

Potensi Pengembangan Wisata Berbasis Syariah (*Halal Tourism*) Di Kota Bima

Hadi Santoso; Adi Hidayat Argubi

Administrasi Negara, Sekolah Tinggi Ilmu Sosial dan Ilmu Politik (STISIP) Mbojo
smbima01@gmail.com; adi.hidayat@stisipbima.ac.id

Abstract; The study entitled "The Potential of Halal Based Tourism Development in the City of Bima" has the aim of this study to analyze the specific characteristics of the City of Bima in supporting the development of halal based tourism in the city of Bima which is supported by the potential of Bima's local wisdom. , examines the problems faced by Bima City in the development of halal-based tourism, as well as analyzing the potential for developing halal-based tourism in the city of Bima which is supported by the potential of Bima's local wisdom. To achieve the above objectives, this research uses descriptive method. The approach used in this study is a participatory approach. This research was conducted in the city of Bima with research data collection techniques including: participatory observation, unstructured interviews and documentation studies. Data analysis techniques used qualitative analysis through three stages, namely data reduction, data display and conclusions (verification) with an approach using analysis of FGD, RRA, PRA and SWOT analysis mapping halal-based tourism development in Bima City. The results of traveler's assessment of the potential of halal tourism objects in Bima City largely state that Bima City has the potential and readiness to become a halal tourism destination with various potentials, such as natural attractions, cultural tourism, tourism facilities and infrastructure, as well as support from local government and the local community of Bima City. The city of Bima has a variety of potential to become one of the strategic halal tourism destinations because of its very strong Islamic history, and customs adhering to Islam, as well as natural attractions, culture, religion and special interests. Bima City already has the completeness to support the development of halal-based tourism such as halal hotels, Islamic banks, halal pawnshops and is supported by a typical Muslim cultural culture and community acceptance.

Key Word: *Halal Tourism Development*

Abstrak; Penelitian dengan judul “Potensi Pengembangan Wisata Berbasis Syariah (*Halal Tourism*) Di Kota Bima” ini memiliki tujuan penelitian ini adalah menganalisis karakteristik spesifik yang dimiliki Kota Bima dalam mendukung pengembangan wisata berbasis syariah (*halal tourism*) di Kota Bima yang didukung dengan potensi kearifan lokal Bima, mengkaji permasalahan yang dihadapi Kota Bima dalam pengembangan wisata berbasis syariah (*halal tourism*), serta menganalisis potensi pengembangan wisata berbasis syariah (*halal tourism*) di Kota Bima yang didukung dengan potensi kearifan lokal Bima. Untuk mencapai tujuan tersebut di atas, penelitian ini menggunakan metode deskriptif. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan partisipatif. Penelitian ini dilakukan di Kota Bima dengan teknik pengumpulan data penelitian antara lain: observasi partisipatif, wawancara tak terstruktur dan studi dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan analisis kualitatif melalui tiga tahapan, yaitu reduksi data, display data dan pengambilan kesimpulan (*verifikasi*) dengan pendekatan menggunakan analisis FGD, RRA, PRA dan analisis SWOT pemetaan pengembangan wisata berbasis syariah (*halal tourism*) di Kota Bima. Hasil penilaian wisatawan terhadap potensi objek wisata syariah di Kota Bima sebagian besar menyatakan bahwa Kota Bima memiliki potensi dan kesiapan untuk menjadi destinasi wisata syariah dengan berbagai potensi yang dimiliki, seperti objek wisata alam, wisata budaya, sarana dan prasarana pariwisata, serta dukungan dari pemerintah daerah dan masyarakat lokal Kota Bima. Kota Bima memiliki beragam potensi untuk menjadi salah satu destinasi wisata syariah yang strategis karena sejarah ke islamian yang sangat kuat, dan adat istiadat berpegang teguh dengan islam, serta atraksi wisata alam, budaya, religi serta minat khusus. Kota Bima sudah memiliki kelengkapan untuk menunjang pengembangan wisata berbasis syariah seperti hotel syariah, bank syariah, pegadaian syariah serta didukung oleh kultur budaya khas muslim dan penerimaan masyarakat

Kata Kunci: *Halal Tourism Development*

PENDAHULUAN

Kementerian Pariwisata menyatakan bahwa “agar pengembangan wisata syariah lebih optimal, pemerintah menetapkan tiga provinsi sebagai prioritas pengembangan, yakni Sumatra Barat, Nusa Tenggara

Barat (NTB), dan Nanggroe Aceh Darussalam. Ketiga daerah itu, katanya, sudah memiliki kelengkapan untuk menunjang pengembangan wisata berbasis syariah. Tinggal bagaimana strategi promosi untuk meningkatkan minat asing, serta mempermudah akses transportasi. Pemerintah menargetkan kunjungan wisman tahun ini mencapai 12 juta orang dan meningkat hingga 20 juta orang pada 2019 atau tumbuh rata-rata 16% per tahun. Sementara tahun lalu, jumlah wisman yang mengunjungi Indonesia hanya 9,4 juta orang (Bisnis.com, 2015).

Nusa Tenggara Barat (NTB) pada umumnya dan Kota Bima pada khususnya memiliki mayoritas penduduk Indonesia adalah muslim, jadi dengan adanya wisata syariah juga dapat menjaga eksistensi NTB dan Kota Bima sebagai daerah dengan mayoritas muslim. Dengan dilahirkannya ide wisata syariah, diharapkan NTB dan Kota Bima dapat memfasilitasi wisatawan dari dalam negeri dan juga mancanegara, khususnya Timur Tengah. Pemerintah memprioritaskan kunjungan wisman dari negara-negara kawasan Asean, Timur Tengah dan China untuk mengejar target kunjungan 20 juta orang pada 2019. Menteri Pariwisata Arief Yahya mengungkapkan tiga kawasan itu dipilih karena dekat secara geografis dan historis, sehingga memungkinkan mempercepat realisasi target kunjungan wisatawan mancanegara (wisman). "Kami prioritaskan wisman dari negara-negara di kawasan Asean, Timur Tengah. Termasuk juga China karena potensinya sangat besar," (Bisnis.com, 2015).

Kota Bima sudah memiliki kelengkapan untuk menunjang pengembangan wisata berbasis syariah seperti hotel syariah, bank syariah, pegadaian syariah serta didukung oleh kultur budaya khas muslim dan penerimaan masyarakat. Tinggal bagaimana rumusan model pengembangannya, strategi promosi untuk meningkatkan minat asing, serta mempermudah akses transportasi dan peningkatan kualitas objek. Kota Bima memiliki potensi sebagai destinasi *transit tourism* karena berada pada jalur emas wisata Indonesia, yaitu jalur Bali-Lombok dan Lombok – Labuan Bajo Flores dengan Pulau Komodonya. Potensi pengembangan wisata syariah (*halal tourism*) menjadi salah satu alternatif strategi peningkatan sumber Pendapatan Asli Daerah Kota Bima yang masih sangat kecil, yaitu 6,6 Milyar untuk semester I di Tahun 2016 (Tambora New.com, 2016) serta peningkatan ekonomi masyarakat melalui aktivitas wisata dan wisata syariah kreatif lainnya yang berkembang selaras perkembangan wisata berbasis syariah. Oleh karena itu, identifikasi dan pemetaan masalah terkait pengembangan wisata syariah (*halal tourism*) harus dilakukan untuk menentukan langkah yang tepat dalam pengembangan wisata berbasis syariah di Kota Bima.

Kota Bima sebagai salah satu kota di Nusa Tenggara Barat (NTB) yang dikenal dengan kota seribu masjid dan umat muslim mayoritas turut memberikan kontribusi keberhasilan pencapaian penghargaan World's Best Halal Honeymoon Destination dan World's Best Halal Tourism Destination bagi NTB. Di Kota Bima sendiri, salah satu cara pemerintah daerah untuk merealisasikan konsep wisata syariah, langkah utama yang mereka ambil adalah mendorong hotel-hotel yang ada disana untuk menerapkan konsep syariah. Kota Bima juga mulai menerapkan konsep syariah dalam penataan hiburan. Seperti penataan tempat karaoke dan Bar yang ada. Pemerintah daerah juga berusaha *memboomingkan* wisata daerah yang ada di Kota Bima ini lewat pawai budaya. Yaitu dengan cara menggelar aneka ragam atraksi budaya dan hiburan semenarik mungkin dan meninggalkan kesan vulgar ataupun terbuka. Dengan cara seperti ini, pemerintah berharap para wisatawan akan merasakan sensasi yang berbeda ketika berlibur di Kota Bima yang terkenal dengan sebutan *seribu masjid ini*. Kota Bima ingin mengenalkan wisata alam dan budayanya melalui jalur wisata syariah dan tetap mengedepankan prinsip-prinsip islami.

KAJIAN LITERATUR

Konsep dan Karakteristik Wisata Syariah

Menurut Chukaew (2015), terdapat delapan faktor standar pengukuran pariwisata syariah dari segi administrasi dan pengelolaannya untuk semua wisatawan yang hal tersebut dapat menjadi suatu karakteristik tersendiri, yaitu :

1. Pelayanan kepada wisatawan harus cocok dengan prinsip muslim secara keseluruhan;
2. Pemandu dan staf harus memiliki disiplin dan menghormati prinsip-prinsip Islam;
3. Mengatur semua kegiatan agar tidak bertentangan dengan prinsip Islam;
4. Bangunan harus sesuai dengan prinsip-prinsip Islam;
5. Restoran harus mengikuti standar internasional pelayanan halal;
6. Layanan transportasi harus memiliki keamanan sistem proteksi;
7. Ada tempat-tempat yang disediakan untuk semua wisatawan muslim melakukan kegiatan keagamaan; dan
8. Bepergian ke tempat-tempat yang tidak bertentangan dengan prinsip Islam.

Dari karakteristik pariwisata syariah yang dijabarkan Chukaew (2015), terdapat empat aspek penting yang harus diperhatikan untuk menunjang suatu pariwisata syariah.

1. Lokasi: Penerapan sistem Islami di area pariwisata. Lokasi pariwisata yang dipilih merupakan yang diperbolehkan kaidah Islam dan dapat meningkatkan nilai-nilai spiritual wisatawan.
2. Transportasi: Penerapan sistem, seperti pemisahan tempat duduk antara laki-laki dan wanita yang bukan mahram sehingga tetap berjalannya syariat Islam dan terjaganya kenyamanan wisatawan (Sutomo, 2018).
3. Konsumsi: Islam sangat memperhatikan segi kehalalan konsumsi, hal tersebut tertuang dalam Q.S Al-Maidah ayat 3. Segi kehalalan disini baik dari sifatnya, perolehannya maupun pengolahannya. Selain itu, suatu penelitian menunjukkan bahwa minat wisatawan dalam makanan memainkan peran sentral dalam memilih tujuan wisata (Moira, 2017).
4. Hotel: seluruh proses kerja dan fasilitas yang disediakan berjalan sesuai dengan prinsip syariah (Sutomo, 2009). Menurut Rosenberg (dalam Sahida, 2009), pelayanan disini tidak sebatas dalam lingkup makanan maupun minuman, tetapi juga dalam fasilitas yang diberikan seperti spa, gym, kolam renang, ruang tamu dan fungsional untuk laki-laki dan perempuan sebaiknya terpisah.

Wisata Syariah atau *Halal Tourism* adalah salah satu sistem pariwisata yang diperuntukan bagi wisatawan, baik untuk wisatawan muslim maupun non-muslim yang pelaksanaannya mematuhi aturan syariah. Dalam hal ini hotel, restoran, agen perjalanan, SPA, mengusung prinsip syariah yang tidak melayani minuman beralkohol dan memiliki kolam renang dan fasilitas SPA yang terpisah untuk pria dan wanita. Untuk hotel syariah sudah diatur dalam Peraturan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) Republik Indonesia Nomor 2 Tahun 2018 Tentang Pedoman Penyelenggaraan Usaha Hotel Syariah. Selain peraturan tersebut, kiranya perlu juga memperhatikan beberapa tahapan mengenai bagaimana mentransformasikan hal-hal yang kurang baik dalam budaya lokal. Ada empat hal yang perlu diperhatikan terkait dengan hal tersebut :

1. Tahapan pertama untuk mentransformasikan budaya dapat dilakukan melalui sebuah pembangunan fisik hotel dan restoran sebagai tempat yang nyaman, ramah, serta aman dari segala unsur atau hal-hal yang tidak baik. Pembangunan fisik hotel dan restoran dapat menuansakan kreatifitas seni Islam seperti kaligrafi, seni ukir, seni pahat seperti masjid-masjid di daerah Jepara atau menempatkan piring-piring bergambar seperti Masjid Kudus.
2. Tahapan kedua yaitu dengan menghidupkan kembali keberadaan wisata budaya Islam di hotel syariah maupun di lokasi wisata syariah. Wisata yang dimaksudkan disini adalah penyajian dan pengenalan berbagai bentuk kebudayaan tradisional yang berbasis islam kepada para wisatawan. Bentuk-bentuk kebudayaan tradisional yang dimaksudkan adalah seperti wayang golek, sekaten, grebeg suro, seni musik hadrah, tari saman aceh, seni musik santriswaran, dan sebagainya. Bentuk-bentuk kebudayaan ini sebenarnya memiliki daya tarik tinggi tetapi karena jarang dipertunjukkan secara rutin, para wisatawan mengalami kesulitan untuk menyaksikannya. Jadi apabila dikemas secara baik dalam bentuk festival kebudayaan, maka akan menghasilkan dua keuntungan. Keuntungan pertama festival tersebut memiliki nilai jual untuk pariwisata dan keuntungan kedua adalah memiliki nilai pelestarian terhadap kebudayaan itu sendiri. Pengunjung hotel akan merasa nyaman tinggal di hotel yang dikemas dengan nuansa kebudayaan yang didukung dengan keberadaan kebudayaan lokal yang Islami.
3. Tahapan ketiga adalah dengan melibatkan dan memberdayakan sumber daya manusia lokal atau setempat yang ada dalam jangkauan wilayah wisata syariah. Dengan memberdayakan sumber daya manusia lokal, kita juga telah memberikan mereka kesempatan untuk mempelajari dan memahami transformasi kebudayaan yang hendak dicapai serta membantu perekonomian mereka secara langsung. Caranya bisa dengan memberikan pelatihan wirausaha ekonomi kreatif, merekrut mereka menjadi seniman lokal yang mementaskan kesenian khas daerah wisata syariah, kemudian bisa dijadikan karyawan agar menjadi Sumber Daya Madani dalam menjalankan hotel syariah, kemudian juga dengan memberikan tempat usaha yang terintegrasi dengan tempat wisata maupun hotel syariah, sebagai sarana usaha yang berbasis bagi hasil untuk mereka dalam meningkatkan perekonomiannya.
4. Tahapan keempat pemerintah juga harus memiliki andil jika wisata syariah ingin menjadi primadona baru layaknya Negeri Matahari Terbit, Negeri Jiran, maupun Negeri Gingseng. Pemerintah harus membentuk kelompok kerja pengawas yang terintegrasi dengan Majelis Ulama Indonesia (MUI). Kelompok kerja ini mungkin bisa berbentuk Direktorat Jenderal atau juga bisa meniru Tim Reformasi Tata Kelola Sektor Migas. Terlebih lagi sudah terbitnya Undang-Undang Jaminan Produk Halal, maka akan lebih mudah lagi gerak dan koordinasinya antara Pemerintah dan MUI dalam menggalakan wisata syariah. Dengan

terbentuknya tim ini, maka pengembangan wisata syariah diharapkan akan lebih terarah dan tidak merugikan sektor lain.

Dengan demikian prinsip yang digunakan dalam wisata syariah adalah untuk memastikan keamanan untuk konsumen dengan menekankan nilai kejujuran, integritas, dan menghormati budaya lokal. Selayaknya implementasi kaidah syariah yang berarti menyingkirkan hal-hal yang membahayakan bagi kemanusiaan dan lingkungannya dalam produk maupun jasa yang diberikan, dan tentunya memberikan kebaikan atau kemaslahatan secara umum. Namun yang jelas bahwa masalah itu adakalanya berupa sesuatu yang bisa menarik keuntungan atau manfaat dan adakalanya menolak bahaya yang mungkin timbul.

Perbandingan Wisata Syariah, Wisata konvensional dan Wisata Religi

Obyek dalam pariwisata syari'ah dapat berupa: wisata alam, wisata budaya, wisata buatan yang dibingkai dalam nilai-nilai islam. adanya nilai-nilai islam yang melekat tersebut menjadikan para wisatawan dalam melakukan kegiatan wisata disamping memperoleh kesenangan yang bersifat duniawi, juga mendapatkan kesenangan yang sejalan dengan nilai-nilai yang selaras secara dan seiring dengan tujuan dijalankannya syari'ah, yaitu memelihara kesejahteraan manusia yang mencakup perlindungan terhadap keimanan, kehidupan, akal, keturunan, dan harta benda (Indonesia Kreatif, 2018). Dengan demikian, dalam pariwisata syari'ah meletakkan prinsip yang ada harus didasarkan pada tujuan untuk meningkatkan semangat keberagaman dengan cara yang menghibur. keadaan tersebut menjadi sangat berbeda manakala wisatawan melakukan kegiatan wisata yang konvensional maupun wisatareligi.

Wisata syariah adalah perjalanan dengan tetap memperhatikan akhlak, ibadah, dan aqidah agar medapatkan kebahagiaan di dunia dan akhirat. Pada wisata syariah ini, terdapat perbedaan antara wisata syariah dengan wisata konvensional dan wisata religi. Ngatawi Al zatro (2017 dalam Sucipto & Andayani, 2018:44) mengklasifikasikan perbedaan ketiga wisata tersebut sebagai berikut:

Tabel 2.1: Perbandingan Wisata Syariah dengan Wisata Konvensional dan Wisata Religi

No	Item Perbandingan	Konvensional	Religi	Syariah
1.	Objek	Alam, budaya, heritage, kuliner	Tempat ibadah, peninggalan sejarah	Semuanya
2.	Tujuan	Menghibur	Meningkatkan spiritulitas	Meningkatkan spirit religiuitas dengan cara menghibur
3.	Target	Menyentuh kepuasan dan kesenangan yang berdimensi nafsu, semata-mata hanya untuk hiburan	Aspek spiritual yang bisa menenangkan jiwa. Semata-mata mencari ketentraman batin	Memenuhi keinginan dan kesenangan serta menumbuhkan kesadaran beragama
4.	Guide	Memahami dan menguasai informasi sehingga bisa menarik wisatawan	Menguasai sejarah tokoh dan lokasi yang menjadi objek wisata	Membuat turis tertarik pada objek sekaligus membangkitkan spirit religiuitas wisatawan. Mampu menjelaskan fungsi dan peran syariah dalam membentuk kebahagiaan dan kepuasan batin dalam kehidupan manusia
5.	Fasilitas Ibadah	Sekadar pelengkap	Sekadar pelengkap	Menjadi bagian yang menyatu dengan objek pariwisata, ritual peribadatan menjadi bagian paket hiburan
6.	Kuliner	Umum	Umum	Spesifik yang halal

7.	Relasi dengan Masyarakat di Lingkungan Objek Wisata	Komplementer dan semata-mata mengejar keuntungan	Komplemente, semata-mata mengejar keuntungan	Integrated, interaksi berdasar pada prinsip-prinsip syariah
8.	Agenda Perjalanan	Mengabaikan waktu	Peduli waktu perjalanan	Memperhatikan waktu

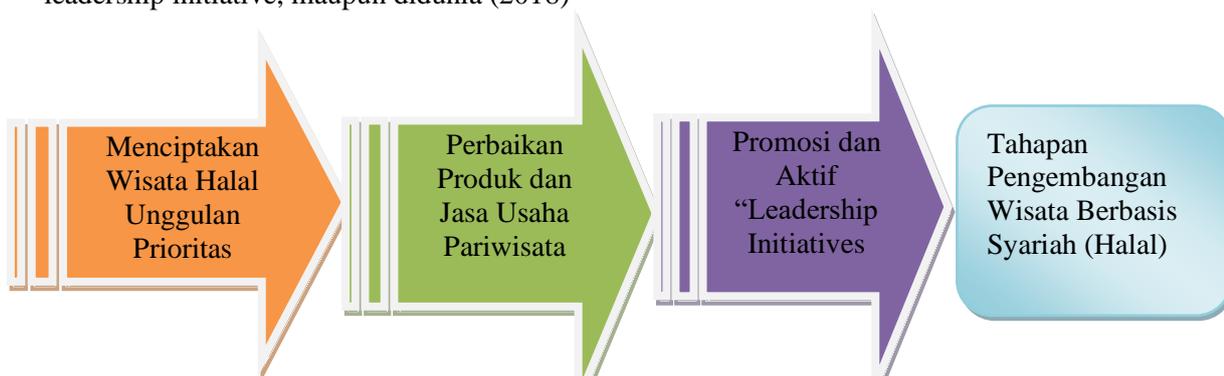
Tahapan Pengembangan Wisata Berbasis Syariah (Halal Tourism)

Konsep pariwisata syariah adalah kegiatan rekreasi yang disertai dengan nilai-nilai Islam. Pariwisata syariah berbeda dengan perjalanan religious (Firmansyah, Dirjen Pengembangan Tujuan Kemenparekraf, 2013). Untuk pengembangan wisata syariah di Indonesia, pada Desember 2013 lalu, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif telah menandatangani kesepakatan bersama Majelis Ulama Indonesia (MUI), guna mendorong pariwisata syariah ini tumbuh dan berkembang di Indonesia.

Ada lima komponen yang dimasukkan dalam wisata syariah oleh Kemamenparekraf dan MUI yaitu sektor kuliner, fashion muslim, perhotelan dan akomodasi, kosmetik dan spa, serta haji umrah. Cakupan wisata syariah, selama ini hanya pada peninggalan sejarah Islam, ziarah kubur dan sejenisnya. Pemerintah Indonesia sudah menerapkan pariwisata syariah sejak tiga tahun lalu. Namun, potensi besar yang dimiliki Indonesia belum maksimal digarap jika dibanding dengan negara-negara Asia Tenggara lainnya. Peran pemerintah perlu ditingkatkan untuk mendukung mempromosikan dan menggarap wisata syariah ini. Pemerintah dan pelaku usaha harus bahu-membahu untuk menjadikan Indonesia sebagai destinasi wisata syariah di level global. Guna mendukung konsep pariwisata syariah ini diperlukan beberapa hal antara lain adanya ketersediaan makanan halal di lokasi wisata, ada fasilitas ibadah yang memadai, dan adanya pembatasan aktivitas yang tidak sesuai syariah di lokasi-lokasi wisata. Industri pariwisata syariah Indonesia harus didukung oleh industri dan strategi pemasaran yang baik, standar dan regulasi yang tepat, harus diperkuat oleh tenaga profesional keuangan yang cukup, dan adanya lembaga pelatihan kepariwisataan syariah yang baik dan didukung oleh keuangan syariah yang kompetitif.

Pariwisata syariah semakin bergulir dengan adanya dukungan dan support dari Presiden SBY dalam acara pencanangan Gerakan Ekonomi Syariah (GRESS) yang diadakan pada akhir 2013 di Silang Monas Jakarta. Pada pertengahan tahun 2018 dilaksanakan 1st OIFIT (OIC International Forum on Islamic Tourism) di Jakarta yg diikuti oleh perwakilan negara-negara OKI. Menurut Alamsyah, dkk “Langkah strategis yang penting untuk segera dilaksanakan oleh Indonesia dalam rangka percepatan pengembangan wisata halal, yaitu :

- a. Menciptakan Wisata Halal Unggulan. Prioritas : Pembuatan icon objek wisata halal Indonesia
- b. Perbaikan Produk dan Jasa Usaha Pariwisata Halal beserta Peningkatan Infrastruktur, amenities, kelengkapan dan keperluan Wisata Halal. Pelaksanaan Langkah Strategis Pengembangan Usaha Jasa Pariwisata Halal, paket-paket wisata halal beserta sosialisasi, akreditasi, Standarisasi, Audit, Sertifikasi. Pelaksanaan Perbaikan Infrastruktur Pariwisata, Informasi di tempat kedatangan (airport, pelabuhan, stasiun), dan destinasi yang muslim friendly.
- c. Promosi & Aktif melaksanakan “Leadership Initiatives” dalam rangka meningkatkan Brand Equity Indonesia sebagai Destinasi Utama Wisata Syariah Dunia. Branding “Indonesia Halal Tourism”. Ikut dalam event-event OIC dan international lainnya yang direkomendasikan untuk wisata halal & leadership initiative, maupun didunia (2018)



Gambar 2.1. Tahapan Pengembangan Wisata Berbasis Syariah

Menurut Priyadi, dkk (2013) menyatakan bahwa “Dalam rangka pengembangan wisata syariah, maka kebijakan dan strategi yang dapat dilakukan meliputi:

- a. kebijakan prioritas sektoral, perlunya disusun prioritas pengembangan wisata syariah. Misalnya prioritas berdasar pada kepemilikan potensi yang dimiliki oleh setiap daerah wisata.
- b. Melakukan kegiatan pemberdayaan kepada masyarakat setempat misalnya:
 - 1) Meningkatkan pengetahuan keagamaan masyarakat sehingga masyarakat memiliki kesadaran untuk pengelolaan wisata berbasis syariah.
 - 2) Meningkatkan kemampuan bahasa asing dan pelayanan masyarakat setempat agar menarik dan membuat wisatawan merasanyaman.
- c. pemberdayaan terhadap institusi yang terkait, agar para pihak mempunyai komitmen kuat untuk mengembangkan wisata syariah yang diwujudkan dalam bentuk pemberian perhatian, alokasi sumberdaya/dana, upaya dan waktu yang lebih banyak untuk usahapengembangannya”.

Penelitian Terdahulu

Beberapa hasil penelitian terdahulu yang dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan penelitian ini adalah :

- a. Hasil penelitian Mohamed (2013) yang berjudul *Promoting Islamic Tourism in Brunei: Through Customers Understanding Towards the Syariah Compliant Hotel Concepts*. Penelitian ini membahas tentang faktor-faktor yang diperlukan setiap Negara muslim agar sukses di perhotelan yang sangat kompetitif. Dalam hal ini, Mohamed menguji kerangka kerja dengan pengunjung massa (domestik dan internasional) melalui pemahaman mereka tentang pentingnya menerapkan konsep *Syariah Compliant Hotel (SCH)*. Sehingga memungkinkan Mohamed untuk menganalisis dan mengevaluasi kemungkinan membangun lokasi SCH di Brunei. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dan kualitatif. Temuan dari penelitian tersebut adalah bahwa pemahaman pelanggan secara keseluruhan terhadap konsep SCH berada pada tingkat yang rendah. Selain itu, juga ditemukan bahwa di antara tiga variable independen (sikap, penerimaan, dan kepercayaan), faktor sikap memiliki beta tertinggi yang memberikan kontribusi signifikan menjadi faktor yang paling dominan dan berpengaruh dalam mempengaruhi pemahaman konsumen terhadap konsep SCH.
- b. Hasil penelitian Muhdar (2018) yang berjudul “Kemitraan Stakeholders Pariwisata Dalam Mendukung Pengembangan Wisata Syariah di Kota Bima” menunjukkan bahwa pengembangan pariwisata syariah tidak dapat dilakukan tanpa adanya kerjasama atau kemitraan seluruh stakeholders pariwisata, seperti kelompok biro perjalanan wisata, pengusaha hotel dan restoran dan pengusaha objek dan atraksi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa stakeholders pariwisata Kota Bima memiliki komitmen untuk mendukung pengembangan wisata syariah.
- c. Hasil penelitian Priyadi, dkk (2018) Tentang Potensi Pengembangan Pariwisata Berbasis Syariah di Kabupaten Sleman, mendapati bahwapotensi desa wisata di kabupaten sleman cukup besar untuk dikembangkan menjadi desa wisata syariah. potensi tersebut didukung oleh tersedianya fasilitas tempat ibadah yang memadai dan mudahnya akses untuk mendapatkan makanan halal karena mayoritas masyarakat kabupaten sleman beragama muslim. namun, dalam usaha pengembangan tersebut terdapat beberapa kendala diantaranya yaitu; masyarakat setempat kurang mengerti bagaimana desa wisata syariah, kurangnya wawasan layanan dengan standar baik, promosi yang pasif, dan keterbatasan variasi tawaran dan kreatifitas di bidang kerajinan dan kesenian. Untuk mengatasi kendala-kendala tersebut, maka disusunlah alternatif strategi pengembangan seperti; peningkatan pemahaman masyarakat tentang desa wisata syariah, optimalisasi potensi alam, sosial dan budaya untuk merespon minat masyarakat untuk berkunjung atau meningkatkan frekuensi kunjungan ke desa wisata.
- d. Hasil penelitian Nurmi (2015) yang berjudul “Prospek Pengembangan Pariwisata Syariah di Desa Maria Wawo Kabupaten Bima” menunjukkan bahwa penerimaan masyarakat Wawo Maria sangat baik terhadap pengembangan pariwisata syariah dan didukung potensi kearifan lokal yang unik berbasis dimiliki oleh Desa Maria Wawo menunjukkan prospek yang baik.

METODE PENELITIAN

penelitian ini menggunakan metode deskriptif. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan partisipatif. Penelitian ini dilakukan di Kota Bima dengan teknik pengumpulan data penelitian antara lain: observasi partisipatif, wawancara tak terstruktur dan studi dokumentasi. Informan kunci dalam penelitian ini adalah Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bima, PHRI Kota Bima, ASITA, Pengusaha Objek dan Atraksi Wisata yang kemudian menggelinding kepada informan kunci lain sesuai dengan kapasitas dan kompetensi menjawab permasalahan penelitian, yaitu stakeholders pariwisata kota Bima yang kompeten pada permasalahan penelitian. Teknik analisis data menggunakan analisis kualitatif melalui tiga tahapan, yaitu reduksi data, display data dan pengambilan kesimpulan (*verifikasi*) dengan pendekatan menggunakan analisis FGD, RRA, PRA dan analisis SWOT pemetaan pengembangan wisata berbasis syariah (*halal tourism*) di Kota Bima

HASIL DAN PEMBAHASAN

Potensi Obyek Dan Daya Tarik Wisata Kota Bima

Daya tarik wisata merupakan dasar dari pengembangan pariwisata, hal ini merupakan elemen penting dalam produk pariwisata. Tanpa adanya faktor daya tarik yang substansial, pariwisata yang berorientasi untuk kesenangan atau untuk berlibur tidak memungkinkan dikembangkan. Meskipun demikian masih ada peluang-peluang lain, misalnya saja perjalanan bisnis, dinas pemerintah, konferensi, keagamaan dan berbagai maksud perjalanan wisata lainnya. Pendekatan penting yang dapat dilakukan adalah mengkaitkan komponen daya tarik yang dimiliki dengan kegiatan wisata yang mungkin dilakukan. Komponen tersebut secara tersendiri dapat saja merupakan sebuah daya tarik yang dapat dijual dan dikembangkan, sehingga daya tarik wisata perlu dievaluasi dan diidentifikasi untuk mempertimbangkan peluang kegiatan wisata yang dapat dikembangkan di daerah.

Untuk melakukan survey dan evaluasi dari daya tarik wisata, maka akan sangat penting untuk memahami jenis objek dan daya tarik yang perlu dipertimbangkan dalam pariwisata. Hal ini terutama dilakukan dalam fungsi analisis. Konsep umum dari jenis daya tarik yang telah lama dikenal adalah daya tarik alam yang biasanya berbentuk, pantai, danau, laut, iklim, hutan, lansekap alam, pemandangan dan bentuk- bentuklainnya. Objek dan daya tarik wisata dapat dikelompokkan dengan berbagai cara.

Sistem umum dari pengelompokkan yang sering dipakai adalah :

1. Objek dan daya tarik alam, yang berbasiskan segala pada lingkunganalam.
2. Objek dan daya tarik budaya, yang berbasiskan pada kegiatan^[1]manusia.
3. Objek dan daya tarik khusus, yang biasanya dibuat secara khusus^[1]oleh manusia untuk menarik kunjungan wisatawan.

Obyek Dan Daya Tarik Alam

Kota Bima berdiri di tepi Teluk Bima yang sangat tenang. Gunung mengurungnya dari tiga penjuru (timur, utara, dan selatan). Di sepanjang pesisir Teluk Bima terdapat daya tarik wisata bahari, sedangkan di sisi utara dan timur terdapat wisata tirta dan wisata alam lainnya.

Tabel 1. Obyek Daya Tarik Alam Kota Bima

N0	Nama Obyek Wisata	Jenis Obyek Wisata	Kelurahan	Kecamatan
1	Pantai Ni'u	Wisata Pantai/ Bahari	Dara	Rasanae Barat
2	Pantai Lawata	Wisata Pantai/ Bahari	Dara	Rasanae Barat
3	Pantai Kolo	Wisata Pantai/ Bahari	Kolo	Asakota
4	Pantai Ule	Wisata Pantai/ Bahari	Melayu	Asakota
5	Pantai So Ati	Wisata Pantai/ Bahari	Kolo	Asakota
6	Pulau kambing	Wisata Pantai/ Bahari		
7	Pantai Amahami	Wisata Pantai/ Bahari	Dara	Rasanae Barat
8	Diwu Monca	WisataTirta	Lampe	Rasanae Timur
9	Lanco Gajah	Wisata Tirta	jati baru	Asakota
10	Taman Ria	Wisata Alam		

Sumber : Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata, 2018

Obyek Dan Daya Tarik Sejarah DanBudaya

Kota Bima memiliki peninggalan sejarah dan kepurbakalaan yang cukup banyak. Peninggalan-peninggalan yang ada kebanyakan berasal dari masa kesultanan Bima.

Tabel 2. Obyek Daya Tarik Budaya Kota Bima

N0	Nama Obyek Wisata	Jenis Obyek Wisata	Kelurahan	Kecamatan
1	Museum Asi Mbojo/Istana Bima	Wisata Budaya	Paruga	Rasanae Barat
2	Masjid Sultan Salahudin	Wisata Budaya	Paruga	Rasanae Barat
3	Makam Dana traha	Wisata Budaya	Dara	Rasanae Barat
4	Benteng Asakota	Wisata Budaya	Kolo	Asakota
5	Museum Samparaja	Wisata Budaya	Manggemaci	Mpunda
6	Langgar Melayu Kuno	Wisata Budaya	Melayu	Asakota
7	Mariam kuno Lela Mase	Wisata Budaya	Lelamase	Rasanae Timur
8	Kampung Pandai Besi			
9	Sentra Kerajinan Tenun			

Potensi Amenitas (Infrastruktur Pendukung Pengembangan Wisata Syariah: Jumlah Hotel, Resto/Kuliner)

Pada kenyataannya banyak sekali jenis akomodasi yang terdapat di suatu daerah. Meskipun terminologi dari berbagai jenis fasilitas akomodasi muncul namun batasan pasti sulit sekali untuk diidentifikasi. Untuk kepentingan survey, analisis dan perencanaan terminologi yang umumnya digunakan di Indonesia adalah berdasarkan klasifikasi hotel berbintang dan melati. Kota Bima memiliki cukup banyak hotel/penginapan/losmen baik berbintang maupun melati. Pada tahun 2018, tercatat ada 17 hotel/penginapan/losmen yang berorientasi tidak hanya pada satu fungsi saja.

Agen perjalanan wisata termasuk di dalamnya agen yang menawarkan program wisata lokal dan penanganan pelayanan kepada wisatawan merupakan sumber-sumber informasi yang perlu dipertimbangkan. Pelayanan penjualan tiket penerbangan, kereta api, kapal laut dan bus, penyewaan kendaraan, reservasi hotel dan pelayanan wisata dalam maupun luar negeri merupakan faktor-faktor yang perlu untuk dikaji. [1]

Pada beberapa daerah kompetensi pemandu wisata dalam menjelaskan objek dan daya tarik wisata, bahasa dan pengalaman merupakan masukan bagi dokumen perencanaan. Paket wisata yang ditawarkan perlu dievaluasi untuk melihat faktor tingkatan harga, program yang ditawarkan, kualitas pelayanan, kehandalan pelayanan dan keamanan perjalanan. Hal ini berguna bagi tim perencana untuk pendekatan yang dilakukan oleh pihak operator dalam melaksanakan usahanya. Peraturan mengenai agen perjalanan wisata dan pemandu wisata telah ditetapkan oleh pemerintah, baik pemerintah pusat maupun pemerintah daerah.

Data agen perjalanan wisata di Kota Bima yang tercatat pada Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata sebagai pendukung pengembangan pariwisata daerah di Kota Bima dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 3. Daftar Agen Perjalanan Kota Bima

N O	NAMA	ALAMAT / NO. HP	NAMA PEMILIK
1	Mulia	-	-
2	PT. Fajar Bima	-	-
3	PT. Merpati Ticketing Distric Bima	-	-
4	PT. Lancar Jaya Travel agent	-	-
5	PT. Man Jaya Executive	-	-
6	Hai Travel	Jl. Sumbawa No 8 Kel. Paruga	H. A. Rahman, SE.
7	PT. GSA Trans nusa	Jl. Sulawesi Kel. Paruga	Whindra
8	PT. Kristal KW	-	-

9	2 Avira Travel	-	-
10	Travel Bintang Timur	Jl. Gatot Subroto Kel. Sadia	Lafran Abdul Kahar
11	PT. Iskandaria Biro Umro dan Haji	Jl. Mawar No 24 Kel. Sarae	Muh. Mutawali, MA.
12	Travel Agent Zafira	Jl. Gajah Mada No 21 Kel. Monggonao	Fikri Rino Adi
13	Travel Agent Sahra	Jl. Soekarno Hatta Kel. Rabangodu Utara	M. Saleh A. Gani

Fasilitas restoran, rumah makan, bar, penjualan makanan dan minuman memberi pola kepada pengembangan pariwisata daerah. Untuk memnuaskan permintaan wisatawan secara normal, maka daerah seharusnya memiliki kualitas makanan yang baik yang dapat ditawarkan kepada wisatawan. Makanan khas daerah yang menarik dapat merupakan daya tarik pendukung bagi wisatawan. Wisatawan yang berkunjung ke daerah akan memiliki pengalaman yang semakin baik bila makanan yang tersedia di daerah dapat memenuhi selera. Data Fasilitas rumah makan yang tercatat pada Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata sebagai pendukung pengembangan pariwisata daerah di Kota Bima dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 4. Daftar Rumah Makan Kota Bima

NO	NAMA	ALAMAT / NO. HP	JUMLAH KURSI & MEJA
1	KFC	Jl. Sultan Hasanuddin, Sarae, Rasanae Barat	26 Meja x 2 Kursi
2	Srikandi	Jl. Pahlawan Dara, Rasanae Barat	5 meja x 30 kursi
3	RM. Arema Raya	Jl. Sultan Hasanuddin, Sarae, Rasanae Barat	4 meja x 25 kursi
4	RM. Anda	Jl. Poros Lawata, Dara, Rasanae Barat	4 meja x 4 kursi
5	RM. Purnama	Jl. Poros Lawata, Dara, Rasanae Barat	9 meja x 8 kursi
6	RM. Mahkota Mawar	Jl. Sulawesi, Dara, Rasanae Barat	4 meja x 8 kursi
7	RM. Takanajuo	Jl. Soekarno Hatta	4 meja x 16 kursi
8	RM. Beringin Indah	Jl. Sultan Kaharudin, Paruga, Rasanae Barat	4 meja x 10 kursi
9	RM. Surabaya	Jl. Sultan Kaharudin, Paruga, Rasanae Barat	4 meja x 10 kursi
10	RM. Pade Doang	Jl. Martadinata, sarae, Rasanae Barat	5 meja x 20 kursi
11	RM. Kediri	Jl. Sultan Kaharuddin, Paruga, Rasanae Barat	4 meja x 16 kursi
12	RM. Marem	Jl. Pahlawan Dara, Rasanae Barat	6 meja x 24 kursi
13	RM. Jawa Asih	Kel. Paruga, Rasanae Barat	3 meja x 12 kursi
14	RM. Minang Raya	Kel. Paruga, Rasanae Barat	3 meja x 12 kursi
15	RM. Arema Santi	Jl. Gajah Mada	12 meja x 32 kursi
16	RM. Gurih	Jl. Ir. Sutami, Raba	6 meja x 18 kursi

17	RM. Singgalang	Jl. ST. Hasanuddin, Sarae, Rasanae Barat	-
18	RM. Manalagi	Kompleks Pasar Raba, Raba	4 meja x 16 kursi
19	RM. Depot Kita	Jl. Tolo Bali	3 meja x 12 kursi
20	Lesehan Putri	Jl. Sukarno Hatta	-
21	Aqilah	Jl. Datuk Dibanta No.20 Pane Rasanae Barat	12 meja x 16 kursi
22	Restu Ambarani	Jl. Anggur Rabadompu, Raba	8 meja x 24 kursi
23	Depot Prasmanan	Jl. Sukarno Hatta	-
24	Benteng Takeshi	Jl. Jenderal Sudirman	-
25	Lesehan Morodadi	Jl. Sukarno Hatta	-
26	Arema Santi	Jl. Gajah Mada	14 meja x 54 kursi
27	Depot Celebes	Jl. Gajah Mada No. 23	5 meja x 8 kursi
28	Depot Srikandi	Jl. Lombok	-
29	Erni Sari	Jl. Sukarno Hatta	5 meja x 20 kursi
30	Minang Raya	Jl. Sukarno Hatta	5 meja x 20 kursi
31	Takeshi Bento	Jl. Jenderal Sudirman	-

Informasi pariwisata umumnya disediakan oleh pemerintah daerah, hotel maupun agen perjalanan. Lokasi dari pusat informasi dan kandungan informasi yang dimiliki perlu disurvei dan dievaluasi untuk melihat kesesuaian lokasi, aksesibilitas, kompetensi informasi, bahasa dan informasi pendukung lainnya. Selain itu buku-buku petunjuk wisata yang membahas daerah studi perlu dikaji untuk melihat kesesuaian antara informasi yang diberikan dengan kondisi di lapangan. Pemerintah Kota Bima melalui Dinas Kebudayaan Dan Pariwisata telah menyediakan informasi pariwisata Kota Bima melalui brosur, spanduk maupun papan informasi yang diletakkan di fasilitas akomodasi maupun fasilitas umum terutama di fasilitas transportasi. Beberapa contoh informasi pariwisata dapat dilihat pada gambar berikut ini :

Fasilitas belanja baik sebagai daya tarik utama maupun pendukung perlu untuk disurvei dan dikaji secara mendalam. Umumnya wisatawan yang berkunjung ke suatu daerah mencari cenderamata untuk dibawa pulang ke tempat asalnya. Cenderamata ini bisa berbentuk kerajinan, hasil seni, pakaian, dan perhiasan. Di lain pihak di beberapa tempat wisatawan juga mencari barang-barang umum terutama barang-barang yang memiliki harga murah, barang yang mereka beli antara lain tembakau, minyak wangi, elektronik dan barang-barang lainnya. Selain barang-barang yang bersifat cinderamata atau barang-barang umum yang dibawa pulang, dalam survey juga perlu diperhatikan penyediaan barang-barang sehari-hari kebutuhan wisatawan selama mereka melakukan kunjungan. Film, koran, majalah, air minum, obat-obat ringan merupakan fasilitas yang perlu disediakan di suatu daerah. Evaluasi untuk fasilitas ini dilakukan berdasarkan jenis dari fasilitas, barang dan pelayanan yang diberikan. Selain itu lokasi, aksesibilitas dan harga juga merupakan faktor- faktor yang perlu dikaji. Data Fasilitas Belanja yang tercatat pada Dinas Koperasi Perindustrian dan Perdagangan sebagai pendukung pengembangan pariwisata daerah di Kota Bima dapat dilihat pada tabel berikut ini :

Tabel 5. Pasar Di Kota Bima

No	Nama Pasar	Alamat Pasar	Luas Pasar (M2)	Jumlah Toko/Los	Jumlah Pedagang
1.	Pasar Raya	Kelurahan Paruga Kec. Rasanae Barat	9.000	102/4	563
2.	Pasar Lama	Kelurahan Sarae Kec. Rasanae Barat	2.300	118	225

3.	Pasar Raba	Kelurahan Rabangodu Utara Kec. Raba	1.192	45	112
4.	Pasar Penaraga	Kelurahan Penaraga Kec. Raba	3.500	30	55
5.	Pasar Kumbe	Kelurahan kumbe Kec. Rasanae Timur	1.595	24/2	67
6.	Pasar Jatibaru	Kelurahan Jatibaru Kec. Asakota	800	4	15

Fasilitas penukaran uang untuk pariwisata internasional mutlak diperlukan. Umumnya mereka membawa jumlah mata uang Rupiah yang terbatas, sementara pembayaran yang mereka lakukan adalah dalam rupiah, sehingga fasilitas ini menjadi penting bagi pengembangan pariwisata, dan ini perlu dikaji berdasarkan lokasi, jenis dan kualitas pelayanannya. Umumnya fasilitas seperti ini berada pada daerah-daerah umum seperti bandara, setasiun kereta api, terminal, dan pertokoan. Kemampuan fasilitas ini untuk dapat menerima berbagai mata uang dan kartu kredit juga harus dikaji dan dievaluasi. Umumnya wisatawan yang berkunjung enggan membawa uang dalam bentuk cash, mereka lebih menyenangi membawa kartu kredit yang lebih aman. Tuntutan seperti perlu disediakan oleh Daerah dengan melihat kesesuaiannya dengan pasar wisatawan yang ada. Fasilitas perbankan juga fasilitas penting untuk keperluan mereka melakukan transfer uang maupun cek perjalanan mereka, sehingga faktor ini juga patut untuk dipertimbangkan. Selain fasilitas di atas, Kota Bima juga memiliki sarana yang baik dalam aspek fasilitas kesehatan, keamanan, jasa POS, jasa internet yang menjamu di Kota Bima, jasa paket perjalanan dan transportasi yang baik. Kota Bima memiliki banyak sekali event tahunan yang banyak menarik wisatawan nusantara maupun wisatawan mancanegara. Beberapa event tahunan yang ada di kota Bima adalah sebagai berikut :

Tabel 6. Event Pariwisata Kota Bima

NO	NAMA EVENT	WAKTU	LOKASI
1	2	3	4
1	HANTA UA - PUA	Perayaan Maulid Nabi Muhammad SAW (Tanggal 12 Rabiul Awal)	Istana Kesultanan Bima dan Kelurahan Melayu - Kec Asakota Kota Bima
	- Jikir Maulid	Tanggal 9 Rabiul Awal	Istana Kesultanan Bima
	- Jikir Roko	Tanggal 10 Rabiul Awal	Kampung Melayu
	- Kesenian Marawais	Tanggal 10 Rabiul Awal	Kampung Melayu
	- Tarian Dani - Dana	Tanggal 10 Rabiul Awal	Kampung Melayu
2	Festival Kuda	HUT KOTA BIMA (10 April)	
	- Lomba Lukis Kuda	Tanggal 8 April	Museum Asi Mbojo
	- Pawai Kuda	Tanggal 8 April	Kota Bima
	- Pameran & Kuliner Kuda	Tanggal 5 - 7 April	Lap Merdeka Kota - Bima
	- Seminar / Dialog Budaya	Tanggal 4 April	Aula PEMKOT Bima
	- Pacuan Kuda Tradisional	Tanggal 10 - 19 April	Lap Pacuan Kuda Kota Bima
	- Festival Seni Tradisional Bima	Tanggal 2 - 7 April	Paruga Nae Kota Bima
	- Pawai Budaya Bima dan Etnik (se - Nusantara)	Tanggal 9 April	Kota Bima
	- Tarian Massal Tradisional Bima	Tanggal 10 April	Halaman Kantor Pemkot Bima

3	PAWAI dan FESTIVAL BUDAYA	HUT KEMERDEKAAN RI	
	- Karnaval dan Pawai Budaya Bima dan Etnik (se - Nusantara)	Tanggal 15 Agustus	Kota Bima
	- Pemilihan Duta Wisata dan Budaya Kota Bima	Tanggal 5 - 8 Agustus	Paruga Nae Kota Bima
4	FESTIVAL & PESTA RAKYAT	SUMPAH PEMUDA	
	- Lomba Perahu Dayung Tradisional	Tanggal 6 Oktober	Wadu Mbolo Teluk Bima
	- Lomba Renang Lintas Teluk Bima	Tanggal 7 Oktober	Wadu Mbolo Teluk Bima
	- Pameran hasil kerajinan / industri Rakyat (Kuliner dan Kerajinan Tangan)	Tanggal 7 - 9 Oktober	Kawasan Wisata Amahami
5	FESTIVAL dan PAWAI BUDAYA	HUT NTB	
	- Pacuan Kuda Tradisional	Tanggal 15 - 23 Desember	Lap Pacuan Kuda Kota Bima
	- Festival Kesenian Tradisional	Tanggal 04 - 08 Desember	Paruga Nae Kota Bima
	- Bulan Apresiasi Budaya	Desember	Kab/Kota se NTB

Festival kuda menjadi unggulan Kota Bima. Kuda yang menjadi salah satu icon kuda merupakan bagian dari budaya masyarakat Mbojo. Ketangkasan menunggang kuda merupakan keterampilan yang menjadi bagian cerita-cerita sejarah bima, yang masih terpelihara hingga kini. Diceritakannya bahwa sejak abad XII masehi, kuda asal bima sudah tersohor di nusantara. Saat itu, para pedagang dari berbagai penjuru datang membeli kuda bima, kemudian dijual di negeri asalnya untuk dijadikan tunggangan para raja, bangsawan, dan panglima perang. Raja-raja dan panglima perang kerajaan kediri, singosari, dan majapahit, dalam buku negarakertagama karangan empu prapanca, juga selalu memilih kuda bima untuk memperkuat armada kavalerinya. Diharapkan melalui kontes kuda yang kita laksanakan ini, tujuan untuk melestarikan dan mengembalikan pamor kuda bima sebagai potensi dan kebanggaan daerah dapat tercapai. "Ingat kuda ingat bima, Ingat Bima Ingat Kuda" itulah harapan yang ingin diwujudkan dalam kegiatan festival kuda. Untuk parade atau pawai kuda dilaksanakan dengan Rute Jalan Soekarno – Hatta menuju Istana Bima dengan menampilkan pasukan berkuda Kesultanan Bima. Sementara untuk seminar tentang kuda akan dilaksanakan di Istana Bima Kegiatan ini dilatar belakangi oleh komitmen pemerintah memperkenalkan Potensi Bima, kuda sebagai icon bima serta pelestarian nilai budaya dan tradisi, ungkap Lalu Sukarsana. Sedangkan Pacuan Kuda atau Pacoa Jara sudah sangat lekat di masyarakat NTB dan sudah menjadi salah satu hiburan rakyat yang pasti selalu di adakan.Event pacuan kuda tradisional dengan joki-joki mungil dan lincih merupakan agenda rutin di Bima.

Pembahasan Hasil Penelitian

Dalam pembahasan hasil penelitian akan dibahas persepsi wisata terhadap pengembangan pariwisata syariah di Kota Bima. Adapun hasil penelitian terkait beberapa indikator penelitian diketahui: Persepsi wisatawan mengenai daya tarik wisata yang meliputi wisata alam, wisata budaya dan wisata buatan yang

baik di obyek wisata kota bima berbasis syariah menunjukkan bahwa wisatawan yang memilih opsi Sangat Baik sebanyak 0.39% atau 39 orang, memilih opsi Baik sebanyak 0.24% atau 24 orang. Hal ini menjadi penting bagi pengelola objek wisata kota bima bahwa dalam pengembangan objek wisata berbasis Syariah perlu memperhatikan daya tarik wisata yang meliputi wisata alam, budaya, dan buatan. Alasan responden sangat baik menginginkan pengembangan potensi Obyek Wisata Kota Bima Berbasis Syariah perlu memperhatikan pelestarian alam, budaya, dan buatan karena mereka melihat bahwa keunikan Kota Bima dibanding objek wisata lain seperti halnya di Bali adalah karena keasliannya. Jadi menurut mereka di Kota Bima tidak usah dibangun bangunan yang berlantai tinggi yang menyebabkan keaslian Kota Bima menjadi hilang. Sebagian besar responden menyukai keaslian dan suasana Kota Bima yang tidak terlalu ramai. persepsi wisatawan terkait dengan produk wisata yang ada di obyek wisata kota bima diketahui bahwa bahwa wisatawan yang memilih opsi Sangat Baik sebesar 0.24% atau 24 orang, memilih opsi Baik sebesar 0.39% atau 39 orang, Cukup sebanyak 0.31% atau 31 orang, yang memilih opsi Tidak Baik sebesar 0.06% atau 6 orang. Untuk memajukan pariwisata Kota Bima ke depan, pemerintah daerah melalui Dinas terkait harus berusaha mengoptimalkan prodak wisata yang telah ada untuk mempopulerkan nama obyek wisata Kota Bima. persepsi wisatawan tentang kemudahan memperoleh makanan dan minuman yang halal di Objek Wisata Kota Bima diketahui bahwa wisatawan yang memilih opsi sangat baik sebesar 0.45% atau 45 orang, dan yang memilih opsi baik sebanyak 0.30% atau 30 orang. Hampir semua responden yang berkunjung ke obyek wisata Kota Bima berpersepsi sangat baik mengenai makanan dan minuman yang halal di obyek wisata di kota bima. Modal ini sangat penting bagi pengembangan Objek Wisata Kota Bima berbasis syariah untuk ke depannya. persepsi wisatawan mengenai pertunjukan seni budaya yang diselenggarakan tidak bertentangan dengan kaidah syariah yang baik diperoleh hasil wisatawan yang memilih opsi Sangat baik sebesar 0.43% atau 43 orang, memilih opsi Baik sebanyak 0.34% atau 34 orang, opsi Cukup Baik sebanyak 0.18% atau 18 orang dan yang memilih opsi Tidak Baik sebesar 0.02% atau 2 orang. Hal ini perlu menjadi perhatian khusus dalam pengembangan wisata berbasis syariah di kota bima. persepsi wisatawan tentang penyediaan tempat ibadah yang layak dan baik dilengkapi dengan sarana bersuci yang memadai di obyek wisata kota bima diketahui bahwa responden yang memilih opsi baik sebesar 0.35% atau 35 orang, responden yang menyatakan sangat baik sebanyak 0.35% atau 35 orang dan yang menyatakan cukup sebanyak 0.27% dari total responden. Hal ini nampak terlihat bahwa objek wisata kota bima perlu meningkatkan lagi ketersediaan sarana ibadah dan bersuci yang layak bagi setiap wisatawan yang berkunjung. Responden yang menyatakan sangat tidak baik hanya 0.01%. Hasil ini tetap menjadi perhatian pengelola agar dapat meningkatkan lagi kelayakannya. persepsi wisatawan tentang sanitasi dan kebersihan lingkungan yang terjaga dengan baik di obyek wisata kota bima diketahui bahwa hampir mayoritas wisatawan yang berkunjung di obyek wisata kota bima mengatakan bahwa kebersihan di obyek cukup baik Hal ini dibuktikan dengan jawaban responden yang memilih opsi cukup baik sebesar 0.31% atau 31 orang dan yang memilih opsi baik sebanyak 0.25% atau 25 orang serta yang mengatakan tidak baik sebanyak 0.21%. dan responden yang menyatakan sangat baik hanya 0.19% atau 19 orang. Hal ini tentu menjadi hal yang perlu di perhatikan lagi bagi pengembangan objek wisata berbasis syariah karena adanya daya dukung dari lingkungan sangat di perlukan bagi pengembangan wisata kota bima. persepsi wisatawan terhadap ketersediaan tempat ibadah yang layak di hotel dan tempat menginap lainnya di kota bima diketahui bahwa Hampir sebagian besar wisatawan mengatakan bahwa ketersediaannya sangat baik. Hal ini dibuktikan dengan jawaban wisatawan yang memilih opsi Sangat baik sebesar 0.45% atau 45 orang, memilih opsi Baik dan Cukup baik sebanyak 0.23% atau 23 orang, opsi tidak baik sebanyak 0.06% atau 6 orang dan yang memilih opsi sangat tidak baik sebesar 0.03% atau 3 orang. Dengan adanya jawaban responden yang menganggap bahwa tingkat ketersediaan yang sangat baik, maka hal ini penting bagi pengembangan objek wisata berbasis syariah di kota bima karena pentingnya daya dukung ketersediaan tempat ibadah di hotel bagi pengembangan ke depannya. Untuk mengetahui persepsi wisatawan terhadap ketersediaan sarana bersuci yang layak di hotel dan tempat menginap lainnya di kota bima diketahui bahwa wisatawan yang mengatakan ketersediaan sarana bersuci di hotel dan tempat menginap lainnya yaitu baik sebesar 0.38% atau 38 orang, yang memilih opsi cukup baik sebanyak 0.28% atau 28 orang, opsi sangat baik sebanyak 0.25% atau 25 orang. Opsi tidak baik sebesar 0.06% atau 6 orang dan sangat tidak baik hanya sebesar 0.03% atau sebanyak 3 orang. Keberadaan sarana bersuci yang layak, sangat penting bagi para wisatawan. Hal ini juga, harus menjadi perhatian pengelola objek wisata dalam pengembangan pariwisatanya agar wisatawan yang berkunjung merasa nyaman berkunjung ke kota bima dengan layanan yang baik dan nyaman. persepsi wisatawan terhadap ketersediaan restoran yang menyediakan makanan dan minuman yang terjamin kehalalannya dengan sertifikasi halal diketahui bahwa persepsi sangat siap sebesar 0.38% atau sebanyak 38

orang, dan siap sebanyak 37 orang. Cukup siap sebanyak 23 orang atau sebesar 0.23%, tidak siap 0.02% atau sebanyak 2 orang saja. Ini membuktikan bahwa kota bima dapat di katakan sangat siap untuk restoran-restoran yang menyediakan makanan dan minuman yang terjamin kehalalannya dengan sertifikasi halal dari MUI. persepsi wisatawan terhadap ketersediaan sanitasi dan kebersihan lingkungan restoran dan penyedia jasa makanan dan minuman yang terjaga dengan baik di kota bima diketahui bahwa persepsi sangat siap sebesar 0.38% atau sebanyak 38 orang, dan siap sebanyak 33 orang atau sebesar 0.33%. Cukup siap sebanyak 16 orang atau sebesar 0.16%, tidak siap 0.02% atau sebanyak 2 orang dan sangat tidak siapa sebesar 0.01% atau hanya 1 orang saja. Ini membuktikan bahwa kota bima dapat di katakan sangat siap untuk ketersediaan sanitasi dan kebersihan lingkungan restoran dan penyedia jasa makanan dan minuman yang terjaga dengan baik di kota bima. Untuk mengetahui persepsi wisatawan terhadap ketersediaan tempat hiburan malam di kota bima yang tidak mengandung unsur pornoaksi dan pornografi dapat di lihat dari data hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi sangat siap memiliki persepsi terbanyak yaitu 33 orang atau sebesar 0.33%. dan persepsi siap dan tidak siap berada pada angka yang sama yaitu 0.21% atau sebanyak 21 orang. Cukup siap sebesar 0.18% dan sangat tidak siap hanya sebesar 0.07% atau sebanyak 7 orang. Dari data penelitian di atas, kota bima dapat di katakan sangat siap dengan adanya tempat hiburan malam yang tidak mengandung unsur pornoaksi dan pornografi. Namun hal ini, harus terus di perhatikan dan di pantau dengan baik, agar tidak menjadi kendala dalam upaya pengembangan wisata berbasis syariah di kota bima. Untuk mengetahui bagaimana ketersediaan sarana yang memudahkan untuk beribadah di tempat hiburan malam di kota bima diketahui persepsi cukup siap dan tidak siap berada pada angka yang sama yaitu sebesar 0.21% atau sebanyak 21 orang. Kemudian di ikuti dengan persepsi sangat siap sebesar 0.20% atau sebanyak 20 orang, siap sebanyak 19 orang atau sebesar 0.19% dan persepsi sangat tidak siap sebesar 0.18% atau sebanyak 18 orang. Melalui data di atas, untuk ketersediaan sarana yang memudahkan untuk beribadah di tempat hiburan malam, perlu di perhatikan lagi, karena ketersediaan sarana beribadah menjadi faktor pendukung dalam upaya pengembangan wisata berbasis syariah di kota bima. Pengemasan paket wisata yang baik, akan menjadi menarik perhatian bagi wisatawan yang ingin melakukan perjalanan wisata. Baik, buruk, bagus dan tidaknya objek wisata ataupun destinasi wisata yang akan di kunjungi akan terlebih dahulu di gambarkan melalui paket wisata yang akan di tawarkan. Hal itu akan memberikan opini/persepsi yang positif dari wisatawan diketahui bahwa wisatawan yang berpersepsi siap pada tingkat tertinggi yaitu sebesar 0.43% atau sebanyak 43 orang mengatakan siap, kemudian sangat siap 25 orang atau 0.25% dan cukup siap sebesar 0.22% atau sebanyak 22 orang. Wisatawan yang berpersepsi tidak siap hanya 6 orang dan sangat tidak siap sebesar 0.04% atau sebanyak 4 orang saja. Dari data di atas dapat di lihat bahwa ketersediaan dari biro perjalanan wisata sudah bagus. Hal ini sangat mendukung dalam pengemasan-pengemasan paket wisata yang sesuai dengan kriteria pariwisata syariah yang akan di berlakukan di kota bima. Penilaian dari wisatawan terhadap pramuwisata perlu di perhatikan guna memberikan pelayanan yang lebih baik kepada wisatawan. Dalam upaya pengembangan wisata syariah ini perlu di perhatikannya juga apakah pramuwisata memahami dan mampu melaksanakan nilai-nilai syariah dalam menjalankan tugasnya. Hasil penelitian menunjukkan pada aspek ini penilaian wisatawan terbanyak pada penilaian baik yaitu 38 orang atau sebesar 0.38%, cukup baik 0.31% dan sangat baik sebesar 0.26% atau sebanyak 26 orang, sedangkan penilaian tidak baik hanya 5 orang atau sebesar 0.05% saja. Dari penilaian ini, mendapat di lihat bahwa pramuwisata di kota bima dapat memahami dan mampu menjalankan nilai-nilai syariah dalam melaksanakan tugasnya. Sebagai seorang pramuwisata, penampilan merupakan hal yang sangat diperhatikan, karena penampilanlah yang pertama kali yang akan di lihat dan di nilai oleh wisatawan. Dari penampilan sudah bisa di pastikan, apakah akan memberikan kesan yang baik atau tidak. Dalam upaya pengembangan wisata berbasis syariah, tentunya bagi pramuwisata harus berpenampilan sopan yang tidak bertentangan dengan nilai etika islam. Untuk melihat bagaimana penilaian dari wisatawan diketahui bahwa Penilaian terbanyak terdapat pada penilaian baik yaitu 0.38%, kemudian cukup baik 0.36% atau sebanyak 36 orang, sangat baik 24 orang atau 0.24% dan tidak baik hanya 2 orang atau 0.02% saja. Dari data di atas, pramuwisata di kota bima telah berpenampilan yang sopan dan menarik sesuai dengan nilai etika islam. Dan hal ini perlu di jaga ataupun di tingkatkan lagi. Dalam upaya pengembangan wisata berbasis syariah, hal ini perlu di perhatikan, agar tidak bertentangan dengan nilai-nilai etika dalam islam. Kemudahan akses informasi wisata perlu di perhatikan. Keberadaan sebuah objek wisata akan bisa di kenal, melalui kemudahan akses informasi. Hal tersebut akan sangat membantu dalam mempromosikan objek wisata yang tersebut. Dan hal tersebut akan mempermudah wisatawan dalam mendapatkan referensi wisata. Bagaimana penilaian wisatawan terhadap kemudahan akses informasi wisata syariah/halal di kota bima diketahui bahwa penilaian dari wisatawan yang tertinggi pada penilaian cukup baik yaitu 0.36% kemudian di ikuti dengan penilaian 0.32% dan sangat baik sebesar

0.30% atau sebanyak 30 orang. Dan tidak baik hanya sebesar 0.02% atau sebanyak 2 orang saja. Dari segi kemudahan akses informasi pariwisata di kota Bima sudah baik. Dan hal ini perlu di pertahankan dan di kembangkan lagi, guna kemajuan pariwisata di kota Bima. Kemudahan dalam menjangkau objek wisata, sangat membantu dalam mempromosikan objek kota Bima, terutama untuk wisatawan itu sendiri. Dengan kemudahan tersebut akan memberikan penilaian yang baik dari wisatawan, dan bahkan bisa membuat wisatawan untuk datang mengunjungi kembali objek wisata tersebut. Bagaimana penilaian dari wisatawan terhadap kemudahan dalam menjangkau objek wisata di kota Bima diketahui bahwa penilaian tertinggi pada posisi sangat baik yaitu sebanyak 40 orang atau sebesar 0.40% kemudian di ikuti dengan penilaian cukup baik yaitu sebesar 0.32% atau sebanyak 32 orang dan baik sebanyak 26 orang dan tidak baik hanya sebesar 0.02% atau sebanyak 2 orang saja. Dapat di simpulkan bahwa penilaian dari wisatawan terhadap kemudahan dalam menjangkau objek wisata di kota Bima sangat baik.

Hasil analisis SWOT telah dilaksanakan terhadap prospek pengembangan potensi obyek wisata Kota Bima sebagai obyek wisata Berbasis Syariah dapat diketahui bahwa Kekuatan yang dimiliki adalah 1). Kota Bima memiliki beragam potensi untuk menjadi salah satu destinasi wisata syariah yang strategis karena sejarah ke islamian yang sangat kuat, dan adat istiadat berpegang teguh dengan islam, serta atraksi wisata alam, budaya, religi serta minat khusus; 2). Kota Bima sudah memiliki kelengkapan untuk menunjang pengembangan wisata berbasis syariah seperti hotel syariah, bank syariah, pegadaian syariah serta didukung oleh kultur budaya khas muslim dan penerimaan masyarakat; 3). Syariat Islam ataupun produk halal sudah menjadi bagian dalam kehidupan sehari-hari masyarakat Kota Bima; 4). Kota Bima terus mengadakan event-event tahunan yang berbasis religi dan tradisi; 5). Kota Bima memiliki potensi sebagai destinasi transit tourism karena berada pada jalur emas wisata Indonesia, yaitu jalur Bali-Lombok dan Lombok – Labuan Bajo Flores dengan Pulau Komodonya. Kelemahan yang dimiliki adalah: 1) Sebagian besar pelaku industri di kota Bima belum mencantumkan label halal yang bersertifikasi dari MPU; 2). Belum siapnya SDM Kota Bima dalam mengembangkan wisata syariah terutama dalam pelayanan (*hospitality*), misalnya: pramuwisata yang belum sepenuhnya menerapkan prinsip-prinsip islami dalam mendampingi wisatawan, para supir travel dan bus. Baik dari aspek tingkat kebersihan, kerapian dan ketertiban, seperti kebiasaan menerobos lampu, merah; 3). Pandangan negatif dari masyarakat/tokoh masyarakat/ulama bahwa pariwisata hanya menekankan pada sun, sand, sea, smile, and sex dan 4). Beberapa keluhan wisatawan saat berkunjung ke Kota Bima adalah masih kurangnya fasilitas pariwisata, seperti MCK serta mushalla, Tempat Parkir harga barang dan makanan di pasar belum standar, karena di setiap lokasi berbeda-beda harganya. Peluang yang dimiliki adalah 1). Indonesia merupakan negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia dan banyak objek wisata alam bernuansa syariah seperti situs- situs peninggalan kerajaan Islam dan pusat pesantren Islam; 2). Potensi devisa yang bisa dihasilkan negara dari wisata syariah juga cukup besar; 3). Industri halal dan kesadaran akan pentingnya produk halal terus bertumbuh, ditandai dengan semakin meningkatnya permintaan sertifikasi halal ke badan LPPOM MUI; 4). Kelas menengah di Indonesia disinyalir kian meningkat. Hal ini berdampak pada tingkat konsumsi secara signifikan, khususnya dari kelas menengah untuk membelanjakan uangnya terutama di sektor-sektor konsumtif seperti kuliner, fashion dan gaya hidup. Ancaman dalam pengembangan wisata syariah di Kota Bima adalah 1). Belum adanya kejelasan konsep wisata syariah yang dapat diterapkan di Kota Bima dan di Indonesia pada umumnya; 2). Perkembangan Wisata syariah di Indonesia masih kalah cepat dibanding negara lain yang sudah lebih dulu menggarap industri wisata syariah; 3). Belum adanya regulasi dalam bentuk perundang- undangan secara nasional terkait wisata syariah. Birokrasi yang lambat menjadi ciri khas Indonesia, ikut memperlambat pengembangan wisata syariah. Belum adanya regulasi juga membuat pelaku usaha gamang dalam menerapkan wisata syariah; 4). Promosi wisata yang berkaitan dengan wisata syariah belum begitu segenar wisata umum/konvensional dan 5). Kurangnya sosialisasi dan koordinasi tentang wisata syariah di Indonesia. Adapun strategi yang dapat dilakukan untuk mengembangkan potensi wisata syariah di Kota Bima adalah 1). Pengemasan paket wisata syariah yang lebih menarik sesuai target pasar. Misalnya dengan paket wisata sejarah dan religi; 2). Mengembangkan fasilitas- fasilitas pariwisata berstandar syariah seperti hotel, restoran, spa; 3). Memberikan insentif/donasi dari pemerintah baik pusat maupun daerah, misalnya kemudahan pengajuan dan pembiayaan gratis sertifikasi halal, penyediaan shuttle bus gratis khusus bagi wisatawan untuk mengantarkan ke setiap atraksi wisata; 4). SDM: Pembinaan kelompok sadar wisata (Pokdarwis) halal/muslim friendly, , mengadakan seminar dengan tema “kesehatan dan syariah”, dan adanya sanksi bagi pelaku usaha yang tidak mempunyai sertifikasi halal; 5). Penciptaan sistem sertifikasi produk halal yang mapan dan transparan di bawah MPU Kota Bima; 6). Inventarisasi/audit/quick assessment setiap destinasi, produk, restoran yang diberikan sertifikasi halal, kesiapan sarana dan prasarana, serta unsur pendukung lain. serta kebutuhan wisata

syariah secara konkret di Kota Bima; 7). Meningkatkan koordinasi dan sosialisasi wisata syariah dengan menggandeng kalangan masyarakat dan lembaga lain; 8). Melakukan kerja sama dengan negara lain dan lembaga internasional yang memiliki perhatian dalam mengembangkan wisata syariah untuk mengembangkan promosi bersama sehingga Kota Bima menjadi wisata tingkat dunia; 9). Tetap memperhatikan dan mempertahankan karakteristik keaslian dan keunikan Kota Bima; 10). Peningkatan promosi wisata dan penyediaan informasi wisata berbasis teknologi komunikasi yang mengerti kebutuhan wisatawan (*customer-friendly*); 11). Mendorong para pelaku bisnis wisata di kota bima untuk dapat menggaet pasar wisatawan dari negara yang mayoritas muslim.

KESIMPULAN

Hasil penilaian wisatawan terhadap potensi objek wisata syariah di Kota Bima sebagian besar menyatakan bahwa Kota Bima memiliki potensi dan kesiapan untuk menjadi destinasi wisata syariah dengan berbagai potensi yang dimiliki, seperti objek wisata alam, wisata budaya, sarana dan prasarana pariwisata, serta dukungan dari pemerintah daerah dan masyarakat lokal Kota Bima. Kota Bima memiliki beragam potensi untuk menjadi salah satu destinasi wisata syariah yang strategis karena sejarah keislaman yang sangat kuat, dan adat istiadat berpegang teguh dengan islam, serta atraksi wisata alam, budaya, religi serta minat khusus. Kota Bima sudah memiliki kelengkapan untuk menunjang pengembangan wisata berbasis syariah seperti hotel syariah, bank syariah, pegadaian syariah serta didukung oleh kultur budaya khas muslim dan penerimaan masyarakat. Syariat Islam atau produk halal sudah menjadi bagian dalam kehidupan sehari-hari masyarakat Kota Bima. Kota Bima terus mengadakan event-event tahunan yang berbasis religi dan tradisi. Kota Bima memiliki potensi sebagai destinasi transit tourism karena berada pada jalur emas wisata Indonesia, yaitu jalur Bali-Lombok dan Lombok – Labuan Bajo Flores dengan Pulau Komodonya. Tetapi di sisi lain sebagian besar pelaku industri di kota bima belum mencantumkan label halal yang bersertifikasi dari MPU. Selain itu belum siapnya SDM Kota Bima dalam mengembangkan wisata syariah terutama dalam pelayanan (*hospitality*), misalnya: pramuwisata yang belum sepenuhnya menerapkan prinsip-prinsip islami dalam mendampingi wisatawan para supir travel dan bus, baik dari aspek tingkat kebersihan, kerapian dan ketertiban, seperti kebiasaan menerobos lampu merah.

SARAN

Langkah strategis yang penting untuk segera dilaksanakan oleh Kota Bima dalam rangka pengembangan wisata halal yaitu menciptakan Wisata Halal Unggulan. Prioritas : Pembuatan ikon objek wisata halal di Kota Bima dengan berbagai media pengenalan. Selain itu perbaikan produk dan jasa usaha Pariwisata Halal di Bima beserta peningkatan Infrastruktur, amenities, kelengkapan dan keperluan Wisata Halal perlu menjadi perhatian pemerintah daerah melihat potensi yang dimiliki cukup baik serta pelaksanaan langkah strategis pengembangan usaha jasa pariwisata Halal, paket-paket wisata halal beserta sosialisasi, akreditasi, Standarisasi, Audit, Sertifikasi. Pelaksanaan Perbaikan Infrastruktur Pariwisata, Informasi di tempat kedatangan (airport, pelabuhan, stasiun), dan destinasi yang muslim friendly. Promosi dan aktif melaksanakan “Leadership Initiatives” dalam rangka meningkatkan Brand Equity Kota Bima sebagai destinasi wisata syariah NTB perlu dilakukan dengan mengikuti berbagai pameran dan kegiatan promosi baik nasional maupun internasional perlu menjadi perhatian dalam pengembangan Kota Bima sebagai destinasi wisata syariah.

REFERENSI

- Alamsyah, I. E. (2018, Juni 12). *Wisata Syariah Butuh Dukungan Pemda: Mahaka Group*. (I. Kelana, Penyunting) Dipetik Agustus 26, 2018, dari [republikaonline](#)
- Alim, Haidar Tsany ; Andi Okta Riansyah; Karimatul Hidayah; Ikhwanul Muslim; Adityawarman. 2016. *Analisis Potensi Pariwisata Syariah Dengan Mengoptimalkan Industri Kreatif Di Jawa Tengah Dan Yogyakarta*. Yogyakarta. Universitas Diponegoro
- Chookaew, S., Chanin, O., Charatarawat, J., Sriprasert, P., & Nimpaya, S. (2015). Increasing Halal Tourism Potential at Andaman Gulf in. *Journal of Economics, Business and Management*, III (7), 277-279.
- Indonesia Kreatif. (2018, Januari 24). *Apa Itu Ekonomi Kreatif*. Dipetik Agustus 28, 2018, dari Indonesia Kreatif: <http://gov.indonesiakreatif.net/ekonomi-kreatif/>
- Kementerian Ekonomi dan Pariwisata Republik Indonesia. (2013). *Undang-undang No 10 Tahun 2009*. Jakarta: Kemenparekraf RI.
- Kovjanic, G. (2018). Islamic Tourism as a Factor of the Middle East. *Turizam*, 18 (1)
- Moira, P., Mylonopoulos, D., & Kontoudaki, A. (2017). The Management of Tourist’s Alimentary Needs by the Tourism Industry. *International Journal of Culture and Tourism Research*, 5 (1), 129-140.

- Muhdar. (2018). *Kemitraan Stakeholders Pariwisata Dalam Mendukung Pengembangan Wisata Syariah di Kota Bima. Bima. UP2M STISIP Mbojo Bima*
- Munirah, L., & Ismail, H. N. (2017). Muslim Tourists' Typologi in Malaysia: Perspectives and Challenges. *Proceedings of the Tourism and Hospitality International Conference*. Malaysia: Department of Urban and Regional Planning, Faculty of Built Environment,.
- Priyadi, Unggul; Yazid; Eko Atmaji. (2018). *Potensi Pengembangan Pariwisata Berbasis Syariah di Kabupaten Sleman. Jogyakarta*
- Sahida, W., Rahman, S. A., Awang, K., & Man, Y. C. (2011). The Implementation of Halal Compliance Concept Hotel: DePalma. *2nd International Conference on Humanities, Historical and Social Sciences*. 17, pp. 138-142. Singapore: IACSIT
- Sutomo & Sapudin, A., Adi, F (2018). *Analisis Perbandingan Hotel dan Pariwisata Syariah dengan Konvensional*. Bogor: Magister Manajemen Syariah IPB.
- Sucipto. (2018, Agustus 11). *Peluang Wisata Syariah: Mahaka Group*. Dipetik Agustus 26, 2018, dari Republika Online: <http://www.republika.co.id/berita/koran/opini-koran/14/08/11/na4ooc19-peluang-wisata-syariah>