
WISATA HALAL: STRATEGI DAN IMPLEMENTASINYA DI KOTA BANDA ACEH

Irwansyah¹, dan Muchamad Zaenuri²

^{1,2} Magister Ilmu Pemerintahan, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta
(Penulis korespondensi: irwanmip88@gmail.com)

Diterima: 21 Mei 2021; Disetujui: 15 Juni 2021; Dipublikasikan: 17 Juni 2021

Abstrak

Wisata halal merupakan konsep yang relatif baru dalam industri pariwisata dunia. Tujuan dari jenis wisata ini adalah memberikan pelayanan yang maksimal bagi wisatawan muslim yang ingin berwisata tanpa meninggalkan kewajiban yang telah diperintahkan dalam agama. Banda Aceh merupakan salah satu daerah di Indonesia yang menjadi daerah unggulan untuk pengembangan wisata halal. Penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana implementasi strategi wisata halal yang telah diterapkan di Banda Aceh saat ini. Penelitian ini menggunakan metode analisis kualitatif. Terapat beberapa strategi yang dilakukan Dinas Pariwisata Kota Banda Aceh dengan melakukan sosialisasi, sertifikasi produk dengan kerjasama dengan lembaga sertifikasi, melakukan promosi ke dalam dan luar negeri, serta pembenahan sarana dan prasarana. Pemerintah Kota Banda Aceh harus lebih serius memperhatikan sektor wisata halal jika ingin meningkatkan kunjungan wisata.

Kata kunci: Wisata Halal; Kebijakan Publik; Banda Aceh.

Abstract

Halal tourism is a relatively new concept in the world tourism industry. This type of tourism aims to provide maximum service for Muslim tourists who want to travel without leaving the obligations that have been ordered in religion. Banda Aceh is one of the regions in Indonesia which is a leading area for the development of halal tourism. This study aims to see how the implementation of the halal tourism strategy has been implemented in Banda Aceh. This research uses the qualitative analysis method. The Banda Aceh City Tourism Office carries out several strategies by carrying out socialization, product certification in collaboration with certification bodies, conducting promotions at home and abroad, and improving facilities and infrastructure. The Banda Aceh City Government should pay more attention to the halal tourism sector if it wants to increase tourist visits.

Keywords: Halal Tourism; Publik Policy; Banda Aceh.

PENDAHULUAN

Pariwisata halal kini tengah menjadi *trending* dunia (Adinugraha *et al.*, 2021) dan merupakan konsep yang relatif baru di industri pariwisata (Yagmur *et al.*, 2019) yang mengacu pada kegiatan yang sejalan dengan prinsip-prinsip ajaran Islam dalam penyelenggaraan kepariwisataan (Ebrahim *et al.*, 2019). Jumlah wisatawan muslim tumbuh cukup signifikan seiring meningkatnya perekonomian beberapa Negara yang mayoritas penduduknya Islam memberi dampak pada jumlah kunjungan wisatawan ke berbagai negara yang menyediakan layanan paket wisata halal. Industri pariwisata halal meliputi hotel, fashion, farmasi, transportasi, makanan/ minuman, dan jasa.

Mastercard-Crescentrating (2018) yang mengeluarkan laporan Global Muslim

Travel Index (GMTI) mengungkapkan pasar perjalanan Muslim global bernilai USD131 miliar pada tahun 2017 dan diproyeksikan akan tumbuh menjadi USD300 miliar pada tahun 2026. Lebih lanjut, pertumbuhan pasar wisata muslim juga dapat dilihat dari pertumbuhan populasi Muslim yang merupakan tercepat di dunia, dimana pada 2050 diperkirakan akan mencapai 2,8 milyar jiwa (Armandhanu, 2015).

Bertambahnya kelas menengah muslim dan populasi anak muda menjadikan wisata halal semakin dilirik. Ditambah lagi hadirnya media sosial ikut meningkatkan informasi tentang destinasi wisata serta meningkatnya fasilitas dan pelayanan bagi wisatawan muslim di negara-negara non muslim. Table 1 berikut menyajikan daftar sepuluh besar negara yang paling banyak dikunjungi wisatawan muslim dunia.

Tabel 1. Sepuluh Besar Negara Tujuan Wisatawan Muslim

Negara OKI			Negara Non-OKI		
Ranking	Destinasi	Skor	Ranking	Destinasi	Skor
1	Malaysia	80.6	1	Singapura	66.2
2	UEA	72.8	2	Thailand	56.1
3	Indonesia	72.8	3	Inggris	53.8
4	Turki	69.1	4	Jepang	51.4
5	Arab Saudi	68.7	5	Taiwan	49.6
6	Qatar	66.2	6	Hongkong	49.6
7	Bahrain	65.9	7	Afrika Selatan	47.7
8	Oman	65,1	8	Jerman	45,7
9	Maroko	61,7	9	Perancis	45,2
10	Kuwait	60,5	10	Australia	44,7

Sumber: Mastercard-Crescentrating (2018)

Perkembangan pariwisata telah meningkatkan berbagai komponen bisnis di dalamnya industri pariwisata termasuk biro wisata, hotel, dan restoran dalam mengembangkan produk dan layanan mereka yang sesuai dengan prinsip halal untuk memenuhi permintaan pasar wisata muslim. Indonesia sebagai negara yang memiliki ragam budaya dan kondisi alam yang mempesona sudah seharusnya menjadikan sektor wisata sebagai sektor unggulan sebagaimana pemasukan negara. Dengan perkembangan teknologi informasi semakin memudahkan para wisatawan untuk mengakses tujuan destinasi yang menarik untuk dikunjungi sebagai tempat wisata di Indonesia.

Wisata religi dalam fortopolio bisnis pariwisata memiliki porsi cukup besar untuk menarik kunjungan wisatawan. Potensi budaya (*culture*) mempunyai porsi paling besar 60%, sedangkan alam (*nature*) 35% dan manmade 5% (Barus, 2017). Pada tahun 2016, Indonesia berhasil meraih 12 penghargaan dari 16 kategori dalam ajang World Halal Tourism Award di Abu Dhabi, dimana secara global Indonesia menempati peringkat ke-3 sebagai tujuan wisata muslim dunia (Kemenparekraf, 2020). Prestasi tersebut menjadi bukti bahwasanya Indonesia memiliki kesempatan untuk

menjadi tujuan utama pariwisata halal dunia di masa yang akan datang.

Aktivitas wisata halal dilakukan berdasarkan nilai-nilai yang sesuai dengan ajaran agama islam baik yang menyangkut aspek perdagangan, pergaulan, hiburan dan sebagainya (Adinugraha *et al.*, 2021). Untuk mendukung kelangsungan wisata halal, terdapat enam kebutuhan berbasis syariah yang harus disediakan seperti makanan halal, tempat ibadah, toilet ramah penggunaan air, layanan dan fasilitas Ramadhan, fasilitas tanpa aktivitas non-halal dan fasilitas rekreasi dengan privasi (COMCEC, 2016). Sektor penyediaan makanan halal menjadi sangat penting untuk diperhatikan dengan mencantumkan label halal di setiap outlet makanan untuk menjaga kenyamanan wisatawan muslim dalam berwisata. Ketersediaan tempat ibadah di area publik dengan memperhatikan kebersihan dan air yang cukup. Layanan dan fasilitas bertema Ramadhan layak dikembangkan untuk menarik wisatawan muslim berkunjung.

Aceh sebagai daerah yang memiliki keistimewaan dalam keagamaan serta penerapan syariat islam menjadi suatu hal yang penting untuk menjalankan konsep wisata berbasis Syariah. Qanun Aceh Nomor 8 Tahun 2013 tentang Kepariwisata dalam

pasal 3 poin b menjelaskan Penyelenggaraan kepariwisataan Aceh bertujuan mengangkat nilai-nilai sejarah dan budaya Aceh yang islami sebagai daya tarik wisata. Di samping itu Aceh juga memiliki Qanun Nomor 8 Tahun 2016 tentang Sistem Jaminan Produk Halal, yang menjamin semua produk yang beredar di Aceh terjamin halalhnya. Banda Aceh yang merupakan ibukota Provinsi Aceh mempunyai prospek sangat baik di sektor wisata terutama wisata halal (Herizal *et al.*, 2021), hal ini juga didukung oleh *political will* dari pemimpin Kota Banda Aceh untuk mewujudkan bandar wisata islami (Fahmi dan Haryanto, 2020). Dalam menyongsong wisata halal, keseriusan Banda Aceh terlihat ketika Walikota Banda Aceh pada tahun 2015 lalu telah meluncurkan branding pariwisata yaitu *World Islamic Tourism* yang mengangkat wisata syariah sebagai unggulan pariwisata, karena sejarah dan kebudayaan yang melekat dengan nilai-nilai islam.

Dalam Peraturan Walikota (Perwalkot) Nomor 17 Tahun 2016 tentang Penyelenggaraan Wisata Halal. Pasal 1 poin 7 mengatakan bahwa Wisata Halal adalah kegiatan kunjungan wisata dengan destinasi dan industri pariwisata yang menyiapkan fasilitas produk, pelayanan, dan pengelolaan pariwisata yang memenuhi unsur syariah.

Adapun dalam Pasal 2 menyebutkan Penyelenggaraan wisata halal bertujuan memberikan pelayanan yang aman dan nyaman kepada wisatawan dalam menikmati wisata halal di Kota Banda Aceh.

Melihat potensi yang dimiliki oleh Kota Banda Aceh dalam menasbihkan diri sebagai destinasi utama pariwisata halal di Indonesia, peneliti ingin mengkaji sejauh mana kesiapan Kota Banda Aceh dalam menyongsong wisata halal. Secara spesifik, penelitian ini bertujuan untuk melihat bagaimana strategi dan implementasi pengembangan wisata halal di Banda Aceh, selain itu, juga melihat perkembangan pelaksanaannya dengan menggunakan indikator dari Global Muslim Travel Index (GMTI) yang dikeluarkan oleh Mastercard-Crescentrating.

METODELOGI

Berdasarkan permasalahan dan tujuan penelitian yang telah dijabarkan diatas, maka jenis penelitian ini menggunakan deskriptif kualitatif, yaitu penelitian yang bermaksud untuk menjelaskan bagaimana proses suatu kejadian atau kasus itu terjadi dengan menggunakan penjelasan kata-kata. Tujuan dari penggunaan metode deskriptif adalah untuk menghasilkan gambaran yang tepat mengenai implementasi strategi

pengembangan wisata halal di Banda Aceh. Data primer diperoleh dengan melakukan wawancara dengan Kepala Dinas Pariwisata Kota Banda Aceh, Kabid Ekonomi Kreatif dan Kabid Promosi wisata serta pihak yang berkaitan seperti Sekretaris LPPOM MPU Aceh, pelaku wisata dan para wisatawan. Adapun Data primer diperoleh dengan menganalisa RIPPDA, Rencana Strategis, serta dokumen lainnya.

PEMBAHASAN

Wisata Halal bersumber dari konsep “halal”. Kata halal dalam bahasa Arab yang berarti “dijinkan” atau “dibolehkan”. Dalam Islam, konsep halal tidak hanya berkaitan dengan produk makanan atau minuman saja, melainkan semua aspek dalam kehidupan orang Islam. Konsep ini mengharuskan umat Islam untuk hanya mengonsumsi produk yang dibolehkan sesuai dengan ajaran agama, termasuk produk makanan/minuman, perbankan dan keuangan, pariwisata, kosmetik, pekerjaan, dan lain-lain (Wahidati dan Sarinastiti, 2018). Adapun Chandra (2014) menyatakan bahwa konsep halal, yang berarti diizinkan dalam bahasa Arab, tidak hanya diterapkan pada makanan, tetapi juga mencakup produk apapun yang sesuai mulai dari transaksi bank hingga kosmetik, vaksin dan dalam hal

ini pariwisata. Ini berarti menawarkan paket tur dan tujuan yang dirancang khusus untuk memenuhi pertimbangan wisatawan muslim dan memenuhi kebutuhan Muslim.

Menurut Battour dan Ismail (2016) wisata halal adalah setiap objek atau tindakan pariwisata yang diperbolehkan menurut ajaran Islam yang akan digunakan atau dipakai oleh muslim dalam industri wisata. Definisi tersebut melihat hukum Islam sebagai dasar untuk memberikan layanan dan produk pariwisata kepada konsumen sasaran yang sebagian besar adalah wisatawan muslim termasuk juga wisatawan dari negara non muslim, dimana tujuan tidak harus perjalanan religi tetapi dapat berupa motivasi berwisata secara umum. Tujuan wisata yang baik dilakukan dan dijadikan pilihan menurut perspektif syariah adalah wisata halal, karena di dalam atmosfer wisata ini diupayakan terhindar dari kontaminasi apa pun saja yang mengharamkan (Djakfar, 2017).

Wisata halal sendiri berkembang dari pertumbuhan masyarakat kelas menengah berpenghasilan tinggi, terutama negara-negara kawasan Timur Tengah (Widagdyo, 2015). Akomodasi pendukung seperti tersedianya hotel syariah menjadi perhatian dalam industri wisata halal. Samori dan Sabtu (2014) memberikan kriteria hotel

yang sesuai syariah antara lain: (i) tersedianya makanan dan minuman halal; (ii) memiliki tempat shalat yang menyediakan kitab Suci Quran, sajadah dan panah yang menunjukkan arah qiblat di hotel; (iii) tempat tidur dan toilet diposisikan tidak menghadap kiblat; (iv) tidak adanya hiburan yang tidak pantas; (v) sebagian besar staf Muslim dengan tata cara berpakaian Islami; (vi) salon terpisah, fasilitas kolam renang untuk pria dan Wanita; (vii) pisahkan kamar untuk pasangan yang belum menikah antara pria dan Wanita; dan (viii) tidak adanya perjudian dan alkohol di dalam hotel.

Sejumlah kriteria dijadikan acuan untuk memberi rasa nyaman bagi wisatawan muslim agar bisa berwisata tanpa melanggar aturan agama. Kebersihan hotel termasuk kamar mandi dan tempat wudhuk, serta tersedianya peralatan mandi yang halal. Tidak dipungkiri bahwa persaingan wisata halal terus meningkat, semua negara muslim maupun negara non muslim berlomba dalam menarik kunjungan wisatawan muslim dengan memberikan pelayanan terbaik untuk memberi rasa nyaman karena wisatawan muslim terutama dari timur tengah dikenal kelompok wisatawan yang berani mengeluarkan uang yang banyak untuk kepuasan berwisata. Industri wisata

merupakan segmen yang memiliki prospek yang sangat besar untuk pembangunan dapat meningkatkan perekonomian bangsa jika di kelola dengan baik.

Strategi Wisata Halal

Dinas Pariwisata Kota Banda Aceh melalui Bidang Ekonomi Kreatif mengadakan sosialisasi dalam rangka memberi informasi terkait pelaksanaan wisata halal di Banda Aceh. Sosialisasi merupakan bagian dari proses edukasi, sehingga peningkatan kesadaran akan wisata halal melalui sosialisasi perlu dilakukan untuk memaksimalkan potensi pasar dan sumber daya yang dimiliki (Pratiwi *et al.*, 2018). Sosialisasi dilakukan kepada pemilik usaha perhotelan, usaha café dan rumah makan. Disamping itu Dinas Pariwisata melalui Bidang Ekonomi Kreatif juga melakukan sosialisasi wisata halal bagi penyelenggara alat transportasi seperti ojek online, tukang becak, dan rental mobil.

Lebih lanjut, sosialisasi juga dilakukan bagi perangkat gampong yang berada dalam wilayah Kota Banda Aceh agar para perangkat gampong dapat memberikan pemahaman bagi masyarakat gampong tentang wisata halal yang sedang di kembangkan oleh pemerintah, karena wisata halal memiliki konsep yang sesuai

dengan ajaran islam yang di anut sebagian besar masyarakat. Herizal *et al.* (2021) menilai kehidupan sosial masyarakat Aceh yang dikenal kental akan pengamalan ajaran Islam, seperti gaya hidup dan interaksi sosial memiliki daya tarik tersendiri bagi masyarakat luar Aceh.

Aspek penting dalam implementasi wisata halal adalah adanya sertifikasi halal terhadap segala sesuatu yang berhubungan dengan aktifitas wisatawan karena halal telah menjadi standar global untuk menumbuhkan kepercayaan wisatawan terhadap produk dan pelayanan. Djakfar dan Isnaliana (2021) melihat sertifikasi halal sebagai sesuatu yang sangat berkaitan dengan akselerasi program wisata halal di Aceh. Dinas pariwisata Banda Aceh bersama LPPOM MPU Aceh giat melakukan sosialisasi terhadap pelaku usaha pariwisata, terutama pemilik restoran dan rumah makan untuk melakukan sertifikasi halal terhadap usaha mereka agar kepercayaan wisatawan terhadap produk yang disajikan semakin besar. Berdasarkan data bahwa restoran hotel yang telah tersertifikasi halal berjumlah 7 restoran. Sertifikasi ini dilakukan untuk memberi kepastian kehalalan produk makanan yang tersedia di hotel tersebut. Namun jumlah restoran hotel yang telah tersertifikasi masih

sangat sedikit dibandingkan jumlah hotel yang ada di sekitaran Kota Banda Aceh.

Aziz dan Chok (2013) mengatakan bahwa pertumbuhan halal meningkatkan keyakinan bahwa lebih bersih, sehat dan enak. Selain itu, logo halal juga menjadi representasi pengukuran kualitas suatu produk (Segati, 2018). Restoran, rumah makan maupun warung kopi yang ada di Banda Aceh yang telah melakukan sertifikasi tidak terlihat mencantumkan logo halalnya di depan tempat usaha, sehingga masyarakat tidak tahu mana usaha yang sudah di sertifikasi dan yang belum tersertifikasi, dan hal luput dari perhatian pemilik usaha. Selanjutnya Burgman juga menjelaskan bahwa sasaran halal bukan hanya dari segmen makanan tetapi untuk yang bukan makanan juga menjadi perhatian. Untuk halal yang bukan makanan termasuk fasilitas akomodasi hotel dan destinasi. Belum adanya lembaga sertifikasi terhadap fasilitas akomodasi maupun destinasi menjadi kelemahan tersendiri dalam implementasi wisata halal di Banda Aceh.

Melakukan promosi pariwisata merupakan misi Dinas Pariwisata Kota Banda Aceh untuk memberikan informasi terkait objek wisata. Untuk promosi menggunakan strategi melalui media cetak

dan elektronik, pemasangan baliho di event-event yang diadakan di Medan, Jakarta dan Malaysia, serta menggandeng para komunitas untuk menyebarkan informasi tentang wisata halal di Banda Aceh melalui media sosial. Trihayuningtyas *et al.* (2018) memandang media sosial sebagai faktor penentu yang memiliki muatan komunikasi dan persuasi yang tinggi terhadap calon wisatawan, khususnya bagi generasi muda. Berdasarkan pengamatan peneliti, promosi di website wisata yang dikelola oleh Dinas Pariwisata dirasa kurang lengkap dan kurang ter *update*, serta tidak adanya promosi menyangkut wisata halal yang di tampilkan di website tersebut.

Sementara itu, pembenahan sarana dan prasarana perlu dilakukan oleh Pemerintah Kota Banda Aceh, agar memberikan akses bagi para wisatawan untuk dapat menikmati pengalaman berwisata yang mengesankan. Fasilitas wisata yang baik akan berdampak terhadap citra wisata halal yang memang sudah menjadi kebutuhan wisatawan muslim, terutama kebersihan tempat yang mereka kunjungi, seperti pembenahan dalam menyiapkan fasilitas terkait kebersihan kamar mandi, toilet dan tempat wudhuk. Semuanya perlu dilakukan untuk memberi rasa nyaman bagi para wisatawan muslim yang berkunjung ke Banda Aceh.

Implementasi Wisata Halal

Dinas Pariwisata Banda Aceh Kota Banda Aceh berdasarkan Peraturan Walikota Nomor 59 Tahun 2016, memiliki tugas dan fungsi untuk melaksanakan pembangunan dan pengembangan di bidang pariwisata. Sejalan dengan itu, Dinas Pariwisata Kota Banda Aceh menyusun visi dan misi, yaitu “Terwujudnya Kota Banda Aceh sebagai destinasi wisata yang berbasis budaya dan religi”. Ridha, MM selaku kepala Dinas Pariwisata Kota Banda Aceh menjelaskan bahwa:

“Berdasarkan sejarah dari dulu seluruh aspek kehidupan masyarakat aceh lekat dengan budaya islam, atas dasar itu di Banda aceh harus digalakkan wisata islami karena itulah merupakan potensi yang kita miliki untuk mengembangkan pariwisata”. (Wawancara, 2018).

Berdasarkan penjelasan diatas bahwa pelaksanaan pariwisata di Kota Banda Aceh dilaksanakan dengan menjunjung tinggi nilai budaya dan religi. Pandangan tersebut sejalan dengan penerapan syariat Islam yang ditepkan di Aceh, maka pembangunan dan pengembangan wisata berbasis syariah menjadi suatu keharusan untuk dilaksanakan oleh pemerintah Kota Banda Aceh dan seluruh stakeholder yang terkait dengan pariwisata. Maka pengembangan wisata halal sebenarnya cukup sesuai dengan

kebudayaan masyarakat Aceh (Sufika, 2019). Hanya saja konsepnya yang harus disesuaikan dengan kondisi dan situasi serta pasar yang akan di garap, sehingga mampu meningkatkan perekonomian masyarakat Banda Aceh dan para pelaku usaha. Dinas Pariwisata Kota Banda Aceh belum memiliki tim yang bertugas untuk percepatan pengembangan wisata halal. Berkaitan dengan itu Kepala Bidang Ekonomi kreatif mengatakan bahwa:

“Untuk pelaksanaan wisata halal, Bidang Ekonomi Kreatif ditugaskan untuk menjalankan tugas untuk percepatan wisata halal di Kota Banda Aceh dengan melakukan sosialisasi kepala pelaku usaha tentang pelaksanaan wisata halal di Banda Aceh”. (Wawancara, 2018).

Sementara itu, perhatian yang sangat minim terhadap pelaku wisata seperti pramuwisata mengindikasikan kurang seriusnya pemerintah dalam meningkatkan kualitas sumber daya pelaku wisata. Berdasarkan penjelasan dari ketua HPI Banda Aceh yang menyatakan bahwa sudah tiga tahun mereka tidak mendapat pelatihan dari Dinas Pariwisata Kota Banda Aceh, padahal pelatihan sangat dibutuhkan untuk meningkatkan skill para pemandu wisata untuk menghadapi berbagai perubahan dalam dunia pariwisata, termasuk pengetahuan tentang wisata halal yang

sedang di kembangkan di Aceh. Pramuwisata merupakan garda terdepan yang memberikan informasi tentang pariwisata (Putri, 2018), maka diperlukan perhatian serius dari pemerintah untuk mendukung peningkatan kualitas sumber daya manusia pelaku usaha agar mampu memberi pelayanan yang maksimal bagi para wisatawan.

Pagu anggaran di Dinas Pariwisata Kota Banda Aceh saat ini masih sangat terbatas. Sukirman (2011) menilai anggaran krusial dalam meningkatkan kualitas pariwisata di suatu daerah, dimana akan berkorelasi positif terhadap meningkatnya jumlah wisatawan yang berkunjung. Oleh karena itu, jika Pemerintah Kota Banda Aceh serius ingin mengembangkan wisata halal maka anggaran di sektor wisata harus ditingkatkan terutama untuk kegiatan promosi ke dalam dan luar negeri.

Selanjutnya, jumlah anggaran juga harus ditingkatkan untuk peningkatan sarana dan prasarana destinasi baik secara kualitas maupun kuantitas, seperti pembangunan destinasi baru, pelaksanaan kegiatan seni budaya serta *event-event* yang berskala Internasional yang saat ini penyelenggaraanya dinilai masih terbatas. Pemerintah juga harus meningkatkan anggaran untuk pengembangan sumberdaya

manusia agar kualitas dan profesionalitas pegawai maupun pelaku wisata semakin meningkat dalam memberikan pelayanan bagi wisatawan.

Wisata Halal dan Global Muslim Travel Index di Banda Aceh

Mastercard-Crescentrating (2018) menerbitkan laporan Global Muslim Travel Index tahun 2018, dimana terdapat beberapa indikator untuk mengukur kualitas dari wisata halal, yaitu: akses, komunikasi, lingkungan, dan layanan.

Akses

Untuk saat ini pemerintah Indonesia telah memberikan akses bebas visa kunjungan kepada 169 negara. Indrady (2020) menilai kebijakan bebas visa mampu berkorelasi terhadap pertumbuhan sektor pariwisata. Walaupun begitu, kebijakan bebas visa bukan menjadi faktor utama seseorang untuk berwisata ke suatu negara, namun kebijakan tersebut ikut berpengaruh terhadap kunjungan wisatawan ke suatu negara terutama bagi mereka yang tidak ingin dipersulit dengan administrasi dalam berlibur. Sayangnya, kebijakan tersebut belum berdampak bagi kunjungan wisatawan muslim terutama dari Timur tengah yang berkunjung ke Banda Aceh. Kunjungan

sebagian besar berasal dari Malaysia, Amerika Serikat dan Cina. Perlu langkah promosi yang masif ke Timur Tengah untuk memberikan informasi lebih luas kepada masyarakat di sana bahwa Banda Aceh merupakan salah satu destinasi wisata halal dunia yang layak untuk dikunjungi.

Angkutan udara memiliki peranan yang sangat penting, terutama bagi mereka yang membutuhkan waktu yang lebih singkat untuk mencapai tempat tujuan. Aceh saat ini memiliki satu bandara internasional yaitu Bandara Internasional Sultan Iskandar Muda yang berada di Blang Bintang Aceh besar, lokasi nya sangat dekat dengan Banda Aceh yang merupakan ibukota Provinsi Aceh. Bandara tersebut melayani penerbangan ruta domestik dan internasional. Pada 2016 bandara tersebut terpilih sebagai bandara ramah terhadap wisatawan muslim karena fasilitas yang dimiliki sangat baik, terutama fasilitas untuk beribadah. Penerbangan langsung ke Banda Aceh saat ini hanya ada dari Malaysia, Pemerintah Aceh saat ini berencana untuk bekerjasama dengan maskapai penerbangan untuk membuka rute langsung dari Singapura. Dengan adanya direct flight diharapkan mampu meningkatkan kunjungan wisatawan dari Singapura dan Thailand.

Komunikasi

Melihat trend jumlah wisatawan yang berkunjung ke Banda Aceh, Malaysia sangat mendominasi, karena memang wisatawan dari negeri Jiran yang berkunjung ke Aceh sebagian besar bertujuan untuk berwisata religi terutama mengunjungi situs-situs sejarah. Swesti (2019) menilai Aceh-Malaysia memiliki kekuatan emosional yang cukup kuat berdasarkan sejarah masa lalu, maka tidak heran apabila Malaysia menjadi penyumbang terbesar wisatawan yang datang ke Aceh.

Minimnya negara non-Melayu yang berkunjung ke Aceh ditengarai karena belum adanya informasi database pariwisata di Banda Aceh yang bisa di akses secara bebas dan mudah, sehingga menjadi kendala bagi para wisatawan yang ingin mendapatkan informasi awal yang akurat tentang segala sesuatu yang berhubungan dengan aktivitas pariwisata di Kota Banda Aceh. Berdasarkan penjelasan Kepala Dinas Pariwisata Kota Banda Aceh bahwa saat ini sedang merancang aplikasi E-Tourism dalam rangka memberi informasi kepada wisatawan tentang perkiraan biaya berwisata ke banda aceh. Jadi dengan demikian mereka yang akan berwisata ka Banda aceh sudah bisa menghitung estimasi biaya yang dibutuhkan.

Kendala lainnya dihadapi oleh pramuwisata, dimana tidak semua SDM siap terjun ke lapangan. Sedangkan untuk melayani wisatawan dari Timur Tengah misalnya, HPI bekerjasama dengan alumni Timur Tengah untuk menjadi pendamping, namun kendalanya sebagian besar dari mereka memiliki kesibukan masing-masing, karena rata-rata dari mereka sudah bekerja baik sebagai akademisi maupun birokrat.

Lingkungan

Sebagai daerah yang pernah berkonflik mungkin masih ada ketakutan bagi beberapa orang untuk berkunjung ke Aceh, keadaan ini terjadi mungkin karena kurangnya informasi yang mereka dapat tentang kondisi Aceh saat ini. Disamping itu, Aceh sebagai daerah yang menerapkan syariat islam di pandang agak menakutkan dan akan membatasi aktivitas mereka dalam berwisata. Azman (2019) menilai akibat masih banyaknya pendapat negatif dari orang awam terkait kondisi Banda Aceh, akhirnya mengekang wisatawan untuk berdatangan ke Banda Aceh, isu konflik dan penerapan syariat islam adalah contoh mispersepsi dikalangan orang luar Aceh.

Disini dibutuhkan peran semua stakeholder maupun media untuk terus menyampaikan informasi positif tentang

Aceh agar masyarakat luar, agar tahu bahwa Aceh saat ini sudah sangat aman dan nyaman dikunjungi untuk berwisata. Kondisi keamanan dan budaya masyarakat akan sangat mempengaruhi iklim investasi dan pariwisata suatu daerah karena wisatawan perlu rasa aman dan nyaman saat berwisata untuk mendapatkan kepuasan saat mengunjungi destinasi maupun menikmati segala aktivitas yang ada di kawasan wisata.

Layanan

Semua makanan yang beredar di Banda Aceh bisa dikatakan halal untuk di makan. Namun untuk memberi kepastian bagi para wisatawan dan upaya mendukung pengembangan wisata halal di Banda Aceh, beberapa restoran dan rumah makan telah melakukan sertifikasi halal yang dilakukan oleh LPPOM MPU Aceh yang merupakan lembaga di bawah Pemerintah Aceh yang memiliki kewenangan untuk melakukan sertifikasi terhadap produk pangan, obat-obatan dan kosmetika.

Akomodasi hotel dan penginapan di Kota banda Aceh sudah memadai, namun hanya beberapa restoran yang ada di hotel yang telah melakukan sertifikasi halal, selebihnya masih belum melakukan sertifikasi. Hal ini sangat mempengaruhi pelaksanaan wisata halal di Banda Aceh,

karena salah satu indikator terpenting dari wisata halal adalah sertifikasi halal (Segati, 2018), baik makanan maupun sarana ibadah untuk menjamin kenyamanan bagi wisatawan muslim.

Pengalaman unik yang bisa ditemukan di Kota Banda Aceh berupa Museum tsunami, PLTD Apung dan Kapal di atas rumah yang merupakan bukti dahsyatnya tsunami yang menerjang Aceh. Selanjutnya di Banda Aceh juga mengadakan kegiatan tahunan yang khas, seperti maulid akbar dalam rangka memperingati hari Lahirnya Nabi besar Muhammad SAW dan aktivitas di akhir bulan ramadhan, yaitu kiyamul lail, yaitu aktivitas ibadah di sepuluh malam terakhir di bulan Ramadhan menjadi aktivitas yang bisa di ikuti para wisatawan yang berkunjung ke Banda Aceh.

SIMPULAN DAN SARAN

Potensi Kota Banda Aceh untuk menjadi tujuan utama wisata halal di Indonesia cukup bagus, hal ini didukung oleh faktor sejarah dan kondisi masyarakatnya yang sarat akan nilai-nilai Islami. Namun, sumberdaya manusia sektor wisata masih sangat terbatas baik dari sisi kualitas maupun kuantitas. Diperlukan keseriusan pemerintah untuk meningkatkan kualitas sumberdaya wisata agar mampu

bersaing dengan daerah lain. Anggaran sektor pariwisata belum maksimal, sehingga dapat mengganggu pembangunan sektor wisata. Pemerintah harus meningkatkan anggaran di sektor ini terutama untuk pengembangan sarana dan prasarana serta meningkatkan promosi ke dalam dan luar negeri untuk menarik wisatawan untuk berkunjung ke banda Aceh. Masih terbatasnya destinasi dan sarana akomodasi pendukung serta masih rendahnya pelaksanaan sertifikasi halal terutama terhadap restoran dan rumah makan menjadi kendala tersendiri untuk mengembangkan wisata halal di Kota Banda Aceh.

Dibutuhkan langkah-langkah konkret dari pemerintah Kota banda Aceh untuk lebih serius menggarap sektor pariwisata halal karena potensi di bidang ini sangat besar untuk meningkatkan pendapatan daerah maupun masyarakat, sehingga dapat meningkatkan perekonomian daerah. Untuk mengembangkan wisata halal pemerintah Kota Banda Aceh harus serius menyediakan berbagai sarana dan prasarana yang dibutuhkan seperti aturan yang yang jelas, meningkatkan kapasitas pegawai dan pelaku usaha, mengalokasi anggaran yang besar bagi sektor pariwisata, membangun destinasi dan aktivitas penunjang dan promosi yang masif untuk menarik kunjungan wisatawan.

REFERENSI

- Adinugraha, H. H., Nasution, I. F. A., Faisal, F., Daulay, M., Harahap, I., Wildan, T., ... & Purwanto, A. (2021). Halal Tourism in Indonesia: An Indonesian Council of Ulama National Sharia Board Fatwa Perspective. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(3), 665-673.
- Armandhanu, D. (2015). *Pada 2050 Islam akan Mendominasi, Muslim Terbanyak di India*. Diakses dari: <https://www.cnnindonesia.com/internasional/20150407111211-106-44715/pada-2050-islam-akan-mendominasi-muslim-terbanyak-di-india>
- Aziz, Y. A., & Chok, N. V. (2013). The Role of Halal Awareness, Halal Certification, and Marketing Components in Determining Halal Purchase Intention Among Non-Muslims in Malaysia: A Structural Equation Modeling Approach. *Journal of International Food & Agribusiness Marketing*, 25(1), 1-23.
- Azman, Z., Maulana, M. A., & Saleh, R. (2019). Strategi Humas Dinas Pariwisata Kota Banda Aceh dalam Membangun Banda Aceh sebagai Kota Pariwisata (Studi pada Dinas Pariwisata Banda Aceh). *Jurnal Peurawi: Media Kajian Komunikasi Islam*, 2(2), 46-55.
- Barus, I. (2017). *Inilah Program Destinasi Wisata Religi Berbasis Masjid*. Diakses dari: <https://www.industry.co.id/read/11857/inilah-program-destinasi-wisata-religi-berbasis-masjid>
- Battour, M., & Ismail, M. N. (2016). Halal Tourism: Concepts, Practises, Challenges and Future. *Tourism*

- management perspectives*, 19, 150-154.
- Chandra, G. R. (2014). Halal Tourism; A New Goldmine for Tourism. *International Journal of Business Management & Research*, 4(6), 45-62.
- COMCEC. (2016). *Muslim Friendly Tourism: Understanding the Demand and Supply Sides in the OIC Member Countries*. Diakses dari: <http://www.comcec.org/wp-content/uploads/2016/05/7-TUR-AN.pdf>
- Djakfar, I., & Isnaliana, I. (2021). Model Pendampingan Pengurusan Sertifikasi Produk Makanan Halal bagi UMKM dalam Mendukung Banda Aceh Menjadi Kota Wisata Halal. *Wikrama Parahita: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 5(1), 80-88.
- Djakfar, M. (2017). *Pariwisata Halal Perspektif Multidimensi: Peta Jalan Menuju Pengembangan Akademik & Industri Halal di Indonesia*. Malang: UIN-maliki Press.
- Ebrahimi, M., Yavarigohar, F., & Hasankashi, M. (2019). Prioritizing Iran's Competitiveness Factors in Halal Tourism. *Journal of Tourism Planning and Development*, 8(28), 113-137.
- Fahmi, R., & Haryanto, H. (2020). Pendayagunaan Kekuasaan Pemerintah Kota Banda Aceh Era Illiza Sa'aduddin Djamil Dalam Mewujudkan Kota Madani. *Journal of Governance and Social Policy*, 1(2), 86-103.
- Herizal, H., Rasanjani, S., & Muhkrijal, M. (2021). Kebijakan Kepariwisata di Provinsi Aceh: Peluang dan Tantangan. *Jurnal Public Policy*, 7(1), 21-28.
- Indrady, A. (2020). A Critical Assessment on the Indonesian Free Visa Policy: a Neorealist Perspective. *Global: Jurnal Politik Internasional*, 22(1), 54-76.
- Kemendagri. (2020). Indonesia Sapu Bersih 12 Kategori World Halal Tourism Award 2016. Diakses dari: <https://www.kemendagri.go.id/post/indonesia-sapu-bersih-12-kategori-world-halal-tourism-award-2016>
- Mastercard-Crescentrating. (2018). *Global Muslim Travel Index 2018*. Diakses dari: <https://www.halalmedia.jp/wp-content/uploads/2018/04/GMITI-Report-2018.pdf>
- Pratiwi, S. R., Dida, S., & Sjaifirah, N. A. (2018). Strategi Komunikasi dalam Membangun Awareness Wisata Halal di Kota Bandung. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 6(1), 78-90.
- Putri, I. D. A. H. (2018). Strategi Komunikasi Pramuwisata Dalam Menjaga Eksistensi Pariwisata Bali. *PARIWISATA BUDAYA: JURNAL ILMIAH AGAMA DAN BUDAYA*, 3(1), 1-19.
- Samori, Z., & Sabtu, N. (2014). Developing Halal Standard for Malaysian Hotel Industry: An Exploratory Study. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 121, 144-157.
- Segati, A. (2018). Pengaruh Persepsi Sertifikasi Halal, Kualitas Produk, dan Harga Terhadap Persepsi Peningkatan Penjualan. *JEBI (Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam)*, 3(2), 159-169.
- Sufika, A. (2019, June). The Development of Creative Tourism Villages in Aceh, Indonesia. In *3rd International Seminar on Tourism (ISOT 2018)* (pp. 274-277). Atlantis Press.

- Sukirman, O. (2011). Apakah Anggaran Pemasaran Pariwisata Pemerintah Efektif dalam Meningkatkan Jumlah Kunjungan Wisatawan?. *THE Journal: Tourism and Hospitality Essentials Journal*, 7(2), 121-128.
- Swesti, W. (2019). Dampak Pariwisata Terhadap Kondisi Sosial Budaya Masyarakat di Banda Aceh. *Jurnal Kepariwisata Indonesia: Jurnal Penelitian dan Pengembangan Kepariwisata Indonesia*, 13(2), 49-65.
- Trihayuningtyas, E., Wulandari, W., Adriani, Y., & Sarasvati, S. (2018). Media Sosial Sebagai Sarana Informasi dan Promosi Pariwisata Bagi Generasi Z di Kabupaten Garut. *Tourism Scientific Journal*, 4(1), 1-22.
- Wahidati, L., & Sarinastiti, E. N. (2018). Perkembangan Wisata Halal di Jepang. *Jurnal Gama Societa*, 1(1), 9-19.
- Widagdyo, K. G. (2015). Analisis Pasar Pariwisata Halal Indonesia. *The Journal of Tauhidinomics*, 1(1), 73-80.
- Yagmur, Y., Ehtiyar, R., & Aksu, A. (2019). Evaluation of halal tourism in terms of bibliometric characteristics. *Journal of Islamic Marketing*, 11(6), 1601-1617.