothy, Dallen J. 2003. Arguments for Community Participation in the Tourism Development Process. The Journal Of Tourism Studies 14: 1-15
- UNWTO Guidelines for Institutional Strengthening of Destination Management Organizations (DMOs). Preparing DMOs for new challenges
- Zeithaml, Valarie, Bitner & Gremler. 2009. Services Marketing- Integrating Customer Focus Across the Firm. New York: McGraw Hill

Ekoeduwisata

Pulau Gili Iyang

Bondan Satriawan, Selamat Joko Utomo & Crisanty S.T.

Sepintas Gili Iyang

Salah satu wilayah di Pulau Madura yang memiliki banyak pulau adalah Kabupaten Sumenep. Setidaknya, total kepulauan yang dimiliki Sumenep ada 126 pulau, baik yang berpenghuni dan tak berpenghuni. Siapa sangka di antara pulau tersebut terdapat satu pulau dengan kadar oksigen terbaik ke-2 di dunia setelah Yordania. Pulau tersebut adalah Pulau Giliyang, yang secara administratif berada di wilayah Kecamatan Dungkek, Kabupaten Sumenep. Giliyang secara geografis berada pada koordinat 060 59' 9" LS dan 1140 10' 29" BT dengan luas 921.2 ha. Verifikasi Tim Pembakuan Nama Rupabumi Tahun 2006 memberi nama Pulau Giliyang terhadap pulau tersebut.

Giliyang diklaim mempunyai kadar oksigen terbaik di dunia, berdasarkan hasil penelitian tim Pusat Pemanfaatan Sains Atmosfer dan Iklim LAPAN pada akhir Juli 2006 lalu, yang kemudian dilakukan kaji ulang pada 27 Desember 2011 oleh Badan Lingkungan Hidup (BLH) Sumenep dan Jawa Timur serta pihak Bappeda. Ketiga Lembaga Pemerintah ini menunjukkan bahwa Pulau Giliyang satu-satunya pulau yang mempunyai kadar oksigen terbaik di dunia sehingga sangat tepat bila kawasan tersebut dijadikan wisata kesehatan dan edukasi.

Dari hasil penelitian itu, Pulau Giliyang memiliki konsentrasi oksigen sebesar 20,9 persen dengan Level Explosif Limit (LEL) 0,5 persen. Nilai kandungan tersebut berbeda dengan di wilayah lain yang mempunyai nilai konsentrasi oksigen 20,9 persen dan LEL 0,0 persen. Ketika dikaji ulang, hasilnya pun sama, yakni oksigen di pulau tersebut

antara 3,3 hingga 4,8 persen atau di atas normal. Menurut Balai Besar Teknis Kesehatan Lingkungan dan Pengendalian Penyakit (BBTKLPP) Jawa Timur ketika melakukan pembuktian kandungan kadar oksigen di pulau ini memiliki kandungan oksigen 21,5 persen atau di atas rata-rata 20 persen, dengan mengambil beberapa sampel, seperti air laut, ikan, udara, dan memeriksa 20 warga yang berusia 80 tahun ke atas.

Bahkan ditemukan ada sejumlah orang memiliki usia sampai 175 tahun. Untuk kadar oksigen 21,5 persen, CO₂ mencapai 265 ppm, ambang batas 387 ppm dan tingkat kebisingan 36,5 db. Jadi kondisi oksigen ini berada di atas mutu normal, jadi bagus untuk kesehatan. Maka tak heran di pulau ini, kerap disebut-sebut sebagai “Pulau Awet Muda”. Memang udara alam di tempat ini cukup sejuk dan segar, meski di pulau tidak terdapat perbukitan atau gunung. Alamnya terbaku dari seluruh arah. Artinya, pulau ini sangat cocok bagi wisatawan yang hendak berwisata dan memperbaiki kesehatan, karena di pulau ini wisatawan akan menghirup udara dengan kadar oksigen yang tinggi. Seharusnya hal ini bisa dimanfaatkan sebaik-baiknya oleh masyarakat setempat untuk “menahan” wisatawan selama mungkin di Pulau Giliyang, sehingga bisa memberikan dampak ekonomi yang cukup besar terhadap masyarakat setempat.

Namun ternyata dilihat dari aspek dampak ekonomi terhadap masyarakat masih relatif kurang dibanding objek-objek wisata alam lainnya, seperti Bali dan Lombok. Ini bisa dilihat dari rata-rata belanja dan lama kunjungan wisatawan ke Pulau Giliyang. Wisatawan di Giliyang rata-rata lama berkulungnya hanya 1 hari, di bawah Bali dan Lombok. Sedangkan lama kunjungan wisatawan di Bali dan Lombok rata-rata 2 sampai 3 hari. Oleh sebab itu, selain meningkatkan jumlah wisatawan ke Giliyang, faktor lain untuk meningkatkan pendapatan masyarakat adalah meningkatkan jumlah pembelanjaan wisatawan dan lama kunjungan.

Kondisi ini menunjukkan bahwa, tantangan sektor wisata di Pulau Giliyang khususnya masih cukup berat dalam upaya meningkatkan percepatan dan perluasan pembangunan ekonomi, khususnya peningkatan pendapatan masyarakat di Pulau Giliyang. Oleh sebab itu, selain meningkatkan jumlah wisatawan yang berkunjung ke Pulau Giliyang, faktor lain untuk meningkatkan pendapatan masyarakat adalah meningkatkan lama berkunjung sehingga bisa berdampak pada jumlah pembelanjaan wisatawan. Dengan demikian, pemerintah dan industri

pariwisata harus proaktif mengidentifikasi potensi wisata di pulau Giliyang dan mengeksplorasi pasar-pasar baru yang bisa mendorong laju pertumbuhan pariwisata dan lama tinggal di masa mendatang serta meningkatkan *multiplier* ekonomi bagi masyarakat.

Ekowisata Sumenep

Ekowisata pada saat sekarang ini menjadi aktivitas ekonomi yang penting yang memberikan kesempatan kepada wisatawan untuk mendapatkan pengalaman mengenai alam dan budaya untuk dipelajari dan memahami betapa pentingnya konservasi keanekaragaman hayati dan budaya lokal. Pada saat yang sama ekowisata dapat memberikan *generating income* untuk kegiatan konservasi dan keuntungan ekonomi pada masyarakat pedesaan yang tinggal di sekitar lokasi ekowisata.

Ekowisata dikatakan mempunyai nilai penting bagi ekonomi, konservasi lingkungan dan budaya dikarenakan ada beberapa manfaat yang bisa diperoleh dari pengembangan ekowisata di Pulau Giliyang Kabupaten Sumenep:

1. Memberikan nilai ekonomi bagi masyarakat yang menjadi objek ekowisata.
2. Memberikan nilai ekonomi pada masyarakat pedesaan yang dapat digunakan untuk program konservasi dan pemberdayaan masyarakat.
3. Menimbulkan penambahan pendapatan secara langsung dan tidak langsung kepada masyarakat pedesaan di sekitar lokasi ekowisata.
4. Mengembangkan konstituen yang mendukung konservasi baik tingkat lokal, nasional dan internasional.
5. Mendorong pemanfaatan sumber daya alam secara berkelanjutan.
6. Mengurangi ancaman terhadap keanekaragaman hayati.
7. Meningkatkan pengembangan destinasi pariwisata di wilayah kepulauan dalam rangka meningkatkan kualitas daya dukung lingkungan dan lama tinggal wisatawan di Pulau Giliyang dan Kabupaten Sumenep.
8. Meningkatkan pemberdayaan masyarakat lokal pedesaan terutama SDM pariwisata di Pulau Giliyang.
9. Mengembangkan gerakan sadar wisata khususnya di wilayah Pulau Giliyang.

Tindakan Kolektif

Teori tindakan kolektif (*collective action*) diperkenalkan pertama kali oleh Mancur Olson, seorang pengamat hubungan internasional dalam bukunya berjudul “The Logic of Collective Action” yang terbit tahun 1965. Analisis yang diajukan oleh Olson dalam bukunya yang kemudian diterbitkan kembali tahun 1971 ini membuka pemahaman akan berbagai kelebihan maupun kekurangan bentuk *collective action*. Olson menyadarkan kita bahwa memang ada saatnya kepentingan-kepentingan dari beberapa aktor bisa dirumuskan secara rasional untuk mencapai suatu kepentingan bersama (*common interest*), dan memang benar kekuatan dari kelompok sangat penting dalam mencapai tujuan bersama.

Di sisi lain, keadaan ideal ini hanya tercipta dalam suatu situasi dan kondisi tertentu saja dan sangat tergantung pada faktor tertentu (jumlah aktor, insentif, dan unsur paksaan). Tindakan kolektif (*collective action*) timbul ketika adanya suatu usaha dari dua atau lebih suatu individu untuk memperjuangkan suatu hasil yang diinginkan dan merupakan kebutuhan bersama Tindakan Kolektif (*collective action*), yang menjadi penyebab awal secara historis adalah kegagalan pasar (*market failures*) yang di kemukakan oleh kaum ekonom klasik, dalam konsepsi “*The Invisible Hand*” Adam Smith yang mendasari semua kegiatan ekonomi liberal.

The Invisible Hand, menekankan kebebasan individu untuk menghasilkan produk maupun jasa, menyerahkan semuanya kepada mekanisme pasar. Pasar dalam konsepsi *invisible hands* ini harus komplet, dalam artian bahwa barang dan jasa harus diperdagangkan secara kompetitif, artinya ada sejumlah produsen dan konsumen yang ada tanpa adanya salah satu pihak yang mampu mengontrol atau menentukan harga secara sepihak dan adanya kebebasan dalam memperoleh informasi pasar bagi semua pihak yang terlibat. Ada dua faktor yang mengakibatkan kegagalan pasar yaitu, saling ketergantungan (*uncompensated interdependencies*) dan informasi yang asimetris, dua faktor tersebut menjadi sebab utama kegagalan pasar.

Menurut Gilbert (1989), *collective action* mencerminkan komitmen interpersonal yang disebut *joint commitment* di mana seorang aktor melalui partisipasinya ingin membuat sebuah kontribusi dalam *joint commitment* tersebut. Namun, adakalanya setiap aktor memiliki kepentingan berbeda sehingga jika *joint commitment* tersebut berseberangan dengan kepentingannya maka aktor tersebut punya keputusan independen dan pilihan rasional dalam menentukan arah *joint*, yaitu keluar atau

mempengaruhi komunitas dalam *joint* agar sesuai dengan kepentingannya. Karena, pada dasarnya, menurut Gilbert, *joint comitment* dapat dibuat secara implisit dan melalui proses dapat diperpanjang jangka waktunya atau sebaliknya.

Menurut Olson (1965), pada hakikatnya orang menolak untuk bertindak kolektif kecuali dalam situasi koersif. Alasannya adalah karena tidak tersedia insentif yang sama untuk mereka yang memberi pengorbanan. Karena itu, orang lebih senang menjadi penumpang gelap (*free-rider*). Salah satu cara mengurangi kecenderungan ini adalah dengan membentuk kelompok-kelompok berukuran kecil. Beard dan Dasgupta (2006), bahwa individu dan masyarakat sesungguhnya mampu menciptakan sendiri aturan mereka beserta institusi dan sistem manajemen, dalam upaya mendapatkan tujuan-tujuan mereka. Pertanyaannya adalah mengapa ada kelompok yang mampu menyelesaikan masalah koordinasi dan dilema sosial lain, sedangkan yang lain gagal. Beberapa studi menunjukkan bahwa faktor yang mempengaruhi terbentuknya tindakan kolektif adalah heterogenitas sosial ekonomi, ukuran kelompok, serta kehadiran relasi non linear (*non-linear relations*) dan mediasi yang dimainkan oleh institusi. Tindakan kolektif pada level kelompok/komunitas memberikan perhatian pada kualitas hubungan antara pelaku yang secara langsung dipengaruhi oleh hasil (*outcome*) dari sistem. Hasil merupakan faktor utama yang dipertimbangkan dalam membentuk keinginan terlibat dalam jaringan, selain level kepercayaan antar pelaku. Rumusan ini lalu dipayungi dalam konsep modal sosial.

Berdasarkan hasil penelitiannya, Beard dan Dasgupta dalam Sahyuti (2011) menemukan bahwa tindakan kolektif dalam komunitas dapat dipahami yang pembentukannya dipengaruhi oleh sosial, politik dan histori, baik di dalam maupun di luar komunitas. Faktor penentunya adalah tarik menarik antar individu atau kelompok (kohesi) dalam komunitas di mana kepercayaan menjadi komponennya, di samping kestabilan relasi sosial serta hierarki sosial yang terbentuk.

Menurut Marshall (1998) dalam Vanni (2014), menyatakan tindakan kolektif didefinisikan sebagai tindakan yang diambil oleh sebuah kelompok (baik langsung atau atas nama melalui organisasi) dalam mencapai tujuan kepentingan bersama. Seperti yang diamati oleh Meinen-Dick et al. (2004) yang lebih spesifik dan definisi bervariasi yang telah ditambahkan kemudian memiliki kesamaan ciri berikut membangun

struktur: keterlibatan sekelompok orang, kepentingan bersama, umum dan sukarela tindakan untuk mengejar kepentingan-kepentingan bersama.

Pengembangan Desa Wisata

Berdasar dari penelitian dan studi-studi dari UNDP/WTO dan beberapa konsultan Indonesia, dicapai dua pendekatan dalam menyusun rangka kerja/konsep kerja dari pengembangan sebuah desa menjadi desa wisata, yaitu melalui pendekatan pasar dan pendekatan fisik. Pertama, Pendekatan Pasar untuk Pengembangan Desa Wisata antara lain sebagai berikut; (1) Interaksi tidak langsung adalah model pengembangan didekati dengan cara bahwa desa mendapat manfaat tanpa interaksi langsung dengan wisatawan. (2) Interaksi setengah langsung adalah bentuk *one day trip* yang dilakukan oleh wisatawan, kegiatan-kegiatan meliputi makan dan berkegiatan bersama penduduk. (3) Interaksi langsung wisatawan dimungkinkan untuk tinggal/bermalam dalam akomodasi yang dimiliki oleh desa tersebut. Pada pendekatan pasar ini diperlukan beberapa kriteria yaitu: (a) Atraksi wisata; jarak tempuh; (b) Besaran desa; (c) Sistem kepercayaan dan kemasyarakatan;(d) Ketersediaan infrastruktur.

Ke dua, Pendekatan Fisik Pengembangan Desa Wisata di mana pendekatan ini merupakan solusi yang umum dalam mengembangkan sebuah desa melalui sektor pariwisata dengan menggunakan standar-standar khusus dalam mengontrol perkembangan dan menerapkan aktivitas konservasi. Persyaratan Desa Wisata. Merujuk kepada definisi desa wisata, desa-desa yang bisa dikembangkan dalam program desa wisata akan memberikan contoh yang baik bagi desa lainnya, penetapan suatu desa dijadikan sebagai desa wisata harus memenuhi persyaratan, antara lain sebagai berikut: a. Aksesibilitasnya baik, sehingga mudah dikunjungi wisatawan dengan menggunakan berbagai jenis alat transportasi. b. Memiliki objek-objek menarik berupa alam, seni budaya, legenda, makanan local, dan sebagainya untuk dikembangkan sebagai objek wisata. c. Masyarakat dan aparat desanya menerima dan memberikan dukungan yang tinggi terhadap desa wisata serta para wisatawan yang datang ke desanya. d. Keamanan di desa tersebut terjamin. e. Tersedia akomodasi, telekomunikasi, dan tenaga kerja yang memadai. f. Beriklim sejuk atau dingin. g. Berhubungan dengan objek wisata lain yang sudah dikenal oleh masyarakat luas.

Konsep Ekowisata

Simposium Ekowisata di Bogor pada 16-17 Januari 1996, mengeluarkan rumusan mengenai ekowisata, yakni sebagai penyelenggaraan kegiatan wisata yang bertanggung jawab di tempat-tempat alami dan/atau daerah-daerah yang dibuat dengan kaidah alam, yang mendukung berbagai upaya pelestarian lingkungan (alam dan budaya) dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat.

Ekowisata merupakan suatu konsep yang menggabungkan kepentingan industri kepariwisataan dengan para pencinta lingkungan. Para pencinta lingkungan menyatakan bahwa perlindungan dan pelestarian lingkungan hidup hanya dapat tercapai dengan melibatkan orang-orang yang tinggal dan menggantungkan hidupnya pada daerah yang akan dikembangkan menjadi suatu kawasan wisata dan menjadikan mereka partner dalam upaya pengembangan wisata tersebut. Metode ini diperkenalkan oleh Presiden World Wild Fund (WWF) pada konferensi tahunan ke-40 Asosiasi Perjalanan Asia Pasifik (PATA).

Menurut Pangeran Bernhard, WWF telah menerapkan metode tersebut guna memajukan nilai ekonomi taman-taman nasional atau kawasan cagar alam dengan cara memberikan perangsang bagi masyarakat yang tinggal di sekitar taman atau kawasan cagar alam tersebut agar mereka turut membantu memelihara dan melestarikan tempat-tempat tersebut.

Ekowisata merupakan suatu konsep pariwisata yang mencerminkan wawasan lingkungan dan mengikuti kaidah-kaidah keseimbangan dan kelestarian lingkungan. Secara umum pengembangan ekowisata harus dapat meningkatkan kualitas hubungan antar manusia, meningkatkan kualitas hidup masyarakat setempat dan menjaga kualitas lingkungan.

Pengembangan ekowisata sangat dipengaruhi oleh keberadaan unsur-unsur yang harus ada dalam pengembangan itu sendiri, yaitu:

1. Sumber daya alam, peninggalan sejarah dan budaya

Kekayaan keanekaragaman hayati merupakan daya tarik utama bagi pangsa pasar ekowisata sehingga kualitas, keberlanjutan dan pelestarian sumber daya alam, peninggalan sejarah dan budaya menjadi sangat penting untuk pengembangan ekowisata. Ekowisata juga memberikan peluang yang sangat besar untuk mempromosikan pelestarian keanekaragaman hayati Indonesia di tingkat internasional, nasional maupun lokal.

2. Masyarakat

Pada dasarnya pengetahuan tentang alam dan budaya serta daya tarik wisata kawasan dimiliki oleh masyarakat setempat. Oleh karena itu pelibatan masyarakat menjadi mutlak, mulai dari tingkat perencanaan hingga pada tingkat pengelolaan.

3. Pendidikan

Ekowisata meningkatkan kesadaran dan apresiasi terhadap alam, nilai-nilai peninggalan sejarah dan budaya. Ekowisata memberikan nilai tambah kepada pengunjung dan masyarakat dalam bentuk pengetahuan dan pengalaman. Nilai tambah ini mempengaruhi perubahan perilaku dari pengunjung, masyarakat dan pengembang pariwisata agar sadar dan lebih menghargai alam, nilai-nilai peninggalan sejarah dan budaya.

4. Pasar

Kenyataan memperlihatkan kecenderungan meningkatnya permintaan terhadap produk ekowisata baik di tingkat internasional dan nasional. Hal ini disebabkan meningkatnya promosi yang mendorong orang untuk berperilaku positif terhadap alam dan berkeinginan untuk mengunjungi kawasan-kawasan yang masih alami agar dapat meningkatkan kesadaran, penghargaan dan kepeduliannya terhadap alam, nilai-nilai sejarah dan budaya setempat.

5. Ekonomi

Ekowisata memberikan peluang untuk mendapatkan keuntungan bagi penyelenggara, pemerintah dan masyarakat setempat, melalui kegiatan-kegiatan yang non ekstraktif, sehingga meningkatkan perekonomian daerah setempat. Penyelenggaraan yang memperhatikan kaidah-kaidah ekowisata mewujudkan ekonomi berkelanjutan.

6. Kelembagaan

Pengembangan ekowisata pada mulanya lebih banyak dimotori oleh Lembaga Swadaya Masyarakat, pengabdian masyarakat dan lingkungan. Hal ini lebih banyak didasarkan pada komitmen terhadap upaya pelestarian lingkungan, pengembangan ekonomi dan pemberdayaan masyarakat secara berkelanjutan. Namun kadang kala komitmen tersebut tidak disertai dengan pengelolaan yang baik dan profesional, sehingga tidak sedikit kawasan ekowisata yang hanya

bertahan sesaat. Sementara pengusaha swasta belum banyak yang tertarik menggarap bidang ini, karena usaha seperti ini dapat dikatakan masih relatif baru dan kurang diminati karena harus memperhitungkan *social cost* dan *ecological-cost* dalam pengembangannya.

Daftar Pustaka

- Chafid Fandeli, Mukhlison, 2000. "Pengusahaan Ekowisata", Fakultas Kehutanan Univ. Gadjah Mada Yogyakarta
- Damanik,J dan Weber,H.F. (2006) Perencanaan Ekowisata: Dari Teori ke Aplikasi. Penerbit Andi. Yogyakarta.
- Drumm,A dan Moore,A. (2002). Ecotorurism Development: An Introduction to Ecotourism Planing. The Nature Conservancy, Arlington, Virginia, USA.
- Gilbert, Margaret (1989). Tentang fakta sosial. London New York: Routledge. ISBN 9780415024440.
- Gilbert, Margaret (2006). Teori kewajiban politik: keanggotaan, komitmen, dan ikatan masyarakat. Oxford Oxford New York: Clarendon Press Oxford University Press. ISBN 9780199274956.
- Ihsan., Amal. "Ekowisata Indonesia Terkendala Infrastruktur", Ekbis,25 Aug 2003 15:32:58 WIB, TEMPO Interaktif, Jakarta.
- Kementerian Pariwisata, 2019. <https://aptika.kominfo.go.id/2019/04/pentingnya-teknologi-dalam-sektor-pariwisata/>
- Lindberg,K dan Hawkins,D.E. (1995). Ekowisata: Petunjuk untuk perencanaan dan pengelolaan. Yayasan Alami Mitra Indonesia. Jakarta.
- Omarsaid, Cipto, Keterkaitan Lingkungan Bahari dan Ekowisata, Pusat Penelitian Kepariwisata, Institut Teknologi Bandung, <http://www.>
- Pantin, D. A., & Francis, J. (2005). Community based sustainable tourism. Annex A, Appendix 3 (Vol. 8325). of the Final Technical Report of project
- Pusat Studi Kelautan, 2002. Studi Kelautan Pelestarian Ekosistem Hutan Bakau di Wilayah Pesisir Kabupaten Bekasi, Laporan Penelitian. FMIPA Universitas Indonesia, Depok.
- Scott, J.C. (1983). Moral Ekonomi Petani: Pergolakan dan Subsistensi di Asia Tenggara. Jakarta: LP3ES
- Sriyono., 2000. Pengembangan Pariwisata Alam Di Kawasan Konservasi. Direktorat Pengembangan Wisata Alam Pesisir dan Pantai.Bali.
- Vanni, F. (2014). Agriculture and Public Goods: The Role of Collective Action. XV. 150 p. 26 illus. 14 illus.
- Warta KEHATI, "Lima Panduan Pengelolaan Ekowisata" dan "Ekowisata Berbasis Masyarakat", Edisi Triwulanan Oktober-Desember 1998, ISSN No. 1410-0304. Hal 4-7.

- Wibisono, Yusuf.(2007) Membedah Konsep dan Aplikasi CSR. Gresik:
Fascho Publishing.
- Yoeti, O.A. (2000). Ekowisata: Pariwisata berwawasan Lingkungan
Hidup. PT Pertja. Jakarta.

Peran BUMDES untuk Desa Wisata

Herry Yulistiyono, Bambang S.P. & Nurul Imamah

Potensi Desa

Slogan atau pernyataan yang menyatakan bahwa untuk memantik percepatan meningkatnya ekonomi masyarakat desa maka ciptakan potensi aset desa yang tidak produktif menjadi desa wisata dengan segala bentuk dan jenis temanya. Perkembangan itu telah terbukti dengan kondisi saat ini yang menyebabkan kepariwisataan juga menghampiri desa. Hampir setiap desa di Indonesia memiliki potensi pariwisata yang bisa dikembangkan mulai dari kebudayaannya, kulinernya sampai wisata alam yang bisa dijadikan sebuah konsep bisnis yang menjanjikan. Saat ini wisatawan lebih memilih wisata yang bernuansa alam pedesaan yang masih alami dan asri. Dengan melakukan perjalanan wisata ke desa, wisatawan dapat berinteraksi langsung dengan masyarakat desa dan dapat melihat langsung aktivitas sosial budaya masyarakat lokal desa.

Perbedaan antara pariwisata pedesaan dengan pariwisata perkotaan, baik dalam hal objek lokasi, fungsi, skala maupun karakternya, dapat menjadikan desa wisata tampak keunikannya. Hal ini tentunya membawa konsekuensi terhadap perencanaan dan pengembangannya. Pariwisata memiliki peluang besar menjadi media yang aplikatif dan efektif untuk menanggulangi kemiskinan. Pendekatan pariwisata berbasis masyarakat dapat membuka jalan lebih lebar bagi kelompok masyarakat miskin untuk ikut menikmati peluang dan hasil pengembangan pariwisata yang di lakukan melalui pemberdayaan masyarakat.

Salah satu konsep pembangunan pariwisata yang cukup berhasil dewasa ini adalah terkait dengan pembangunan pariwisata yang

dilakukan secara bersama termasuk “membangun bersama masyarakat” sehingga pembangunan pariwisata dapat memberikan keuntungan secara ekonomi, sosial maupun budaya kepada masyarakat setempat. Tujuan dari pembangunan pariwisata yang melibatkan masyarakat diantaranya yaitu adalah 1) memberdayakan masyarakat melalui suatu pembangunan pariwisata, 2) meningkatkan peran dan partisipasi masyarakat agar dapat memperoleh keuntungan ekonomi, sosial, maupun budaya dari pembangunan pariwisata tersebut, 3) memberikan kesempatan yang seimbang kepada semua anggota masyarakat, baik laki-laki maupun perempuan (Munawaroh, 2017).

Pengembangan desa wisata ini untuk lebih meningkatkan kunjungan wisatawan ke Jawa Timur khususnya di pulau madura, tidak mustahil untuk dilakukan. Apalagi dukungan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif sangat baik, terlihat dari adanya aturan main yang telah dicanangkan dalam meningkatkan potensi daerah melalui pengembangan desa wisata. Desa wisata adalah Suatu kawasan pedesaan yang menawarkan keseluruhan suasana yang mencerminkan keaslian pedesaan baik dari kehidupan sosial ekonomi, sosial budaya, adat istiadat, keseharian, memiliki arsitektur bangunan dan struktur tata ruang desa yang khas, atau kegiatan perekonomian yang unik dan menarik serta mempunyai potensi untuk dikembangkannya berbagai komponen kepariwisataan, misalnya atraksi, makanan-minuman, dan kebutuhan wisata lainnya. Proses terbentuknya desa yang memiliki potensi untuk dikembangkan menjadi sebuah desa wisata bermula dari keinginan yang kuat dari masyarakat desa tersebut. Masyarakat yang peduli akan desanya dan sadar akan potensi desa menjadi sebuah nilai lebih bilamana alam desa mereka dimanfaatkan menjadi daerah wisata. Bermula dari hal inilah maka masyarakat di beberapa desa yang memiliki potensi menjadi desa wisata dibentuklah yang namanya kelompok sadar wisata (Pokdarwis) di daerah. Kemudian dalam perjalanannya, desa wisata yang dibentuk ada yang dikelola sendiri oleh pokdarwis dan ada pula yang dikelola oleh Badan Usaha Milik Desa (BUMDesa) di mana pokdarwis sebagai penggagas awal adanya desa wisata juga berada di dalamnya.

Keberhasilan pengelolaan desa wisata oleh BUMDesa dalam pelaksanaannya sangat dipengaruhi oleh tiga pilar/komponen utama yaitu:

- 1) Pemerintah, melalui regulasi (*rule & law*), menyediakan permodalan (pendanaan), dan adanya pendampingan (*supervisi*) terhadap pokdarwis.
- 2) Pengelola, melalui perencanaan, pengelolaan serta *monitoring* dan evaluasi.
- 3) Masyarakat, melalui pemberdayaan dalam pokdarwis serta kesediaan dari masyarakat turut terlibat langsung dalam meningkatkannya.

Oleh karenanya, pembangunan Lembaga Ekonomi Desa (LED) melalui BUMDesa atau lembaga lainnya di Desa harus mengolaborasi ketiga pilar/komponen utama di atas yaitu pemerintah, pengelola serta masyarakat secara aktif sesuai kebutuhan (potensi kearifan lokal) sehingga mampu menghadirkan iklim yang dapat menjamin pencapaian tujuan dari keberadaan BUMDesa itu sendiri yaitu mampu meningkatkan ekonomi masyarakat desa, meningkatkan Pendapatan Asli Desa (PADes), meningkatkan potensi desa serta meningkatkan kesempatan berusaha bagi masyarakat desa (Yulistiyono, 2017).

Sumber daya alam berupa desa wisata yang ada di pulau madura khususnya kabupaten Bangkalan sebenarnya tidak kalah menariknya dibanding daerah lain yang. Ada beberapa daerah wisata di wilayah madura telah dikelola oleh pihak swasta maupun oleh instansi pemerintah daerah. Dan ada pula di beberapa wilayah, tempat wisatanya dikelola secara mandiri oleh desa baik melalui Pokdarwis atau BUMDesa. Tempat Wisata yang dikelola oleh BUMDesa merupakan unit usaha relatif baru dan menjadi tantangan tersendiri oleh desa bersangkutan bagaimana unit usaha ini memberi asa bagi masyarakat desa untuk mampu secara mandiri dan ekonomi. Lembaga usaha desa yang dikelola mandiri oleh masyarakat melalui pengelola BUMDesa dalam upaya memperkuat perekonomian desa dan dibentuk berdasarkan kebutuhan desa, maka pendirian Badan Usaha Milik Desa (BUMDesa) di wilayah madura khususnya di Kabupaten Bangkalan merupakan potensi besar yang dapat dioptimalkan. Sejauh mana keberadaan Badan Usaha Milik Desa (BUMDesa) yang ada di Kabupaten Bangkalan ini mampu mengoptimalkan potensi desa wisata yang dikelolanya. Proses mengembangkan perekonomian masyarakat di wilayah objek desa wisata menjadi hal yang perlu dipertimbangkan keberadaannya. Oleh karena itulah urgensi keberadaan desa wisata yang dikelola Badan Usaha Milik

Desa (BUMDesa) sebagai usaha mandiri desa untuk mencapai tujuannya sangatlah penting dan inilah yang menjadikannya menarik untuk diteliti.

Konsep Desa Wisata

Desa Wisata merupakan desa yang memiliki potensi keunikan dan daya tarik wisata yang khas, baik berupa karakter fisik lingkungan pedesaan, maupun kehidupan sosial budaya masyarakat yang dikelola dan dikemas secara menarik dan alami. Dengan pengembangan fasilitas pendukung dan pengelolaan dan terencana sehingga siap untuk menerima dan menggerakkan kunjungan wisatawan ke desa tersebut, serta mampu menggerakkan aktivitas ekonomi pariwisata yang dapat meningkatkan kesejahteraan dan pemberdayaan masyarakat setempat (Atmoko, 2014).

Konsep pengembangan desa wisata yang menekankan pada usaha konservasi dan menjaga keaslian lingkungan hidup sangat mengutamakan peran serta masyarakat, hal ini dikarenakan masyarakat memiliki pengetahuan tentang desa atau alam. Ekowisata yang berbasis pada masyarakat ialah pengembangan pariwisata dengan keterlibatan masyarakat setempat yang tinggi dan dapat dipertanggungjawabkan dari aspek sosial dan lingkungan hidup. Sebagaimana digariskan oleh CIFOR, ekowisata berbasis masyarakat merupakan usaha ekowisata yang menitikberatkan peran aktif komunitas. Hal tersebut didasarkan kepada kenyataan bahwa masyarakat memiliki pengetahuan tentang alam serta budaya yang menjadi potensi dan nilai jual sebagai daya tarik wisata, sehingga pelibatan masyarakat menjadi mutlak. Berdasarkan tingkat perkembangannya, desa wisata dibagi menjadi tiga kategori, yaitu (Hayati, 2014):

- a. Desa Wisata Embrio: desa yang mempunyai potensi wisata yang dapat dikembangkan menjadi desa wisata dan sudah mulai ada gerakan masyarakat/desa untuk mengelolanya menjadi desa wisata.
- b. Desa Wisata Berkembang: desa wisata embrio yang sudah mulai dikelola oleh masyarakat dan pemerintah desa, sudah ada swadaya masyarakat/desa untuk mengelolanya, sudah mulai melaksanakan promosi dan sudah ada wisatawan yang mulai tertarik untuk berkunjung.
- c. Desa Wisata Maju: desa wisata yang sudah berkembang dengan adanya kunjungan wisatawan secara kontinu dan dikelola secara profesional dengan terbentuknya forum pengelola, seperti

koperasi/(BUMdes), Pokdarwis serta sudah mampu melaksanakan promosi dan pemasaran dengan baik.

Tujuan utama pengembangan desa wisata adalah untuk mengubah pola pikir pembangunan dari pariwisata berbasis keserakahan menjadi pariwisata hijau. Perubahan pola pikir ini adalah untuk menjelaskan bahwa tujuan pengembangan desa wisata hijau tidak hanya untuk meningkatkan pendapatan ekonomi masyarakat dalam jangka pendek namun juga untuk tujuan pelestarian sumber daya dalam rangka pembangunan yang berkelanjutan. Maka dalam pengembangan desa wisata perlu memperhatikan prinsip-prinsip dasar yaitu; a) Melibatkan dan menguntungkan masyarakat setempat; b) Menerapkan pengembangan produk pariwisata perdesaan berbasis pelestarian; c) Mendayagunakan sumber daya lokal berbasis pelestarian; d) Berskala kecil untuk memudahkan terjadinya hubungan timbal balik dengan masyarakat setempat; e) Memanfaatkan sarana dan prasarana masyarakat setempat; f) Mendorong perwujudan keterkaitan antar usaha pariwisata dan usaha pendukung lainnya; dan g) Mendorong jejaring antar kawasan.

Pemberdayaan Masyarakat

Menurut Sunyoto Usman, pemberdayaan masyarakat adalah sebuah proses dalam bingkai usaha memperkuat apa yang lazim disebut *community self-reliance* atau kemandirian. Dalam proses ini masyarakat didampingi untuk membuat analisis masalah yang dihadapi, dibantu untuk menemukan alternatif solusi masalah tersebut, serta diperlihatkan strategi memanfaatkan berbagai resources yang dimiliki dan dikuasai (Huraerah, 2008).

Memberdayakan rakyat, menurut Robert Chambers harus dilakukan melalui tiga cara. Pertama, menciptakan suasana dan iklim yang memungkinkan potensi masyarakat untuk berkembang. Kondisi ini berdasarkan asumsi bahwa setiap individu dan masyarakat memiliki potensi yang dapat dikembangkan. Hakikat kemandirian dan keberdayaan rakyat adalah keyakinan bahwa rakyat memiliki potensi untuk mengorganisasi dirinya sendiri dan potensi kemandirian individu perlu diperdayakan. Kedua, memperkuat potensi atau daya yang dimiliki rakyat; dengan menerapkan langkah-langkah nyata, menampung berbagai masukan, menyediakan sarana dan prasarana, baik fisik maupun sosial; yang dapat diakses masyarakat lapisan bawah. Ketiga, memberdayakan

rakyat dalam arti melindungi yang lemah dan membela kepentingan masyarakat lemah.

Dimensi-dimensi pemberdayaan, bukan saja mencakup upaya perubahan kognisi, menumbuhkan keinginan seseorang untuk mengaktualisasikan diri, dan memberikan pengalaman psikologis yang membuat seseorang merasa berdaya. Tetapi juga mencakup pada usaha memampukan masyarakat untuk melakukan mobilitas ke atas, menumbuhkan perilaku masyarakat miskin agar mereka mandiri dan produktif dalam memenuhi kebutuhan hidup, berorientasi pada kesetaraan, dan membutuhkan iklim demokrasi yang benar-benar menjamin hak-hak masyarakat miskin dari kemungkinan intervensi dari pihak-pihak penguasa (Hamim, 2011).

Pemberdayaan masyarakat dalam konteks pembangunan kepariwisataan dapat didefinisikan sebagai “Upaya penguatan dan peningkatan kapasitas, peran dan inisiatif masyarakat sebagai salah satu pemangku kepentingan, untuk dapat berpartisipasi dan berperan aktif sebagai subjek atau pelaku maupun sebagai penerima manfaat dalam pengembangan kepariwisataan secara berkelanjutan. Definisi tersebut menegaskan posisi penting masyarakat dalam kegiatan pembangunan, yaitu masyarakat sebagai subjek atau pelaku pembangunan; dan masyarakat sebagai penerima manfaat pembangunan. Masyarakat sebagai subjek atau pelaku pembangunan, mengandung arti, bahwa masyarakat menjadi pelaku penting yang harus terlibat secara aktif dalam proses perencanaan dan pengembangan kepariwisataan, bersama-sama dengan pemangku kepentingan terkait lainnya baik dari pemerintah maupun swasta. Dalam fungsinya sebagai subjek atau pelaku masyarakat memiliki peran dan tanggung jawab untuk bersama-sama mendorong keberhasilan pengembangan kepariwisataan di wilayahnya (Kemenparekraf, 2012).

Sedangkan hal yang paling mendasar dalam memajukan pariwisata adalah dengan melibatkan masyarakat dalam pengelolaan pariwisata tersebut dengan membentuk Community Based Tourism Development (CBT) akan mampu meningkatkan pendapatan masyarakat sekaligus memelihara budaya, kesenian, dan cara hidup masyarakat. Selain itu CBT akan melibatkan masyarakat pula dalam proses pembuatan keputusan, dan dalam perolehan bagian pendapatan terbesar secara langsung dari kehadiran para wisatawan. Dengan demikian CBT akan meningkatkan kesempatan kerja, mengurangi kemiskinan dan membawa dampak positif terhadap pelestarian lingkungan dan budaya asli setempat yang pada

akhirnya diharapkan akan mampu menumbuhkan jati diri dan rasa bangga dari peningkatan kegiatan pariwisata.

Pengembangan desa wisata menurut Muliawan adalah sebagai salah satu produk wisata alternatif yang dapat memberikan dorongan bagi pembangunan pedesaan yang berkelanjutan. Dikarenakan melibatkan masyarakat setempat sebagai aktor maka dalam pengembangan desa wisata harus memperhatikan beberapa prinsip-prinsip. Prinsip-prinsip pengelolaan desa wisata antara lain (Atmoko, 2012):

- a. Memanfaatkan sarana dan prasarana masyarakat setempat.
- b. Menguntungkan masyarakat setempat.
- c. Berskala kecil untuk memudahkan terjadinya hubungan timbal balik dengan masyarakat setempat.
- d. Melibatkan masyarakat setempat
- e. Menerapkan wisata produk wisata pedesaan.

Daftar Pustaka

- Abu Huraerah. 2008. Pengorganisasian dan Pengembangan Masyarakat, (Bandung: Humaniora.
- Hadiyat, Yayan. 2016. Peran BUMDes Dalam Membangun Kewirausahaan dan Kemandirian Desa (Studi Kasus BUMDes Mugirahayu, Desa Lebak Herang, Kecamatan Ciwaru, Kabupaten Kuningan, Jawa Barat). *Jurnal Manajemen*. Vol.9, No.1, Agustus 2016. P: 71-84
- Kememparekraf. 2012. Pedoman Kelompok Sadar Wisata, (Jakarta: Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif.
- Mulyani, Yoghiana; Ranti Rustika, Henry Winnarko, dan Tri Retno Nugroho. 2021. Pemberdayaan Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) Tiram Tambun Dalam Pengembangan Usaha Homestay Di Desa Wisata Mentawir Kabupaten Panajam Paser Utara. *Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat, Indonesian Society of Applied Science Journal of Applied Community Engagement* Vol. 01 No. 01, 2021
- Munawaroh, Rina. 2017. Partisipasi Masyarakat Dalam Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat Di Taman Nasional Gunung Merbabu Suwating, Magelang. *Jurnal Elektronik Mhs Pendidikan Luar Sekolah* Vol.6, No.4.
- Novie Istoria Hidayah dan Sugi Rahayu, M.Pd., M.Si. Pemberdayaan Masyarakat Dalam Pengembangan Desa Wisata Jatimulyo, Girimulyo, Kulon Progo, Daerah Istimewa Yogyakarta, *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat, Univ Negeri Yogyakarta*
- Nur Hamim. 2011. Peran Pesantren Dalam Pemberdayaan ekonomi Umat, (Surabaya: IAIN Sunan Ampel Press.
- Nur Hayati, 2014, Wisata Berbasis Masyarakat (Community Based Tourism) di Desa Tompobulu Taman Nasional Bantimurung Bulusarang, dalam *Jurnal Info Teknis Eboni* (Balai Penelitian Kehutanan Makasar, vol: 11 No. 1 Mei)
- Putri, Hemas Prabawati Jakti, Asnawi Manaf. 2013. Faktor-Faktor Keberhasilan Pengembangan Desa Wisata di Dataran Tinggi Dieng, *Jurnal Teknik PWK*; Vol. 2; No. 3; 2013; hal. 559-568
- Rozaki, Abdur. Siti Rohaya. 2019. Memberdayakan Desa Melalui Pariwisata Berbasis BUMDES: Studi Interkoneksi BUMDES Melalui Integrated Information System di Kabupaten

- Gunungkidul Yogyakarta. Engagement Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat. Volume 3. Number 1. Mei 2019
- Simanungkalit, Victoria br. dkk. Buku Panduan Pengembangan Desa Wisata Hijau. Jakarta: Asisten Deputi Urusan Ketenagalistrikan dan Aneka Usaha Kementerian Koperasi dan UKM RI.
- T. Prasetyo Hadi Atmoko. 2014. Strategi Pengembangan Desa Wisata Brajan Kabupaten Sleman, Jurnal Media Wisata, Volume 12, Nomor 2, November.
- Victoria br. Simanungkalit dkk., Buku Panduan Pengembangan Desa Wisata Hijau, Asisten Deputi Urusan Ketenagalistrikan dan Aneka Usaha Kementerian Koperasi dan UKM RI, Jakarta.
- Widyarini S. Ira, Muhamad. 2019. Partisipasi Masyarakat pada Penerapan Pembangunan Pariwisata Berkelanjutan (Studi Kasus Desa Wisata Pujon Kidul, Kabupaten Malang). Jurnal Pariwisata Terapan, Vol.3, No. 2, 2019
- Yulistiyono, Herry. 2017. Implementasi Pembangunan Desa dalam Peningkatan Kesejahteraan Masyarakat Desa di Jawa Timur. Proceeding Seminar Nasional Agribisnis dan Pengembangan Ekonomi Pedesaan, Fakultas Pertanian, Universitas Trunojoyo Madura.

Kebijakan

Sektor Pariwisata

Widita Kurniasari & Zakik

Tren Pariwisata

Pengembangan ekonomi syariah telah menjadi tren baru dalam ekonomi global, mulai dari produk makanan dan minuman, keuangan, hingga gaya hidup. Sebagai tren baru gaya hidup, maka banyak negara yang mulai memperkenalkan produk wisatanya dengan konsep halal dan Islami. Bahkan negara seperti Jepang, Australia, Thailand, Selandia Baru, dan sebagainya yang notabene bukan negara mayoritas berpenduduk muslim turut membuat produk wisata syariah. Potensi ini tercatat dari data yang dikeluarkan Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah tahun 2018 menunjukkan tingkat pengeluaran masyarakat dunia untuk belanja makanan halal mencapai US\$ 1.396 M, wisata halal mencapai US\$ 200 M, *modest fashion* mencapai US\$ 283. Secara keseluruhan tahun 2018 di seluruh dunia nilai transaksi berbasis syariah mencapai US\$ 2,2 T.

Indonesia memiliki potensi yang besar dalam wisata halal ini. Hal ini terbukti di tahun 2019 Indonesia menduduki peringkat pertama wisata halal dunia versi GMTI (Global Muslim *Travel Index*), bersanding dengan Malaysia. Selain Indonesia dan Malaysia, urutan ranking wisata halal dunia versi GMTI diraih oleh Turki di posisi ketiga (skor 75), Arab Saudi di posisi keempat (skor 72), serta Uni Emirat Arab di posisi kelima (skor 71). Negara lain yang masuk dalam top 10 wisata halal dunia lainnya antara lain Qatar (skor 68), Maroko (skor 67), Bahrain (skor 66), Oman (skor 66), dan Brunei Darussalam bersanding dengan Australia (skor 65).

Pengembangan pariwisata halal Indonesia merupakan salah satu program prioritas Kementerian Pariwisata yang sudah dikerjakan sejak

lima tahun yang lalu. Data GMTI 2019 menunjukkan bahwa hingga tahun 2030, jumlah wisatawan muslim (wislim) diproyeksikan akan menembus angka 230 juta di seluruh dunia. Namun dengan adanya pandemi Covid-19, proyeksi ini akan sulit dicapai. Pertumbuhan pasar pariwisata halal Indonesia di tahun 2018 mencapai 18%, dengan jumlah wisatawan muslim (wislim) mancanegara yang berkunjung ke destinasi wisata halal prioritas Indonesia mencapai 2,8 juta dengan devisa mencapai lebih dari Rp 40 triliun. Mengacu pada target capaian 20 juta kunjungan wisatawan mancanegara (wisman) yang harus diraih di tahun 2019, Kementerian Pariwisata menargetkan 25% atau setara 5 juta dari 20 juta wisman adalah wisatawan muslim.

Berdasarkan data dari Kementerian Pariwisata sektor ekonomi Islam yang telah mengalami pertumbuhan yang signifikan dalam produk *lifestyle* di sektor pariwisata adalah pariwisata syariah (Dini Andriani dkk, 2015). Pariwisata secara umum merupakan salah satu sektor yang memiliki peran penting dalam pembangunan ekonomi suatu wilayah. Adanya pengembangan sektor pariwisata diharapkan dapat mendorong terjadinya peningkatan kesejahteraan masyarakat lokal melalui penyediaan lapangan kerja bagi masyarakat. Tidak hanya itu, pengembangan pariwisata juga dapat menumbuhkan industri pendukung lain, sehingga dapat membangun integrasi baik antar sektor pariwisata ataupun dengan sektor lain di suatu wilayah. Selain itu sektor pariwisata merupakan satu entitas yang penting untuk kemajuan ekonomi di desa, yang menjadikan desa menjadi basis tulang punggung ekonomi di masa akan datang. Salah satu bentuk upaya dalam mendukung perkembangan sektor pariwisata adalah melalui pengembangan desa wisata.

Dari tahun ke tahun, jumlah desa wisata di Indonesia tumbuh pesat. Hingga akhir 2018, Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat ada 1.734 desa wisata dari total 83.931 desa di Indonesia. Sinergisitas antara pengelola desa wisata dengan pihak terkait seperti pemerintah daerah (pemda) menjadi pendorong lahirnya destinasi pariwisata di Indonesia yang berjalan dengan prinsip berkelanjutan. Desa Wisata Halal merupakan implementasi perwujudan dari nuansa religiusitas yang tercakup di dalam aspek muamalah sebagai pengejawantahan aspek kehidupan sosial budaya dan sosial ekonomi yang berlandaskan prinsip-prinsip syariah. Fenomena Desa Wisata Halal di Indonesia saat ini menjadi salah satu bukti fleksibilitas hukum Islam dalam tataran praktis

gaya hidup masa kini melalui integrasi nilai halal dan *thoyyib* dalam sektor pariwisata untuk menunjang perekonomian daerah yang Islami.

Wisata Madura

Potensi wisata budaya Madura yang Islami didukung oleh mayoritas penduduk Madura yang beragama Islam dan banyaknya jumlah Masjid dan Mushola, pondok pesantren, sekolah Islam (Madrasah), dan makam ulama. Berikut adalah tabel jumlah tempat ibadah, pondok pesantren, sekolah Islam, dan makam ulama di Madura.

Kawasan Madura terdiri dari 4 kabupaten yakni Kabupaten Bangkalan, Pamekasan, Sampang, dan Sumenep. IPM empat kabupaten di kawasan ini adalah yang terendah di Jawa Timur dan di bawah rata-rata Provinsi Jawa Timur. Selain IPM yang rendah, angka kemiskinan di kawasan Madura relatif tinggi dibandingkan dengan yang lainnya. Lebih dari 21.46% masyarakatnya hidup dalam kemiskinan (BPS Jatim, 2017). Berbagai permasalahan tersebut membuat Madura harus bisa mengembangkan daerahnya dengan cara bersinergi dan berinovasi dengan potensi daerah yang ada. Terlebih lagi sumber daya alam dan potensinya di kawasan ini sangat besar.

Kabupaten Pamekasan Madura mendeklarasikan satu upaya bersama menuju syariat Islam, yang dikemas dalam Gerakan Pembangunan Masyarakat Islami (Gerbang Salam). Kabupaten Pamekasan Madura memilih sebagai kota Gerbang Salam sebagai wujud pembangunan masyarakat Islami, ber peradaban, dan menolak segala bentuk perilaku melawan hukum: tindakan kriminal, asusila pun juga korupsi yang sangat membahayakan bagi masa kini dan masa depan bangsa.

Sebagai gerakan konkret pemerintah kabupaten Pamekasan membuat beberapa Perda yang mengatur usaha-usaha di Pamekasan, guna meminimalisir aktivitas asusila, salah satunya adalah Perda perhotelan, yang mengatur tentang pengunjung hotel bila membawa pasangan harus menunjukkan surat keterangan pernikahan, larangan menjual minuman keras, dan masih banyak Perda lainnya untuk melegitimasi julukan tersebut. Hal ini sejalan dengan konsep kegiatan wisata dalam Islam harus sesuai dengan prinsip-prinsip Islam yang berlaku umum, yaitu halal.

Spirit pariwisata desa di Pamekasan mulai terbangun setidaknya dalam tiga tahun terakhir. Itu terlihat dari bermunculannya objek-objek

wisata baru yang diinisiasi dan dikelola desa secara mandiri. Hingga kini, sedikitnya sudah ada tiga desa wisata yang beroperasi. Yang pertama adalah Desa Kertagenna Daya, Kecamatan Kadur. Yang menjadi andalan adalah Bukit Kehi. Destinasi yang berdiri di lahan seluas 8 hektare itu dibangun pada awal 2019 dan dibuka pada akhir 2019. Seperti namanya, Bukit Kehi menawarkan *view* kawasan perbukitan yang tidak berpenghuni. Selain menyajikan keindahan pemandangan khas dataran tinggi, destinasi tersebut menawarkan komoditas yang dihasilkan petani setempat. Selain itu, wisatawan juga dimanjakan dengan sejumlah spot menarik yang dibangun pengelola. Spot-spot tersebut menjadi *jujukan* pengunjung untuk bersantai maupun berfoto.

Secara administratif, pengelolaan wisata itu berada di bawah naungan BUMDes Melati milik Pemdes Kertagenna Daya, Kecamatan Kadur. Objek wisata itu dikelola Kelompok Sadar Wisata (Pokdarwis) yang beranggota 15 orang. Biaya pembangunan destinasi tersebut murni bersumber dari dana desa (DD).

Desa wisata berikutnya adalah Desa Bunder, Kecamatan Pademawu. Yang menjadi ikonnya adalah Eduwisata Garam. Destinasi tersebut mulai dibangun pada 2020. Kemudian di-*launching* pada April 2021. Destinasi tersebut berada di bawah naungan BUMDes Mutiara Saghara milik Pemdes Bunder.

Destinasi itu menawarkan objek pegaraman. Wisatawan diberi akses untuk menengok pengolahan garam tradisional. Selain itu, pengunjung destinasi tersebut bisa merasakan sensasi menyusuri sungai yang diapit tanaman mangrove. Sungai itu terkoneksi dengan laut.

Desa lain yang juga mengembangkan sektor wisata adalah Desa Bajang, Kecamatan Pakong. Di sana, ada objek wisata yang menawarkan keindahan dataran tinggi. Namanya Bukit Brukoh. Destinasi tersebut mulai dibuka sekitar 2018 dengan menawarkan spot ketinggian dan *view* perbukitan.

Objek wisata itu mampu memantik munculnya destinasi wisata lain di desa tersebut. Namanya Wisata Sawah yang mulai beroperasi pada akhir 2020. Konsep dua destinasi itu berbeda. Jika Bukit Brukoh berada di dataran tinggi, Wisata Sawah berada di tengah persawahan dekat dengan permukiman penduduk Desa Bajang. Wisata sawah menawarkan sajian berwisata di tengah persawahan.

Potensi dan kendala yang ada di desa Kertagenna Daya, Desa Bunder dan Desa Bajang ini penting untuk dikaji lebih lanjut dengan

pengembangan wisata halal dan berbasis modal spiritual Islam di Kabupaten Pamekasan. Potensi pengembangan desa wisata yang ada di kabupaten Pamekasan ini bisa menjadi desa wisata syariah yang sesuai dengan aspirasi dan kepentingan masyarakat setempat. Kendala dalam usaha pengembangan desa wisata ini yang akan menjadi perhatian Pemda terkait dengan adanya kebijakan alternatif strategi pengembangannya.

Pariwisata Syariah

Dalam KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia), Pariwisata adalah yang berhubungan dengan perjalanan untuk rekreasi; pelancongan. Menurut Undang-Undang Nomor 10 tahun 2009 tentang Kepariwisataaan, Bab I disebutkan bahwa wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara. Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah.

Dalam dekade ini, istilah wisata syariah sudah menjadi tren di berbagai dunia seiring perkembangan teknologi yang berkembang sangat cepat. Istilah wisata syariah dalam literatur pada umumnya disamakan dengan beberapa istilah seperti *islamic tourism*, *syari'ah tourism*, *halal travel*, *halal friendly tourism destination*, *muslim friendly travel destinations*, *halal lifestyle*, dan lain-lain. Dari sisi industri, wisata syariah merupakan suatu produk pelengkap dan tidak menghilangkan jenis pariwisata konvensional. Sebagai cara baru untuk mengembangkan pariwisata Indonesia yang menjunjung tinggi budaya dan nilai-nilai Islami tanpa menghilangkan keunikan dan orisinalitas daerah.

Pariwisata syariah dapat didefinisikan sebagai kegiatan perjalanan seseorang/kelompok orang ketika bergerak dari satu tempat ke tempat lain atau ketika berada di satu tempat di luar tempat tinggal mereka yang normal untuk jangka waktu kurang dari satu tahun dan untuk terlibat dalam kegiatan dengan motivasi Islam. Perlu dicatat bahwa kegiatan wisata dalam Islam harus sesuai dengan prinsip-prinsip Islam yang berlaku umum, yaitu halal.

Pariwisata syariah mulai diperkenalkan sejak tahun 2000 dari pembahasan pertemuan OKI (Organisasi Konferensi Islam). Pariwisata syariah merupakan suatu permintaan wisata yang didasarkan pada gaya

hidup wisatawan muslim selama liburan. Selain itu, pariwisata syariah merupakan pariwisata yang fleksibel, rasional, sederhana seimbang. Pariwisata ini bertujuan agar wisatawan termotivasi untuk mendapatkan kebahagiaan dan berkah dari Allah.

Secara fundamental wisata syariah adalah pemahaman makna syariah di semua aspek kegiatan wisata mulai dari penginapan, sarana transportasi, sarana makanan dan minuman, sistem keuangan, hingga fasilitas dan penyedia jasa wisata itu sendiri. Sebagai contoh misalnya dalam hal syariah *guest house* tidak akan menerima pasangan tamu yang akan menginap jika tamu tersebut merupakan pasangan yang bukan muhrimnya yang tidak terikat dalam perkawinan selain itu hotel yang mengusung konsep syariah tentunya tidak akan menjual minuman beralkohol serta makanan yang mengandung daging babi yang diharamkan dalam Islam.

Menurut Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dan Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia pariwisata syariah memiliki standar kriteria sebagai berikut:

1. Berorientasi pada kemaslahatan umum.
2. Berorientasi pada pencerahan, penyegaran dan ketenangan.
3. Menghindari kemusyrikan dan *khurofat*.
4. Menghindari maksiat, seperti zina, pornografi, pornoaksi, minuman keras, narkoba dan judi.
5. Menjaga perilaku, etika dan nilai luhur kemanusiaan seperti tidak bersikap hedonis dan asusila.
6. Menjaga amanah, keamanan dan kenyamanan.
7. Bersifat universal dan inklusif.
8. Menjaga kelestarian lingkungan.
9. Menghormati nilai-nilai sosial budaya dan kearifan.

Modal Spiritual Islam

Konsep modal spiritual Islam sebenarnya telah ada di dalam Alquran dan As-Sunnah sebelum muncul konsep modal spiritual konvensional. Konsep modal spiritual konvensional yang dicetuskan pertama kali oleh beberapa pakar diantaranya Woodberry (2003), Zohar dan Marshal (2004), kemudian diikuti oleh Lowder (2006) dan Liu (2008), serta beberapa pakar yang lain. Para ekonom barat ini sepakat bahwa konsep modal spiritual tidak memiliki kaitan pada agama atau sistem keyakinan lainnya.

Pemaparan Zohar dan Marshal (2004) terkait makna modal spiritual bahwa hal tersebut tidak memiliki kaitan pada agama atau sistem keyakinan lainnya. Menurut mereka, spiritualitas berdasarkan atas nilai agama atau sistem keyakinan lainnya akan menemui kendala pada sifatnya yang tidak universal atau mengalami keterbatasan ketika berhadapan dengan sistem keyakinan berbeda dan juga pada pihak yang tidak memiliki sistem keyakinan agama. Oleh sebab itu, menurut mereka diperlukan modal spiritual yang lebih luas lagi bagi organisasi, masyarakat, dan partisipasi budaya pada masyarakat global dan pluralis masa kini, sehingga modal spiritual menjadi lebih dalam, memiliki makna, nilai, tujuan, dan motivasi non sektarian yang sakral bagi seluruh umat manusia. Universalitas yang diangkat dalam hal ini menuntut modal spiritual berlandaskan atas nilai-nilai yang dapat diterima umum dan tidak terbatas pada praktisi keyakinan agama tertentu.

Modal spiritual Islam mempunyai arti yang lebih *kaffah* dibandingkan pemahaman sekuler yang dijelaskan oleh Woodberry (2003), Zohar dan Marshal (2004), Lowder (2006), Liu (2008) dan Naughton, Habisch, Lenssen, dan Roosevelt Malloch (2010). Modal spiritual Islam merupakan sekumpulan keyakinan, teladan (kepemimpinan), motivasi, etos dan komitmen yang terwujud dalam nilai-nilai kebajikan yang berpedoman pada Alquran dan Hadis Rasulullah SAW serta menjadi fondasi dasar dalam hubungan manusia dengan penciptanya Allah Swt. (*hablumminallah*) dan hubungan manusia dengan sesamanya (*hablumminannas*), serta bagaimana cara untuk menanamkan nilai-nilai kebajikan tersebut pada hidup dan pekerjaannya.

Modal spiritual Islam berpedoman pada petunjuk yang diberikan Allah SWT sehingga sebagai umat muslim harus memastikan bahwa segala sesuatu yang dilakukannya adalah untuk memperoleh rida Allah Swt. Islam tidak melihat spiritualitas secara terpisah dari aktivitas dan kesibukan sehari-hari. Modal spiritual Islam berlandaskan atas tauhid, mengesakan Allah karena tidak ada Tuhan yang patut disembah kecuali Allah. Dengan demikian Modal spiritual Islam yang dimaksudkan dalam penelitian ini tentu tidak akan terlepas dari nilai-nilai Islam yakni tauhid.

Modal spiritual Islam jika dikaitkan dengan konsep bekerja menyiratkan bahwa bekerja merupakan bagian dari ibadah kepada Allah Swt. seperti disebutkan dalam Alquran surah At-Taubah □ 9□ ayat 105, yang artinya: “Bekerjalah kamu, maka Allah akan melihat pekerjaanmu, begitu juga rasul-Nya dan orang-orang mukmin, dan kamu akan

dikembalikan kepada (Allah) Yang Mengetahui yang gaib dan yang nyata, lalu diberitakan-Nya kepada kamu apa yang telah kamu kerjakan.”

Liu (2008) merangkum beberapa definisi Modal spiritual dalam tiga kategori yang diantaranya yaitu: sebagai (1) *Religious capital*, (2) Makna hidup, dan (3) Keterikatan kepada Tuhan. Malloch (2010) juga meneliti bahwa modal spiritual memiliki dampak terhadap bisnis seperti bentuk modal lainnya. Malloch menggunakan pendekatan konsep modal spiritual yang akan dijelaskan dengan menggunakan konsep social capital (modal sosial) dan contoh empiris yaitu kebajikan (*virtues*). Yang dibutuhkan perusahaan supaya berhasil memenangkan kompetisi (persaingan) yaitu melalui modal spiritual yang di dalamnya terkandung kebajikan dan moral dari sumber daya manusianya. Iman manusia bagian penting dari nilai-nilai dalam organisasi bisnis. Menurut Malloch ada dua kebajikan (*virtues*) yang memiliki dampak positif terhadap bisnis yaitu “*hard virtues*” dan “*soft virtues*”. “*Hard*” *virtues* dicontohkan seperti: kepemimpinan, keberanian, kesabaran, ketekunan, dan disiplin. Sedangkan “*soft*” *virtues* dicontohkan seperti: keadilan, kasih sayang, pengampunan, rasa syukur, dan kerendahan hati.

Pengertian modal spiritual di atas sepaham dengan modal spiritual Islam yang menekankan tentang kebajikan. Salah satu kebajikan yang berpengaruh terbesar dalam hidup adalah iman. Iman merupakan inti ajaran semua agama (Izutsu, 1994). Makna iman yang berarti percaya selalu diposisikan berada di dalam hati (*qalb*) manusia. Ketika Rasulullah SAW menjawab pertanyaan seorang laki-laki berbaju putih yang datang menghampirinya beliau bersabda, “Iman adalah percaya kepada Allah”. Karena kata kuncinya adalah percaya, maka kedudukan iman selalu diposisikan pada ajaran teologis berada di dalam hati (*qalb*), yaitu sesuatu yang menjadi unsur batin (esoteris) manusia. Unsur batin tersebut sukar atau tidak bisa untuk diukur eksistensinya tanpa melihat ekspresi lahiriah dari iman seorang yang beriman (mukmin) (Matondang, 2015).

Jaminan Produk Halal

Pengertian dan Urgensi Undang-Undang Jaminan Produk Halal: “Halal” adalah terminologi dalam hukum Islam, yang secara harfiah berarti diperbolehkan, bahwa seseorang boleh melakukan suatu kegiatan atau objek tertentu yang lazimnya dipakai seperti menunjukkan pada makanan atau minuman yang halal dikonsumsi masyarakat. Halal sering dilawankan dengan Haram, yaitu segala objek atau kegiatan yang

dilarang menurut syariat Islam. Sebagai terminologi hukum Islam, maka istilah dan pengertian Halal berada dalam lingkup hukum Islam atau syariat Islam yang menjadi pedoman dan atau tuntutan bagi umat Islam khususnya dalam mengonsumsi makanan dan minuman. Beberapa sumber hukum yang mengatur keharusan mengonsumsi produk yang halal antara lain yang dimuat dalam:23

- a. Firman Allah QS. Al-Baqarah (2): 168

“Wahai manusia! Makanlah dari (makanan) yang halal dan baik yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah setan. Sungguh, setan itu musuh yang nyata bagimu.

- b. Firman Allah QS. Al-Maidah (5): 88

“Dan makanlah dari apa yang telah diberikan Allah kepadamu sebagai rezeki yang halal dan baik, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya.”

Daftar Pustaka

- BPS Propinsi Jawa Timur, Angka Kemiskinan Kabupaten/Kota Se-Propinsi Jawa Timur Tahun 2018.
- Cavanagh, G. F., & Bandsuch, M. R. 2002. Virtue as a benchmark for spirituality in business. *Journal of business ethics*, 38(1-2), 109-117.
- Hamzah, Maulana. M., & Yudiana, Yudi. (2015, Februari 9). Analisis Komparatif Potensi Industri Halal dalam Wisata Syariah dengan Konvensional. Dipetik Agustus 4, 2015, dari <http://catatanek18.blogspot.co.id>: <http://catatanek18.blogspot.co.id/2015/02/analisis-komparatif-potensiindustri.html>
- Izutsu, Toshihiko. *The Concept of Belief in Islamic Theology: A Semantical Analysis of Imân and Islam*, terj. Agus Fahri Husein (Tiara Wacana: Yogyakarta, 1994), h. 1
- Kemenpar. (2012, Desember 20). *Kemendag Promosikan Indonesia Sebagai Destinasi Pariwisata Syariah Dunia*. Dipetik Agustus 2015, 4, dari <http://www.kemenpar.go.id>: <http://www.kemenpar.go.id/asp/detil.asp?c=16&id=2042>
- Kempar. (2015). *Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara Menurut Pintu Masuk dan Kebangsaan*. Jakarta: Kementerian Pariwisata.
- Kilinç, Akyol. &. (2014). "Internet and Halal Tourism Marketing". *International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic Volume 9/8 Ankara-Turkey*, 171-186.
- Kurniasari, Widita. 2020. *Implementasi Islamic Spiritual Capital Dalam Praktik Bisnis Baitu Maal Wat Tamwil*. Disertasi. Universitas Airlangga.
- Liu, A. 2008. *Measuring Spiritual Capital as a latent variable*. The RM Institute, USA. Also Available at: <http://www.researchmethods.org/MeasuringSpCapital.pdf>.
- Lowder, B. T. 2006. *A Ghost in the Machine: The Important Role of Workplace Spirituality*. Available at SSRN 932811.
- Malloch, T. R. 2010. *Spiritual capital and practical wisdom*. *Journal of Management Development*, 29(7/8), 755-759.
- Matondang, Husnel Anwar. 2015. *Konsep Al-Iman Dan Al-Islam: Analisis Terhadap Pemikiran Al-'Izz Ibn 'Abd As-Salam (577-660 H. Atau 1181-1262 M)*. *Jurnal Analytica Islamica*, Vol. 4, No. 1, 54-83

Naughton, M., Habisch, A., Lenssen, G., & Roosevelt Malloch, T. 2010. Spiritual capital and practical wisdom. *Journal of Management Development*, 29(7/8), 755-759. Comtech Vo. 5 No. 2 Desember 2014.

Profil Penulis



Mohtar Rasyid, adalah seorang dosen di Jurusan Ilmu Ekonomi FEB Universitas Trunojoyo Madura. Latar belakang pendidikan mulai S1 sampai S3 di bidang Ilmu Ekonomi. Di samping sebagai penulis buku, beberapa artikel ilmiah telah diterbitkan baik dalam skala nasional maupun internasional. Saat ini, beliau menjabat sebagai Ketua Jurusan Ilmu Ekonomi FEB Universitas Trunojoyo Madura. Buku Merangkai Kepingan Potensi Wisata Madura merupakan salah satu buku yang diedit tahun 2022.



Ambariyanto, dosen pada prodi ilmu ekonomi FEB UTM sejak 2008, yang mempunyai ketertarikan pada isu Pembangunan Ekonomi, Ekonomi Islam, Sejarah Pemikiran dan kegiatan Pemberdayaan Masyarakat.



Titov Chuk's Mayvani lahir di Kabupaten Banyuwangi Jawa Timur tanggal 28 Maret 1983. Beliau menyelesaikan pendidikan dasar, menengah pertama dan atas di Banyuwangi, dan meneruskan pendidikan tinggi pada S1 Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan, melanjutkan studi pada Magister Ilmu Ekonomi di Universitas Brawijaya Malang. Beliau aktif terlibat di beberapa lembaga riset dan konsultan yang bergerak di bidang perencanaan pembangunan dan saat ini aktif sebagai dosen di Universitas Trunojoyo Madura.



Yufita Listiana, dosen di Universitas Trunojoyo Madura. Yufita aktif dalam kegiatan penelitian, pengabdian dan mengajar di bidang ekonomi pembangunan atau perencanaan pembangunan hingga saat ini. Saya berharap karya sederhana ini dapat bermanfaat bagi siapa saja yang membacanya. Terima kasih.



Sumarto, Dosen muda Jurusan Ilmu Ekonomi UTM yang sedang belajar menulis. Pendidikan S1 dan S2 bidang Ilmu Ekonomi. Kegiatan sehari hari lebih banyak di pendampingan organisasi dan pengabdian, khususnya di Madura.



Nugroho, Ris Yuwono Yudo. He was born in Central Java on January 11. He graduated with a bachelor's degree in economics from Airlangga University (2002) and a postgraduate master's degree from the Bogor Agricultural Institute (2009); furthermore, He graduated with a doctoral degree in economics from Airlangga University, Surabaya (2022). He used to work in a commercial bank and an R&D institute and is currently working as a lecturer at Trunojoyo University, Madura, in the position of assistant professor. Several kinds of research were produced on financial development, financial economy, and Islamic banking. Several articles have been published, such as responses to new credit programs in Indonesia: Asymmetric information perspective (2019); Initial responses of farmers, fishers, and micro-enterprises, on COVID-19 assistance (2021); as well as internal and external factors that affect financing from micro banking sharia (2021).



Mochamad Reza Adiyanto, dosen jurusan manajemen, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Trunojoyo Madura. Latar belakang karier sebagai *bankers* selama 12 tahun di perbankan konvensional dan syariah kemudian memulai sebagai dosen sejak tahun 2019. Lulus mendapatkan gelar master (S2) dari Sekolah Bisnis Institut Pertanian Bogor tahun 2017. Saat ini juga menjadi tutorial online di Universitas Terbuka sejak tahun 2020. Reza dapat dihubungi melalui alamat e-mail: reza.adiyanto@trunojoyo.ac.id atau nomor Whatsapp 62878 5271 3855



Anita Kristina, dosen di Universitas Trunojoyo Madura. Kegemaran menulis telah mengantarkan Anita untuk menghasilkan banyak karya, diantaranya buku antologi (fiksi berbagai genre), buku referensi dan monograf, serta berbagai artikel ilmiah. Sekarang, Anita aktif dalam kegiatan penelitian dan mengajar di bidang ekonomi, ketenagakerjaan, & budaya.



Alvin Sugeng Prasetyo, lahir pada 05 Maret 1992 di Surabaya. Pendidikan S1 dari Universitas Airlangga Jurusan Ekonomi Pembangunan dengan konsentrasi ekonomi moneter. Pendidikan S2 dari Universitas Airlangga Jurusan Magister Ilmu Ekonomi dengan konsentrasi ekonomi moneter. Saat ini penulis merupakan dosen tetap di Jurusan Ekonomi Pembangunan, Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Trunojoyo Madura.



Ahmad Kamil, Dosen aktif di Jurusan Ilmu Ekonomi, FEB Universitas Trunojoyo Madura. Selama ini mengajar, meneliti dan pengabdian di bidang moneter dan perbankan. Beliau telah dipercaya Jurusan untuk mengelola laboratorium perbankan.



Andri Wijanarko, Saat ini aktif sebagai Dosen di Prodi S1 Ekonomi Pembangunan Universitas Trunojoyo Madura di bidang keilmuan Ekonomi Ketenagakerjaan, Ekonomi Kependudukan dan Ekonomi Pembangunan. Aktif pada riset di dua bidang tersebut, serta bidang lain seperti Ekonomi Perencanaan dan Ekonomi Regional. Implementasi ilmu berupa anggota penyusunan rencana pembangunan jangka menengah di beberapa kabupaten.



Alifah Rokhmah Idialis, seorang pengajar dan peneliti yang berasal dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura. Hobi membaca hal-hal yang berkaitan dengan segala hal tentang ilmu pengetahuan dan hal-hal baru. *Passion* di bidang ekonomi adalah ekonomi publik dan ekonomi internasional. Beliau menyukai tantangan hidup dan memiliki moto hidup belajar, belajar dan terus belajar, utamakan belajar terus istiqomah jujur dalam hidup.



Bondan Satriawan, dosen di Jurusan Ilmu Ekonomi, FEB Universitas Trunojoyo Madura. Beliau lulusan S1 Unair dan S2 University of Queensland Australia. Beliau juga memiliki fokus keahlian pada bidang ekonomi industri, sehingga menjadikan beliau aktif mengajar, meneliti dan pengabdian di bidang tersebut.



Selamat Joko Utomo, dosen aktif di Jurusan Ilmu Ekonomi, Universitas Trunojoyo Madura. Lulusan S1 Ekonomi Pembangunan Universitas Brawijaya dan S2 Ilmu Ekonomi Universitas Brawijaya. Beliau memiliki keahlian Rural Development Planning dan Keuangan Daerah.



Crisanty Sutristyaningtyas Titik, dosen aktif di Jurusan Ilmu Ekonomi, Universitas Trunojoyo Madura. Beliau lulusan S1 Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan, Universitas Airlangga, S2 Magister Ilmu Ekonomi, Universitas Brawijaya dan S3 Ilmu Ekonomi Unair. Beliau juga memiliki keahlian di bidang moneter dan perbankan.



Heri Yulistyono, dosen aktif di Jurusan Ilmu Ekonomi, Fakultas Ekonomi & Bisnis, Universitas Trunojoyo Madura. Beliau memiliki ketertarikan pada keilmuan matematika ekonomi, statistik dan ekonometrika. Selama ini, beliau juga aktif sebagai pengajar, peneliti dan melakukan pengabdian dalam bidang sosial science & ekonomi.



Bambang Setyo Pambudi, tercatat sebagai dosen di Jurusan Ilmu Manajemen Universitas Madura. Beliau saat ini sedang studi lanjut doktoral di Unair. Beliau juga aktif dalam melakukan tugasnya sebagai pengajar, peneliti dan melakukan pengabdian.



Dr. Nurul Imamah, SE., ME. Lahir di Sidoarjo tanggal 19 April 1967. Telah menyelesaikan Studi S1 pada Fakultas Ekonomi UNAIR Surabaya Tahun 1994, Lulus S2 pada Magister Ekonomi UB Malang Tahun 2008, Lulus S3 pada Program Doktor Ilmu Ekonomi UB Malang Tahun 2021. Saat ini menjabat sebagai dosen tetap FEB UBHARA Surabaya. Pernah menjabat sebagai Ketua Program Studi pada Tahun 2006-2010. Aktif menulis Artikel di berbagai jurnal ilmiah.



Widita Kurniasari adalah staf pengajar Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo Madura (UTM). Sebagai seorang akademisi, selain aktif mengajar, beliau juga aktif menulis di berbagai jurnal ilmiah di tingkat nasional dan internasional. Di samping itu, ide-ide ilmiah populernya juga pernah dimuat di media massa seperti Jawa Pos. Pada April 2020 mendapatkan tanda kehormatan Satyalancana Karya Satya X tahun dari Presiden Republik Indonesia.



Dr. Zakik, SE. MSi, adalah pengajar di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Trunojoyo. Lulus Sarjana Ekonom (S-1) program Ilmu Ekonomi dan Studi Pembangunan Universitas Airlangga Tahun 2002, menyelesaikan program Magister (S-2) Ekonomi dan Keuangan Syariah di program Studi Kajian Timur Tengah dan Islam Pasca Sarjana Universitas Indonesia Tahun 2010, menyelesaikan program Doktor (S-3) Ilmu Ekonomi Islam Pasca Sarjana Universitas Airlangga Tahun 2018. Penulis juga aktif menjadi ketua Majelis Sarjana Ekonomi Islam (MASEI) Jawa Timur, pengurus Masyarakat Ekonomi Syariah Jawa Timur, pengurus Ikatan Saudagar Muslim Indonesia Jawa Timur dan CEO Maslaha Insan Mulian Institute serta pendiri Khuttab Al Hanif Foundation. Penulis juga aktif sebagai peneliti dan konsultan di berbagai institusi pemerintah dan swasta regional maupun nasional.

Pentingnya literasi pariwisata berangkat dari sebuah kajian empiris bahwa pariwisata merupakan salah satu produk sosial-budaya yang memberikan peran bagi pembangunan suatu daerah dan masyarakatnya. Produk wisata dalam perkembangannya semakin mengalami perluasan sektoral, di antaranya pengelolaan lingkungan, alam, budaya, serta kearifan lokal tiap-tiap daerah. Oleh karenanya, kepuasan wisatawan dalam berwisata kini tidak hanya didasarkan pada kelengkapan fasilitas dan keindahan alamnya saja, melainkan juga keleluasaan interaksi dengan masyarakat lokal. Banyak daerah yang dikenal sebagai destinasi pariwisata, tetapi masih belum diiringi dengan kesiapan masyarakat sekitarnya. Akibatnya, potensi wisata yang berada di sekitar daerah tersebut tidak terkelola dengan baik, kurang profesionalnya pengelolaan pariwisata, serta adanya potensi eksploitasi berlebihan terhadap sektor pariwisata itu sendiri. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, buku ini mencoba menginisiasi berbagai upaya pemberdayaan masyarakat dengan menanamkan tujuan dan nilai kepariwisataan Madura melalui penyadaran pentingnya peran semua pihak dalam pengembangan potensi pariwisata Madura. Hal ini dilakukan agar masyarakat Madura secara mandiri dapat mengembangkan daerahnya sebagai bagian dari destinasi pariwisata di Indonesia.

Buku ***Merangkai Kepingan Potensi Wisata Madura*** ini berperan sebagai bentuk literasi bagi semua *stakeholder* pariwisata di Pulau Madura. Buku ini selain memaparkan potensi pariwisata Madura, juga merupakan kumpulan hasil studi empiris mulai dari pemahaman konsep pariwisata, peran pariwisata Madura terhadap UMKM dan ekonomi rakyat, bagaimana strategi membangkitkan kembali pariwisata Madura pasca-Covid-19, serta beberapa strategi pengembangan pariwisata berbasis potensi dan kelembagaan lokal. Buku ini sangat relevan untuk dua kelompok pembaca sekaligus, yaitu para akademisi dan praktisi atau *stakeholder* pariwisata. Setiap konsep yang dipaparkan disertai juga aplikasi dan model-model analisis yang bisa digunakan untuk menerangkan isi dan kegunaannya. Dengan demikian para praktisi diharapkan dapat menangkap makna yang terkandung dalam setiap hasil penelitian yang dibahas dan mampu mengaplikasikannya dalam menghadapi kasus atau isu yang sama di daerahnya.

Merangkai Kepingan Potensi Wisata Madura



Penerbit Deepublish (CV BUDI UTAMA)
Jl. Kaliurang Km 9,3 Yogyakarta 55581
Telp/Fax : (0274) 4533427
Anggota IKAPI (076/DIY/2012)
✉ cs@deepublish.co.id
📍 Penerbit Deepublish
📧 @penerbitbuku_deepublish
🌐 www.penerbitdeepublish.com



Kategori : Pariwisata

ISBN 978-623-02-5763-6



9 786230 257636