

PARIWISATA HALAL DI ACEH: GAGASAN DAN REALITAS DI LAPANGAN

Rahmat Saleh¹, Nur Anisah²

Prodi Ilmu Komunikasi, FISIP, Universitas Syiah Kuala

Email : rahmat_sgl@yahoo.com¹, annissa_19@yahoo.com²

Abstrak

Salah satu yang terlintas ketika orang menyebut Aceh adalah penerapan Syariat Islam dalam setiap sendi kehidupan, tidak terkecuali dalam aspek pariwisata. Wisata halal merupakan upaya yang terus dilakukan oleh jajaran Pemerintah Aceh untuk mewujudkan merek Aceh sebagai simbol halal. Faktanya Aceh memenangkan tiga kategori dalam Kompetisi Pariwisata Halal Nasional 2016 versi Kemenpar RI. Potensi pariwisata Aceh pun sangat menjanjikan baik dari sisi keragaman dan keunikan budaya, kekhasan kuliner, cita rasa kopi, atmosfer di warung kopi, budaya Islami dan pesona alamnya yang indah dan natural. Upaya melakukan branding Aceh sebagai wisata halal menjadi tantangan yang tidak mudah untuk diimplementasikan. Label halal di Aceh sejatinya bukanlah sebuah terminologi yang perlu diperdebatkan lagi. Semua pihak percaya bahwa keabsahan halal di Aceh (khususnya kuliner) bahkan tidak memerlukan pengakuan di atas kertas berupa sertifikasi lembaga otoritas resmi seperti MUI. Namun ketika label halal ingin diwujudkan dalam aspek pariwisata, maka pertanyaannya adalah apa dan bagaimana wisata halal yang ingin diwujudkan di Aceh? Sejauh mana pengalaman label halal tersebut dapat dirasakan publik dan turis? Bagaimana branding halal dipahami oleh para pihak dan bagaimana ketersediaan infrastruktur yang mendukung branding wisata halal. Tulisan ini merupakan *library research* dan membahasnya dari perspektif komunikasi pemasaran dan kreativitas pesan dari sisi kehumasan.

Keyword : *Parwisata Halal, City Branding, Dampak Kunjungan Turis, dan Kreativitas Pesan*

HALAL TOURISM IN ACEH: IDEA AND REALITY

Abstract

One of the things that come to mind when people call Aceh is the application of Islamic Shari'a in every aspect of life, including the aspect of tourism. Halal tourism is an ongoing effort by the Acehese Government to realize the Aceh brand as a halal symbol. The fact is that Aceh won three categories in the 2016 National Halal Tourism Competition held by the ministry of Tourism of Republic of Indonesia. Aceh's tourism potential is very promising both in terms of diversity and unique culture, culinary peculiarities, coffee flavors, atmosphere in the coffee shop, Islamic culture and its natural and beautiful natural charm. Efforts to branding Aceh as halal tourism are challenges that are not easy to implement. The halal label in Aceh is actually not a terminology that needs to be debated again. All parties believe that the legal validity in Aceh (especially culinary) does not even require recognition on paper in the form of certification of official authority institutions such as the MUI. But when the halal label wants to be realized in the aspect of tourism,

the question is what and how halal tourism wants to be realized in Aceh? How far can the experience of the halal label be felt by the public and tourists? How halal branding is understood by the parties and the availability of infrastructure that supports halal tourism branding. This paper is a library research and discusses it from the perspective of marketing communication and message creativity from the view of public relations.

Keyword : *Halal Tourism, City Branding, Impact of Tourists Visit, and Message Creativity*

Pendahuluan

Syariat Islam merupakan salah satu kekhasan yang sangat melekat ketika setiap saat orang membahas tentang Aceh. Implementasi Syariat Islam berusaha diwujudkan dalam setiap aspek kehidupan di Aceh. Hampir setiap isu terkait dengan penerapan Syariat Islam di Aceh menarik dari sisi pemberitaan baik skala lokal, nasional hingga internasional. Demikian juga halnya ketika muncul gagasan untuk menciptakan wisata halal di Aceh dengan penekanan nuansa Syariat Islam yang kental.

Potensi pariwisata Aceh sangatlah menjanjikan terutama unsur budayanya yang unik, pesona alamnya yang sangat indah dan natural dan kuliner terutama cita rasa kopinya yang sudah mendunia. Namun disisi lain, menurut penulis, Aceh belumlah menjadi destinasi wisata yang mampu menyedot pengunjung baik dalam negeri dan luar negeri untuk datang secara khusus dengan tujuan berwisata (*tourism and leisure purpose*).

Faktanya, memang benar bahwa lalu lintas dan pergerakan jumlah orang yang datang ke Aceh tergolong tinggi, hal tersebut bisa terlihat dari padatnya jalur penerbangan

ke Aceh. Data dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata (Disbudpar) Aceh menunjukkan tren yang sangat positif dalam kurun waktu 5 tahun mengacu kepada data dari tahun 2012 hingga 2016, dimana setiap tahunnya angka wisatawan menurut versi Disbudpar meningkat seperti terlihat pada tabel dibawah ini.

Tabel.1 Jumlah Wisatawan Berkunjung ke Aceh periode 2012-2016

No.	Tahun	Wisatawan Domestik	Wisatawan Asing
1	2012	28.993	12.815
2	2013	42.552	16.004
3	2014	50.721	24.769
4	2015	54.588	27.216
5	2016	726.225	37.662
	Jumlah	903.079	118.466

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Aceh, 2017 (Suci, 2018)

Namun demikian, data tersebut juga menarik untuk dicermati lebih lanjut apakah angka tersebut murni kunjungan sebagai turis atau mereka yang datang dalam urusan bisnis dan/atau dinas, melakukan pekerjaan, berkunjung untuk mengunjungi keluarga/kerabat. Besar dugaan bahwa mereka yang datang ke Aceh untuk kepentingan bisnis lalu kemudian menyempatkan dari durasi kerjanya untuk menikmati potensi wisata di Aceh. Idealnya sebuah destinasi wisata mampu meningkatkan minat kunjungan dan jumlah pengunjung dengan tujuan utama memang untuk berwisata (*leisure purpose*).

Data menunjukkan bahwa di Indonesia, dari 10 kota dengan Indeks Pariwisata tertinggi pada tahun 2016, Provinsi Aceh tidak termasuk didalamnya. Demikian juga ditinjau dari indikator lingkungan yang dinilai menjadi pendukung bisnis pariwisata, 5 besar kota dengan peringkat tertinggi berada di Pulau Bali dan Jawa, seperti terlihat pada

tabel berikut.

Tabel.2 Sepuluh Kota Dengan Indeks Pariwisata Tertinggi di Indonesia

No.	Kota	Provinsi	Indeks Pariwisata
1	Denpasar	Bali	3,81
2	Surabaya	Jawa Timur	3,74
3	Batam	Riau	3,73
4	Sleman	Yogyakarta	3,72
5	Semarang	Jawa Tengah	3,59
6	Badung	Bali	3,55
7	Bandung	Jawa Barat	3,39
8	Bayuwangi	Jawa Timur	3,30
9	Bogor	Jawa Barat	3,27
10	Bantul	Jawa Timur	3,22

Sumber:<http://lifestyle.liputan6.com> (Liputan 6, 2017)

Tabel.3 Lima Kota Dengan Peringkat Tertinggi Lingkungan Pendukung Bisnis Wisata

No.	Kota	Provinsi	Indeks Pariwisata
1	Denpasar	Bali	3,81
2	Sleman	Yogyakarta	3,74
3	Semarang	Jawa Tengah	3,73
4	Surabaya	Jawa Timur	3,72
5	Bantul	Jawa Timur	3,59

Sumber:<http://lifestyle.liputan6.com> (Liputan 6, 2017)

Data di atas memperlihatkan bahwa untuk bersaing dari sisi industri pariwisata secara konvensional saja Aceh masih membutuhkan perhatian, upaya dan komitmen ekstra dari semua pemangku kepentingan agar dapat mengkonversikan potensi wisata yang ada di Aceh menjadi ekonomi yang bergerak dinamis dan berwujud sebagai sumber penghidupan bagi pelaku usaha wisata dan roda perekonomian masyarakatnya.

Dengan demikian, menarik untuk melihat lebih jauh bagaimana potensi, prospek dan kesiapan provinsi Aceh dalam mengimplementasikan gagasan wisata halal (dimana secara teknis gagasan dan konsep wisata halal menawarkan sesuatu yang lebih spesifik dibandingkan dengan pariwisata konvensional)? Apa saja tantangan yang akan dihadapi dalam pelaksanaannya? Provinsi

Aceh secara *de facto* dan *de jure* merupakan satu-satunya provinsi di Indonesia yang mendapat pengakuan secara legal dari negara untuk menerapkan Syariat Islam. Hal tersebut tentu memberi peluang bagi Pemerintah Aceh untuk mengimplementasikan nilai-nilai keIslaman dalam berbagai sektor, termasuk dalam sektor pariwisata.

Tidakkah kemudian seharusnya hal tersebut menjadi modal besar bagi Aceh untuk menjanjikan wisata halal dengan nuansa Islami yang begitu kental dan membumi? Bukankah gaya hidup halal pun sekarang sedang menjadi tren dunia? Faktanya busana Islami pun menjadi penggerak ekonomi yang besar dalam industri fashion. Semestinya cita-cita Aceh untuk menjadikan provinsi Serambi Mekkah ini sebagai destinasi wisata halal bukanlah sebuah utopia karena tren global pun sedang bergerak kesana yaitu penyediaan wisata alternatif yaitu wisata halal yang menjadi bagian dari industri ekonomi Islam secara pasar global (Samori, Md Salleh, & Khalid, 2016).

Kajian Pustaka

Wisata halal pada dasarnya adalah menawarkan dan menjanjikan segala sesuatu yang mencerminkan nilai-nilai keIslaman, mulai dari hal yang paling kecil sekalipun sampai kepada ketersediaan layanan dan fasilitas yang ramah muslim. Terminologi wisata halal dalam literatur pada umumnya merujuk kepada banyak istilah antara lain *Islamic tourism*, *syariah tourism*, *halal travel*, *halal friendly tourism destination*, *Muslim-friendly travel destinations*, dan *halal lifestyle*. Keseluruhan istilah tersebut jika kita tarik benang merahnya mengacu kepada satu hal yaitu berlakunya prinsip-prinsip Islam secara umum dalam semua aspek yang ditawarkan dalam paket wisata halal tersebut. Halal

merupakan pencapaian yang memberikan keyakinan penuh bahwa pertama ia bermakna “boleh”, artinya segala sesuatu tidak terlarang untuk dilakukan atau dinikmati, kedua, ia bermakna ketenangan yaitu tanpa adanya keraguan terhadap hal yang ingin dinikmati tersebut.

Oleh karena itu, ketika berbicara wisata halal, berikut adaah beberapa indikator wisata religi dalam Islam sebagaimana diktip dari (Jaelani, 2017), adalah: (1) Konsep budaya dalam kaitannya dengan pariwisata Islam (situs budaya-agama Islam). (2) Pariwisata identik dengan Muslim (tunduk pada kepatuhan dengan nilai-nilai Islam), meskipun dapat diperluas yang mencakup non Muslim. (3) Wisata religi (ziarah dan kunjungan ke tempat-tempat suci di seluruh dunia Islam). (4) Pariwisata Islam: suatu pariwisata dengan dimensi moral baru yang didasarkan pada nilai-nilai yang dapat diterima, berdimensi etis dan memiliki standar transcendental. (5) Wisata Islam: perjalanan yang bertujuan dengan motivasi “keselamatan” atau kegiatan yang berarti berasal dari motivasi Islam.

Disamping itu, terminologi wisata juga dapat dibedakan dari konsepnya seperti wisata konvensional, wisata religi, dan wisata syariah/halal (Jaelani, 2017).

Hasil dan Pembahasan

Provinsi Aceh yang sangat identik dengan Syariat Islam telah menjadi daya tarik kepada wisatawan asing dilihat dari data kunjungan turis. Namun, dugaan penulis, daya tarik tersebut lebih dominan bagi warga Melayu karena ditentukan oleh kesamaan rumpun budaya, biaya hidup atau akomodasi yang lebih murah, dan cita rasa makanan yang lebih sesuai selera dibandingkan dengan dengan daya tarik *branding halal* sebagai

alasan utama perjalanan.

Data dalam kurun waktu 2014-2015 misalnya menunjukkan bahwa kunjungan wisatawan dari Malaysia menempati jumlah terbesar dibandingkan dengan turis dari negara lain. Tentu bagi warga Malaysia, sangat banyak unsur kesamaan yang dapat mereka jumpai di Aceh dan salah satunya menurut pengakuan dari turis Malaysia adalah pesona alam di Aceh yang sangat natural yang menjadi daya tarik mereka. Mereka justru mencari suasana alamiah dan pedesaan yang mungkin bagi sebagian warga Malaysia yang sibuk bekerja dan/atau tinggal di kota-kota besar merasa jenuh dengan suasana metropolitan (hasil wawancara dengan wisatawan Malaysia dalam periode Mei hingga Juli 2018) Berikut adalah data hasil kunjungan wisatawan ke Aceh dalam periode 2014-2015.

Tabel. 5 Data Kunjungan wisatawan mancanegara di Aceh

No.	Negara	2014	2015
1	Malaysia	19.291	21.046
2	Singapura	512	425
3	Australia	450	415
4	Jerman	425	403
5	United Kingdom	417	373
6	USA	412	480
7	Perancis	374	379
8	China/Tiongkok	337	580
9	Thailand	287	241
10	Dan lain-lain	28.216	30.246
Total		50.721	54.588

Sumber : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Aceh, 2017 (Suci, 2018)

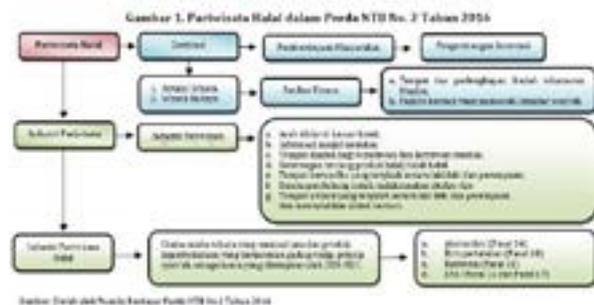
Melihat kepada definisi konseptual dan kondisi di lapangan di Aceh, terdapat sejumlah komponen yang menjadi isu krusial dalam mendiskusikan kembali gagasan wisata halal dan kesiapan Pemerintah Daerah serta para pemangku kepentingan lainnya di Aceh untuk dapat mewujudkan *brand* wisata halal dalam bentuk yang lebih

komprehensif. Menurut penulis, beberapa isu kunci berikut ini menjadi pekerjaan rumah yang penting untuk dijawab oleh Pemerintah Aceh, khususnya Dinas terkait dalam upaya mengemas kembali potensi Aceh dengan kemasan wisata halal. Beberapa isu kunci tersebut antara lain adalah:

Payung Hukum Berupa Penerbitan Qanun Wisata Halal

Hasil penelusuran penulis, Pemerintah Aceh belum menerbitkan Perda atau lebih familiar dengan sebutan *Qanun* di Aceh. Tanpa dasar hukum yang jelas dan tegas, maka sebuah gagasan akan sulit untuk diimplementasikan dengan maksimal. Padahal, keberadaan *Qanun* ini menjadi penting bagi pelaku usaha di sektor wisata sehingga mereka dapat mengacu kepada aturan yang jelas tentang konsep besar dan standarisasi wisata halal di Aceh.

Sebagai contoh, Provinsi Nusa Tenggara Barat (NTB) telah memiliki Perda tentang pariwisata halal yang dapat dilihat alur ilustrasinya seperti gambar bagan berikut. (Hamzana, Adi, 2017).



Inisiasi dan Peran Aceh Halal Tourism Board

Keberhasilan industri wisata di beberapa negara maju salah satunya adalah ditopang oleh keseriusan dan komitmen serta dedikasi penuh dari sebuah badan yang ditugaskan untuk mengelola potensi pariwisata di negaranya. Singapura menjadi salah satu contoh terdekat melalui STB

(*Singapore Tourism Board*) yang begitu piawai mengemas Singapura sebagai destinasi komprehensif yang merangkum aktivitas bisnis, wisata, hiburan, fashion dan pesona alam yang merupakan hasil karya buatan (*artificial*). Hasil penelusuran penulis, di Aceh belum dibentuk Badan yang serupa dengan mandat untuk mengelola wisata halal secara khusus mulai dari merancang *grand design*, penganggaran hingga pelaksanaan dan pengawasannya di lapangan.

Sejauh ini, Pemerintah Aceh melalui Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Provinsi Aceh telah berupaya secara rutin menyelenggarakan *event* yang menarik dengan berbagai tema. Beberapa *event* tersebut merupakan agenda unggulan yang dinilai sangat produktif dan inspiratif untuk menarik minat wisatawan berkunjung ke Aceh, diantaranya: *Aceh Coffee Festival*, *Aceh Food Festival*, Pemilihan Duta Wisata Aceh, Pacuan Kuda Tradisional di Aceh Tengah, dan lain-lain. Berikut rangkuman dari agenda pariwisata di Aceh

Tabel. 6 Data Event berdasarkan penyelenggaraan tahun 2015 - 2018 di Aceh

No	2015	2016	2017	2018
1	Aceh Amazing Adventure Offroad di Banda Aceh	Sabang Marine Blogging Festival di Sabang	Maulid Raya di Banda Aceh	Pekan Kebudayaan Aceh VII di Banda Aceh
2	Gayo Art Summit Di Kabupaten Luwes	Festival Sanger di Banda Aceh	Perlombaan Pacuan Kuda Tradisional di Kabupaten Bener Meriah	Gayo Alas Mountain International Festival di Aceh Tengah, Bener Meriah dan Aceh Tenggara
3	Sabang Fair di Kota Sabang	Aceh Culinary Festival di Banda Aceh	Peringatan Syahid Teuku Umar ke 118 di Aceh Barat	Tour de Leuser di Aceh Tenggara
4	International Diving Festival Di Kota Sabang	Aceh Coffee Festival di Banda Aceh	Pagelaran Tari Dampeng di Banda Aceh	Aceh International Freediving di Sabang
5	Festival Kulinier Aceh di Banda Aceh	Pemilihan Duta Wisata Aceh di Banda Aceh	Pagelaran Putroe Phang Art & Weekend Show di Banda Aceh	Aceh Surfing Championship di Simeulu

6	Pekan Kebudayaan Tradisional di Pidie Jaya IV di kabupaten Pidie Jaya	Pacuan Kuda Tradisional di Aceh Tengah	Aceh Dirt Bike Adventure di Bener Meriah	Aceh Culinary Festival di Banda Aceh
7	Geulayang Tunang (lomba layang) di Kota Lhokseumawe	Aceh International Rapa'i Festival di Banda Aceh	Kemah seniman di Bnada Aceh	Aceh International Rapa'i Festival di Banda Aceh
8	Peringatan 100 Tahun Museum Aceh di Kota Banda Aceh	Aceh Clothing Festival di Banda Aceh	Pagelaran Seni Jalo Didong di Banda Aceh	Aceh Coffee Festival di Banda Aceh
9	Festival Musik Tari Remaja di Kota Banda Aceh	Culture of Alas di Bener Meriah	Piasan Seni di Banda Aceh	Pemilihan Duta Wisata Aceh di Banda Aceh
10	Aceh International Surfing Championship di Kabupaten Simeulu	-	Pekan Nasional Kontak Tani Nelayan Andalan di Banda Aceh	Pacuan Kuda Tradisional di Aceh Tengah
11	Pacuan Kuda Tradisional di Aceh Tengah	-	Festival Seni Budaya Tradisional & Kreasi di Meulaboh	-
12	Kemah Seniman di Kabupaten Aceh Besar	-	Aceh Islamic Fashion Parade di Bnada Aceh	-
13	Rally Wisata Sabang di Kota Sabang	-	Festival Pulo Aceh di Aceh Besar	-
14	Pemilihan Duta Wisata Aceh 2015 di Banda Aceh	-	Wisata Camping Nusantara di Banda Aceh	-
15	Seumulung (tradisi memberikan sajian makananan khas daerah kepada keturunan raja) di Kabupaten Aceh Jaya	-	Piyasan Samudera Pasai International Festival di Lhokseumawe	-
16	Aceh International Rafting Championship Aceh di Aceh Tenggara	-	Aceh Amzing Adventure di Aceh Besar	-

17	Festival Leuser Agara di Kabupaten Aceh Tenggara	-	Aceh Diving Championship di Sabang	-
18	Tour the Aceh Bike di Kota Sabang	-	Bana Aceh Coffee Festival di Banda Aceh	-
19	Tahun Budaya Aceh Barat di Kabupaten Aceh Barat	-	Aceh Bike Week di Aceh Tengah	-
20	Aceh Forest Explorer di Langsa	-	Aceh Culinary Festival di Banda Aceh	-
21	Banda Aceh Coffee Festival di Kota Banda Aceh	-	Camping 100 Tenda di Aceh Tengah	-
22	Aceh International Islamic Art and Culture Festival di Kota Banda Aceh	-	Saman 10.001 di Gayo Lues	-
23	Peringatan 11 Tahun Tsunami Aceh di Banda Aceh	-	Perlombaan Pacuan Kuda Tradisional di Aceh Tengah	-
24	Haul Sultan Iskandar Muda di Banda Aceh	-	Festival DanauLut Tawar di Aceh Tengah	-
25	-	-	Seumeleung di Aceh Jaya	-
26	-	-	Festival Musik The Light of Aceh di Banda Aceh	-
27	-	-	Aceh Rafting Championship di Aceh Tenggara	-
28	-	-	Pemilihan Duta Wisata Aceh di Banda Aceh	-
29	-	-	Festival Sanger di Banda Aceh	-
30	-	-	Aceh International Surfing Championship di Kabupaten Simeulu	-

31	-	-	Lomba Perahu Tradisional se-Aceh di Lhokseumawe	-
32	-	-	Wonderful Sabang Expo di Sabang	-
33	-	-	Sail Sabang di Sabang	-
34	-	-	Festival Kuliner Aceh Jaya di Aceh Jaya	-
35	-	-	Peringatan 13th Tsunami Aceh di Banda Aceh	-

Sumber : wisatalauser-gayolues.com , 2017

Banyaknya agenda kegiatan yang diselenggarakan setiap tahunnya, menandakan adanya geliat perkembangan dunia pariwisata di Aceh. Beberapa *event* unggulan yang pelaksanaan secara rutin setiap tahunnya dinilai telah mampu meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan ke Aceh. Ragam *event* tersebut pelaksanaannya tidak hanya terpusat di ibu kota provinsi saja. Artinya sejauh ini, pemerintah Aceh telah berupaya memperkenalkan Aceh secara menyeluruh, mulai dari wilayah pantai barat Aceh, sampai wilayah pantai timur Aceh. Selain meningkatkan kunjungan wisatawan melalui penyelenggaraan serangkaian agenda budaya dengan mengangkat berbagai tema sesuai dengan kearifan lokal, pemerintah terus menciptakan *brand* baru dalam meningkatkan imej Wisata Halal Aceh, seperti “*Aceh Halal Tourism*”, “*The Light of Aceh*” dan “*Aceh Hebat Melalui Ragam Pesona Wisata*”

Keberpihakan Anggaran dan Dukungan Legislatif

Pariwisata tidak akan berhasil apabila sepenuhnya diserahkan pada kemandirian masyarakat atau membiarkan pihak Swasta bekerja sendiri. Diperlukan

keberpihakan anggaran terhadap industri pariwisata dengan mengalokasikan dana yang realistis baik untuk pengembangan infrastruktur, fasilitas utama dan pendukung dan peningkatan kapasitas SDM dibidang wisata terlebih wisata halal. Hasil penelitian ini mengkonfirmasi bahwa besaran alokasi dana untuk pariwisata berkisar pada angka Rp. 13,9 sampai 15 M pertahun. Dari total dana tersebut, umumnya dialokasikan untuk penataan kawasan pariwisata (seperti, pembuatan jalur perjalan kaki/jalan setapak/jalan dalam kawasan, *boardwalk*, pedesterian, tempat parkir, pemasangan lampu taman, panggung kesenian, pembuatan ruang ganti, toilet, dan lainnya.) dan amenitas pariwisata (seperti, pembangunan *dive center* dan peralatannya, pembangunan dermaga/*jetty*, dll). (Kemenpar, 2013)

Road Map dan Grand Design Pariwisata Halal

Wisata halal tentu saja membutuhkan sentuhan yang spesifik dibandingkan dengan wisata konvensional. Potensi yang sudah dimiliki Aceh apalagi ditambah dengan prestasi di atas kertas yang sudah diakui *yaitu* memenangkan 3 kategori; Aceh sebagai destinasi budaya ramah wisatawan muslim Terbaik, Bandara Sultan Iskandar Muda sebagai bandara ramah wisatawan muslim terbaik, Masjid Baiturrahman Sebagai Daya Tarik Wisata Terbaik dalam Kompetisi Pariwisata Halal Nasional 2016 oleh Kementerian Pariwisata RI. (*cheria-travel.com*, 2017).

Modal ini seharusnya menjadi pemicu untuk merumuskan secara lebih serius seperti apa bentuk dan wujud produk wisata halal yang ingin diterapkan dan menjadi daya jual bagi wisatawan baik domestik maupun Asing.

Bagi wisatawan yang beragama Islam, bagaimana konsep wisata halal dapat menimbulkan minat kunjungan untuk merasakan sesuatu yang berbeda dengan keseharian mereka yang memang sudah hidup dalam lingkungan serba halal. Sementara bagi wisatawan asing, seharusnya konsep wisata halal dapat mengedukasi mereka mengenai betapa indahnya segala sesuatu yang halal dan membangkitkan spirit untuk belajar lebih jauh tentang Islam dan memfasilitasi mereka untuk dapat merasakan ketenangan batin yang mengesankan selama dan setelah berkunjung ke Aceh.

Namun sayangnya, sampai saat ini pemerintah Aceh belum memiliki sebuah *grand design* pariwisata halal yang dapat menjadi sebuah acuan bagi semua pelaku pariwisata dalam menerapkan konsep pariwisata yang islami dalam konteks Aceh.

Infrastruktur yang Dapat Diandalkan

Banyak negara saat ini berlomba-lomba untuk melirik sektor wisata sebagai sumber pemasukan negara yang mampu menggerakkan roda ekonomi rakyatnya. Tentu, dukungan infrastruktur menjadi isu sangat penting dalam mendukung keberhasilan industri wisata tersebut. Infrastruktur tidak hanya tersedianya fasilitas utama tetapi juga fasilitas pendukung dan menghadirkan sentuhan arsitektur yang khas dan sarat dengan nilai-nilai Islami sebagai bagian integral dari konsep wisata halal tersebut. Walikota Banda Aceh Aminullah Usman juga mengakui pentingnya tersedia fasilitas yang ramah muslim sehingga kebiasaan Islami dapat dirasakan dengan maksimal (Bakri, 2017).

Hasil survei 2016 mengenai infrastruktur pendukung pariwisata tahun

2016, Aceh belum termasuk di dalamnya dimana top 5 kota dengan infrastruktur pendukung pariwisata terbaik adalah seperti tabel berikut.

Tabel. 7 Peringkat Tertinggi Aspek Infrastruktur Pendukung Pariwisata 2016

No.	Kota	Indeks Pariwisata
1	Makasar	4,33
2	Denpasar	4,12
3	Bandung	4,12
4	Surabaya	3,89
5	<i>Palembang</i>	3,75

Sumber: <http://lifestyle.liputan6.com> (Liputan 6, 2017)

Sertifikasi dan Standarisasi Halal

Wisata halal bukan saja menjadi tanggungjawab pemerintah sebagai aktor tunggal dalam mensukseskannya. Justru peran para pihak swasta dan pelaku usaha menjadi aktor-aktor bahkan menjadi *champion* penting dalam menentukan keberhasilan wisata halal. Untuk menuju kesana, diperlukan sebuah standarisasi dan sertifikasi halal bagi pelaku usaha sektor wisata. Sebagai contoh, di Aceh sepengetahuan penulis tidak ada satu pun hotel yang memiliki *branding* sebagai hotel syariah dengan segala ketentuannya. Jaringan hotel yang tersedia di Aceh semuanya masih menganut sistem konvensional meskipun terdapat sejumlah aturan dalam *Qanun* Syariah Islam yang mengikat dan mengatur kehidupan masyarakat termasuk pengunjung hotel. Tetapi memiliki standarisasi dan sertifikasi *brand* halal pada hotel merupakan sebuah kepastian dan memberikan kenyamanan dan ketenangan bagi pengunjungnya. Memang diakui oleh Kadis Pariwisata saat itu Reza Fahlevi bahwa di Aceh nanti akan dibuatkan program sertifikasi *tour guide* dan *tour planner* dan sertifikasi usaha pariwisata (Travel.detik.com, 2017)

Sebagai contoh, Provinsi Nusa Tenggara Barat (NTB) misalnya sudah ada

pelaku usaha yang memiliki sertifikasi halal, meskipun umumnya masih terbatas pada bisnis restoran seperti terlihat di tabel berikut tentang Data Sertifikasi Halal Provinsi NTB Periode 2012-2016

Jenis Usaha	Tahun				
	2012	2013	2014	2015	2016
UMKM	239	226	190	75	269
Rumah Makan	---	---	---	20	209
Restoran Hotel	---	---	---	5	75
Restoran Non Hotel	---	---	---	75	109
Jumlah	239	226	190	175	664

Sumber: LPNDM BHS NTB, 2017

Program Pembekalan Kapasitas SDM Wisata Halal

Pembekalan SDM wisata halal seharusnya dapat dilakukan secara terencana, terarah dan terukur. Selama ini sudah ada kegiatan pengembangan SDM seperti yang dilakukan oleh Kemenpar menggelar Bimbingan Teknis (bintek) Percepatan Pengembangan Pariwisata Halal Aceh pada Senin (3/4/2017) hingga Selasa (4/4/2017) di Grand Hotel Permatahati Hotel & Convention Center, Aceh. (cnnindonesia.com, 2017) Pemerintah kota Banda Aceh juga pernah melakukan program berupa pembekalan kepada abang-abang becak untuk mampu melayani tamu wisatawan dengan baik. Pelatihan terhadap pelaku pariwisata tidak hanya dilakukan oleh pemerintah sendiri saja, tapi juga melibatkan pihak non pemerintah, seperti bekerjasama dengan Dewan Pengurus Daerah (DPD) Asosiasi Pelaku Pariwisata Indonesia (ASPPI) Aceh kembali menggelar pelatihan tour leader dengan tajuk "Membangun Etos Kerja Berdaya Saing Global" di Hotel Hijrah Lambaro, Aceh Besar, Selasa (7/6) (Siska, 2017).

Pelatihan SDM terkait pariwisata halal telah dilakukan oleh pemerintah Aceh

tidak hanya di Banda Aceh saja, tapi juga menyebar di hampir di setiap kabupaten/kota, seperti di Takengon, Tamiang, dan lain-lain. Namun program pengembangan SDM yang dilakukan masih secara sporadik belum berbasis kepada kebutuhan yang menjawab tantangan industri wisata halal, maka program-program tersebut kemudian hanya menghasilkan *output* saja namun tidak menghasilkan *outcome* yang maksimal. Namun secara akademis, Kepala Dinas Pariwisata saat itu Reza Fahlevi mengatakan bahwa akana nada pendidikan khusus kepariwisataan di Aceh yaitu pengembangan program studi D IV di Politeknik Aceh (Liputan 6, 2017).

Masyarakat dan Budaya

Masyarakat dan Budaya menjadi salah satu faktor penentu dalam industri pariwisata. Masyarakat dan budaya merupakan bagian yang tak terpisahkan dari *branding* wisata yang ingin dijual kepada pengunjung. Dalam hal ini, Bali menjadi rujukan terbaik bagaimana menyatunya masyarakat dan budayanya bahkan ritual agama sebagai bagian dari produk wisata yang memberikan nuansa yang sangat khas dan pengalaman yang tak terlupakan bagi wisatawan. Menjadikan budaya sebagai bagian penting dari wisata tidaklah mudah karena masyarakat dan budaya yang melekat padanya harus sejalan dengan tuntutan dari industri pariwisata misalnya, keramahan, kepastian informasi, kepastian harga, pelayanan yang memenuhi standar (*standard of hospitality*), dan sebagainya.

Kondisi masyarakat di Aceh mirip dengan kondisi masyarakat di Bali yaitu masyarakat yang sangat kental dengan ritual keagamaan dan budaya. Bagi masyarakat yang mayoritas pemeluk Islam, agama, budaya dan kearifan lokal menjadi sesuatu yang tak dapat dipisahkan dari keseharian mereka

Masyarakat. Bagi masyarakat Aceh yang mayoritas Islam, penerapan syariat Islam di Aceh dinilai merupakan sesuatu yang harus dipertentangkan, karena sesuai dengan nilai kehidupan yang selama ini telah dijalankan. Justru pemberlakuan Syariat Islam menjadi akan menjadikan Aceh semakin spesial karena mendapat legitimasi hukum terhadap nilai budaya dan norma budaya masyarakat Aceh. Artinya penerapan syariat Islam di Aceh tidak akan menghambat pengembangan pariwisata, tetapi dapat menjadi daya tarik tersendiri dan pembeda dari pariwisata di daerah maupun negara lain.

Brand Promise dan Brand Experience

Seperti dijelaskan pada pembahasan di atas bahwa wisata halal merupakan wisata dengan spesifikasi yang jelas dan membutuhkan fasilitas dan sejumlah sarana pendukung yang lebih spesifik. Oleh karena itu, menghadirkan atmosfer lingkungan yang mengesankan sebagaimana yang dijanjikan menjadi syarat mutlak. Pada titik ini lah pengunjung akan melihat perbedaan (*distinctive experiences*) pada saat mereka membandingkan perjalanannya dengan destinasi wisata konvensional ke tempat lain. Menghadirkan apa yang dijanjikan bukanlah pekerjaan mudah dan membutuhkan kerja sama dan komitmen tim yang besar. Di Indonesia, survei menunjukkan bahwa terdapat 5 kota dengan peringkat tertinggi aspek lingkungan yang mendukung bisnis pariwisata yaitu Denpasar, Sleman, Semarang, Surabaya, dan Bantul, dengan indeks seperti berikut

5 Peringkat Tertinggi Aspek Lingkungan Pendukung Bisnis Pariwisata Tahun 2016

No	Kota	Indeks Pariwisata
1	Denpasar	3,71
2	Sleman	3,42
3	Semarang	3,26
4	Surabaya	3,21
5	Bantul	3,19

Sumber: <http://lifestyle.liputan6.com>

Sementara kota dengan aspek potensi wisata Alam dan wisata buatan dengan indeks terbaik juga masih didominasi oleh Jawa,

Sulawesi dan Papua seperti tabel berikut.

5 Peringkat Tertinggi Aspek Potensi Wisata Alam dan Wisata Buatan

No	Kota	Indeks Pariwisata
1	Sukabumi	3,79
2	Badung	3,45
3	Bogor	3,39
4	Wakatobi	3,29
5	Raja Ampat	3,25

Sumber: <http://lifestyle.liputan6.com>

Sementara untuk tata kelola pariwisata, 5 kota dengan peringkat indeks tertinggi adalah sebagai berikut:

5 Peringkat Tertinggi Aspek Tata Kelola Pariwisata Tahun 2016

No	Kota	Indeks Pariwisata
1	Surakarta	3,99
2	Denpasar	3,79
3	Badung	3,68
4	Makassar	3,39
5	Yogyakarta	3,24

Sumber: <http://lifestyle.liputan6.com>

Melihat pada data di atas, maka Pemerintah Aceh perlu bekerja lebih keras lagi untuk dapat memberikan komitmen besar terhadap label wisata halal tersebut, baik dari sisi tata kelola wisatanya, lingkungan bisnis pendukungannya dan potensi wisata halal yang sudah tersedia serta yang dapat digali lebih jauh dengan unsur-unsur kreativitas yang tinggi.

Marketing Brand Wisata Halal secara Menyeluruh (integrated)

Ujung tombak terakhir ketika semua perangkat sudah tersedia dan brand wisata halal siap untuk dijual kepada wisatawan, maka pekerjaan mengkomunikasikan wisata halal sebagai alternatif wisata dan mampu menghadirkan nuansa syariat Islam yang menyejukkan menjadi pekerjaan rumah bagi semua pemangku kepentingan. Seluruh komponen sangat penting untuk dirangkul, tidak bisa dikerjakan sendiri oleh Pemerintah Daerah, berbagai komunitas penggiat wisata wajib dilibatkan. Di Aceh misalnya ada beberapa komunitas yang sangat giat melakukan kampanye wisata Aceh seperti

@I love Aceh, @wisata Aceh, @kelilingaceh, @kulineratjeh, dll.

Komunitas penggiat kampanye pariwisata halal Aceh ini sering melakukan kampanye menggunakan beragam hastag populer di beragam sosial media, seperti #iloveaceh, #acehtourismtravel #thelightofaceh. Kemasan pesan marketing juga penting untuk dipertimbangkan sedemikian rupa untuk menghasilkan strategi pesan dan kemasan pesan yang kekinian dan menjawab kebutuhan pasar saat ini baik dilihat dari sisi perbedaan usia, latar belakang pendidikan dan ekonomi. Keseluruhan pesan tentang wisata halal tersebut perlu dikemas secara *integrated* sehingga dapat menyentuh ragam segmen dan target pasarnya. Tanpa sebuah upaya marketing yang serius maka akan sulit sebuah industri wisata berkembang dan berjalan secara berkelanjutan. Namun demikian, sebuah program marketing yang gencar tanpa mampu ditunjukkan bukti di lapangan juga akan membawa pada kecacatan tentang *brand*, kekecewaan wisatawan dan lebih berbahaya lagi adalah diseminasi testimoni yang buruk tentang wisata halal yang membuat reputasi *brand* secara bertahap akan semakin terpuruk.

Pentingnya kemasan, branding dan promosi diakui sebagai salah satu tantangan oleh Ketua Tim Percepatan Pengembangan Pariwisata Halal Kementerian Pariwisata, Riyanto Sofyan mengatakan, Indonesia telah memiliki produk-produk wisata yang bisa ditawarkan kepada turis mancanegara. Namun, masih terdapat tantangan yang harus dilakukan untuk mengembangkan wisata halal. "Cuma masalah kemasan, branding, dan masalah promosi. Kemudian peningkatan kapasitas agar pelaku industri pariwisata bisa profesional. Kalau kita sudah lakukan

semua, InsyaAllah. (Prodjo, Adityo, 2016)

Tantangan Terhadap Penerapan Wisata di Aceh

Kondisi Aceh memiliki kelebihan dan juga kelemahan dalam mendukung pariwisata, beberapa isu yang berpotensi terhadap lemahnya sektor pariwisata di Aceh antara lain: Faktor geografis (bukan jalur transit), factor demografis (fanatik pada syariat islam), faktor infrastruktur, faktor komitmen investasi pemerintah dan swasta.

Faktor geografis (bukan jalur transit). Aceh terletak di ujung barat Indonesia dan bukan merupakan jalur transit untuk keberbagai destinasi lainnya. Akibatnya, wisatawan yang ingin mengunjungi Aceh memang harus mengagendakan secara khusus rencana perjalannya dan hal itu tentu akan berdampak pada biaya perjalanan yang harus dibudgetkan secara khusus. Berbeda dengan daerah-daerah lain di Pulau Jawa yang merupakan jalur transit, sehingga kegiatan berwisata dapat dilakukan secara simultan, sehingga ada beberapa komponen biaya yang dapat diefisienkan.

Faktor demografis (fanatik pada syariat Islam). Masyarakat Aceh tergolong fanatik terhadap ke-Islaman-nya dan hal tersebut seringkali menimbulkan rasa ketidaknyaman bagi sebagian wisatawan yang belum melihat langsung Aceh dari dekat dan merasakan sendiri pengalaman berinteraksi dengan masyarakat Aceh dimana kondisi kekhawatiran tersebut dapat sirna sama sekali. Dalam hal ini, ada sebuah pekerjaan rumah yang penting bagi Pemerintah Aceh yang secara konsisten dan berkelanjutan untuk menampilkan nuansa syariat Islam yang penuh dengan kedamaian. Media-media nasional dan internasional turut andil dalam menimbulkan citra negatif tentang

pelaksanaan syariat Islam di Aceh dimana cenderung sangat proaktif memberitakan sisi hukuman bagi pelanggar syariat Islam. Padahal hukum tersebut adalah konsekuensi logis dari aturan hukum yang diakui oleh negara. Namun disisi lain juga tantangan bagi pemerintah Aceh agar dapat menarik perhatian media dengan sisi lain dari syariat Islam sehingga dapat berkontribusi positif bagi wisata halal bukan justru menjadi kotra produktif.

Faktor infrastruktur. Seperti dijelaskan sebelumnya bahwa infrastruktur pariwisata dan sarana pendukung pariwisata masih tergolong belum memadai di Aceh. Sarana-sarana yang ramah muslim seharusnya tersedia dalam jumlah yang cukup dan dalam kondisi yang layak. Namun kondisi di lapangan masih banyak kita jumpai misalnya di tempat umum seperti warung kopi, masjid, pasar, dan lainnya, belum tersedia sarana ramah muslim/muslimah seperti, toilet yang belum representatif bagi perempuan maupun kaum defabel, mushalla kafe yang tersedia sangat sempit, pedisterian yang kurang ramah bagi pejalan kaki.

Faktor komitmen investasi pemerintah dan swasta. Investasi untuk sektor pariwisata seperti menjadi topik yang tidak begitu optimis di Aceh. Beberapa destinasi wisata lokal umumnya lahir dari inisiatif dan modal investasi swasta skala kecil atau menengah. Namun belum ada investasi dari pemerintah dan swasta untuk investasi wisata dalam skala besar kecuali fasilitas hotel. Sementara untuk sarana transportasi seperti angkutan umum, masih didominasi oleh modal perorangan, seperti becak, ojek, angkot, dan lain-lain. Lebih tragisnya masih ada pandangan dari para elit sekalipun bahwa pariwisata bukanlah sektor yang menjanjikan secara ekonomi apalagi

terkait dengan wisata halal yang dinilai bukan sebagai pasar yang besar sehingga upaya untuk meningkatkan wisata halal menjadi tidak maksimal sebagaimana diungkapkan oleh Riyanto Sofyan, Ketua Tim Percepatan Wisata Halal Kemenpar RI. (Rasyid, 2017)

Kesimpulan

Tulisan ini bukan bermaksud mendiskreditkan Pemerintah Aceh dalam hal implementasi wisata halal di Aceh, tetapi justru mendukung dan mendorong Pemerintah Aceh untuk lebih serius lagi mengelola wisata halal dengan memperhatikan beberapa isu krusial sebagai bahan kajian lebih lanjut agar gagasan wisata halal dapat berjalan maksimal di Aceh dan dapat dikonversikan menjadi ekonomi yang bergerak dinamis dan mampu membangkitkan ekonomi rakyat. Aceh telah memiliki modal untuk pengembangan lebih lanjut konsep wisata halal berupa potensi wisata, nuansa Syariat Islam dan beberapa prestasi dalam kategori wisata halal berkaliber nasional dan internasional.

Namun demikian beberapa elemen penting sebagai rekomendasi untuk diperhatikan kembali untuk kesuksesan implementasi wisata halal antara lain ketersediaan payung hukum berupa penerbitan Qanun wisata halal, Penerbitan *grand design* wisata halal Aceh, inisiasi dan peran badan khusus semisal *Aceh Halal Tourism Board*, keberpihakan anggaran dan dukungan legislatif, *road map* dan *grand design* pariwisata halal, infrastruktur yang dapat diandalkan, sertifikasi dan standarisasi produk wisata halal, program pembekalan kapasitas SDM wisata halal yang terukur, dukungan masyarakat dan budaya, kesesuaian antara *brand promise* dan *brand experience*, dan program marketing *brand* wisata halal secara menyeluruh (*integrated*). Harapannya Pemerintah Aceh dapat bekerja

lebih maksimal untuk mewujudkan Aceh sebagai destinasi wisata halal yang dapat menjadi model bagi provinsi lainnya.

Daftar Pustaka

- Bakri. (2017, November 10). Wisata Halal Ala Aceh, Bagaimana Kemasannya? *Aceh.Tribunnews.Com*. Retrieved from <http://aceh.tribunnews.com/2017/11/10/wisata-halal-ala-aceh-bagaimana-kemasannya>
- Cheria-travel.com. (2017, April). Wisata Halal Terbaik Aceh. *Cheria-Travel.Com*. Retrieved from <https://www.cheria-travel.com/2017/04/wisata-halal-terbaik-aceh.html>
- Cnnindonesia.com. (2017, April). Aceh akan Perbanyak Fasilitas Wisata Halal. *Cnnindonesia.Com*. Retrieved from <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20170405140552-307-205126/aceh-akan-perbanyak-fasilitas-wisata-halal>
- Hamzana, Adi, A. (2017). Pelaksanaan Standarisasi Pelayanan Pariwisata Halal dalam Pengembangan Pariwisata di Nusa Tenggara Barat. *Media Komunikasi Dan Kajian Hukum*, 17(2), 1–16.
- Jaelani, A. (2017). Halal tourism industry in Indonesia: Potential and prospects. *MPRA Munich Personal RePEc Archive*, 76237. Retrieved from https://mpra.ub.uni-muenchen.de/76237/1/MPRA_paper_76237.pdf
- Kemenpar. (2013). Lampiran I Peraturan Menteri Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Nomor Pm.53/Hm.001/Mpek/2013 Tentang Standar Usaha Hotel. Retrieved from <http://www.kemenpar.go.id/userfiles/LAMPIRAN I.pdf>
- Liputan 6. (2017, April). Wisata Halal Semakin Tokcer, Aceh Terus Dipoles. *Liputan6.Com*. Retrieved from <https://www.liputan6.com/lifestyle/read/2910520/wisata-halal-semakin-tokcer-aceh-terus-dipoles>
- Prodjo, Adityo, W. (2016). Aceh Tawarkan Sejumlah Destinasi Wisata Halal. *Travel.Kompas.Com*. Retrieved from <https://travel.kompas.com/read/2016/08/06/153900327/Aceh.Tawarkan.Sejumlah.Destinasi.Wisata.Halal>
- Rasyid, A. (2017). Peluang dan Tantangan Wisata Halal di Indonesia. Retrieved September 30, 2018, from <http://business-law.binus.ac.id/2017/11/18/peluang-dan-tantangan-wisata-halal-di-indonesia/>
- Samori, Z., Md Salleh, N. Z., & Khalid, M. M. (2016). Current trends on Halal tourism: Cases on selected Asian countries. *Tourism Management Perspectives*, 19(August), 131–136. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2015.12.011>
- Siska, W. (2017, November). Tingkatkan Daya Saing Pariwisata, Aceh Gelar Pelatihan Tour Leader. *Umeks.Co.Id*. Retrieved from <http://sumeks.co.id/tingkatkan-daya-saing-pariwisata-aceh-gelar-pelatihan-tour-leader/>
- Suci, F. (2018). *Model Komunikasi Dalam Pengelolaan Wisata Halal di Aceh Besat dan Banda Aceh*. UIN Raniry, Banda Aceh.
- Travel.detik.com. (2017, April). Aceh Siapkan Destinasi Wisata Halal Unggulan. *Travel.Detik.Com*. Retrieved from <https://travel.detik.com/advertorial-news-block-travel/d-3465692/aceh-siapkan-destinasi-wisata-halal-unggulan>
- Wisatalauser-gayolues.com. (2017). Inilah Kalender Event di Aceh Tahun 2017.

Retrieved September 30, 2018, from
<http://www.wisataleuser-gayolues.com/inilah-kalender-event-di-aceh-tahun-2017.html>