

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Menurut *Global Muslim Travel Index* (GMTI) tahun 2015, pada tahun 2014 pasar wisatawan muslim bernilai \$ 145 juta, dengan 108 juta wisatawan yang mewakili 10% seluruh perjalanan wisata ekonomi dunia. Dengan adanya fenomena pergerakan wisatawan muslim ke berbagai dunia, perlu adanya sebuah konsep baru dalam ilmu pariwisata untuk memberikan kenyamanan lebih untuk wisatawan muslim (Kementerian Pariwisata Republik Indonesia, 2015).

Saat ini, wisata sudah menjadi kebutuhan setiap kalangan, apabila seseorang telah penat melakukan aktivitas pekerjaan maka pilihan untuk menghilangkan penat, ajang aktualisasi diri maupun mencari pengalaman baru adalah dengan pergi berwisata, dan untuk mendapatkan referensi tempat wisata saat ini promosi telah banyak dilakukan melalui internet sehingga mengakses informasi mengenai wisata telah menjadi mudah di dapatkan dimana saja, demikian juga wisatawan muslim di negara-negara muslim di dunia seperti Arab Saudi, Timur Tengah, Malaysia, dan juga Indonesia saat ini sedang mengembangkan wisata yang bertajuk wisata halal.

Seiring dengan peningkatan kesejahteraan kalangan menengah muslim dunia sejak era tahun 2000-an, maka muncullah suatu *trend* pangsa pasar baru wisatawan dunia yang tumbuh dengan pesat, yaitu para “muslim travelers”. Berdasarkan data Thomson Reuter, pada tahun 2014 tercatat belanja turis muslim

global adalah sebesar USD 142 milyar (di luar umrah & haji), nomor dua setelah pasar China yang sebesar USD 160 milyar. Suatu ceruk pasar yang besar dan menggiurkan yang layak diraih oleh Indonesia, khususnya Sumatera Barat. Pasar ini datang dari muslim di kawasan Asia Tenggara, Timur Tengah (Qatar, UAE, Kuwait, Arab Saudi, Oman dan lain-lain), Eropa, Asia Tengah & China (www.sumbar.travel).

Sebagai konsumen muslim dalam pasar pariwisata global, tentu saja mereka punya karakteristik dan kebutuhan tersendiri dalam berwisata ke berbagai belahan dunia. Ketersediaan akan makanan halal, fasilitas beribadah (bersuci, berwudhu, dan sholat), ketersediaan informasi, dan berbagai fasilitas pendukung yang muslim *friendly* menjadi persyaratan mutlak untuk meraih dan mendatangkan pasar ini, sebagai bagian dari *hospitality* terhadap konsumen. Negara-negara seperti Malaysia, Singapura, Thailand, Jepang, Korea, dan Turki tampak lebih sadar dan sigap untuk segera merebut pasar tersebut (www.sumbar.travel).

Mewujudkan pelayanan, fasilitas, dan aktivitas wisata yang muslim *friendly* sebagai bentuk servis terhadap permintaan konsumen & pasar muslim inilah yang kemudian dinamakan dengan halal tourism / wisata halal, dan yang perlu diketahui, bukannya mempersempit, malah *halal tourism* ini justru memperluas segmen pasar pariwisata karena menyediakan semakin banyak pilihan produk bagi para wisatawan, apalagi *halal tourism* ini bisa dinikmati oleh semua segmen dari anak-anak sampai orang dewasa, muslim ataupun non-muslim (<http://www.sumbarprov.go.id/details/news/8114>).

Tabel 1.1 Kunjungan Wisatawan Mancanegara Ke Sumatera Barat

No	Kebangsaan	Jan-Des 2014 (orang)	Jan-Des 2015 (orang)	Jan-Des 2016 (orang)	Jan-Des 2017 (orang)	Perubahan Jan-Des 2015 thd 2014 (%)	Perubahan Jan-Des 2017 thd 2016 (%)
(1)	(2)	(5)	(6)	(7)	(10)		
1	Malaysia	43.588	36.262	38.453	44.201	-16,81	14,95
2	Australia	2.344	1734	2.473	2.662	-26,02	7,64
3	Perancis	n.a	n.a	475	478	n.a	0,63
4	Thailand	144	243	275	407	68,75	48,00
5	Amerika	338	264	390	372	-21,89	-4,62
6	Inggris	248	334	366	327	34,68	-10,66
7	Tiongkok	285	346	390	304	21,40	-22,05
8	Jepang	283	214	180	266	-24,38	47,78
9	Singapura	405	203	235	246	-49,88	4,58
10	Jerman	334	167	219	210	-50,00	-4,11
Total 10 Negara		48.164	39.810	43.465	49.473	-17,34	13,82
Lainnya		7.947	8.945	6.221	6.840	12,56	9,95
Total		56.111	48.755	49.686	56.313	-13,11	13,34

Sumber : Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat

Islamic hospitality atau dalam artian bahasa nya adalah keramah tamahan secara Islami, menjadi hal baru yang harus didalami oleh pelaku yang bergerak dalam industri pariwisata halal. *Islamic hospitality* adalah *trend* baru dalam dunia pariwisata dunia, muncul dikarenakan kebutuhan untuk melayani hal-hal yang spesifik mengenai persyaratan kebutuhan beragama umat muslim yang tengah

tumbuh pesat dalam dunia pariwisata. Pariwisata halal merupakan ceruk dari pariwisata pada umumnya, pariwisata halal merupakan kajian fenomena tentang fasilitas penunjang kaum muslimin untuk bepergian dan akan menjadi hal baru dalam promosi pariwisata dunia. (Yuzaq Ardian Mahasiswa Program Pascasarjana MSI UII, 2017).

Banyak masyarakat yang belum mengetahui mengenai wisata halal, bahkan wisata halal masih terdengar asing oleh masyarakat awam. Pada umumnya masyarakat yang mengira bahwa wisata halal sama dengan wisata religi, padahal keduanya jauh berbeda. Wisata religi contohnya seperti ziarah ke makam para Nabi dan juga umroh. Sedangkan wisata halal sangat mengedepankan produk-produk halal dan aman dikonsumsi wisatawan muslim. Namun, bukan berarti wisatawan non-muslim tidak bisa menikmati wisata halal. Bagi yang non-muslim, wisata halal dengan produk halal ini adalah jaminan sehatnya. Karena pada prinsipnya, implementasi kaidah syariah itu berarti menyingkirkan hal-hal yang membahayakan bagi kemanusiaan dan lingkungannya dalam produk maupun jasa yang diberikan, dan tentu memberikan kebaikan. Dengan nilai-nilai ke-Islaman yang ada pada pariwisata halal bukan hanya bermanfaat bagi industri pariwisata tetapi juga bermanfaat bagi masyarakat dalam meningkatkan keimanan, menjadi manusia yang lebih baik dan mencegah terjadinya hal yang bersifat *mudharat* bagi masyarakat (Riyanto, 2012).

Setelah melaksanakan observasi awal kemudian peneliti melakukan wawancara awal kepada masyarakat Sumatera Barat untuk memperkuat asumsi, dengan kriteria

acak, peneliti memilih warga pelaku wisata yang ada di Sumatera Barat, peneliti mendapatkan hasil bahwa masih banyak warga Sumatera Barat yang masih belum mengetahui tentang wisata halal Sumatera Barat, hal ini menjadi penguat asumsi peneliti bahwa promosi yang dilakukan pemerintah Sumatera Barat masih belum merata ke seluruh lapisan masyarakat. Dengan itu dibutuhkan upaya promosi yang baik dari pemerintah Sumatera Barat.

Sumatera Barat saat ini sedang mengembangkan wisata halal. Hal ini berdasarkan pada terpilihnya Sumatera Barat oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia (Kemenperaf RI) sebagai satu dari 10 provinsi di Indonesia sebagai destinasi wisata halal di Indonesia. Pada saat pengumuman Anugerah Pariwisata Halal Terbaik tahun 2016 pada tanggal 21 September lalu, dan Sumatera Barat bahkan memborong empat kategori penilaian, yaitu Destinasi Wisata Halal terbaik, Restoran Halal Terbaik, Destinasi Kuliner Terbaik, dan Biro Perjalanan Wisata Halal Terbaik. Penilaian digelar oleh Tim Percepatan dan Pengembangan Pariwisata Halal (TP3H) Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI yang dilakukan dengan cara voting yang mencapai 115.462 suara (<http://hariansinggalang.co.id/>).

Kemudian, kemenangan yang diraih Sumatera Barat dalam kategori *Best Halal Tourism Destination* ini dilombakan kembali di Abu Dhabi, Uni Emirat Arab pada 07 Desember 2016 lalu untuk destinasi halal kelas dunia. Akhirnya seperti dilansir dari koran Padang Ekspres yang terbit pada 09/12/2016 menyatakan bahwa Provinsi Sumatera Barat telah ditetapkan sebagai destinasi wisata halal dunia dalam

acara World Halal Tourism Award di Abu Dhabi, Uni Emirat Arab. Pengumuman juara itu dilansir melalui website resmi World Halal Tourism Award 2016 <http://itwabudhabi.com/halal-awards/2016-winners.html> pukul 21.30, Rabu (7/12).

Sumatera Barat menjadi salah satu magnet tersendiri di Indonesia, selain karena telah memenangkan kategori *Worlds Best Halal Destination* dan *Halal Culinary* 2016 dalam World Halal Tourism Destination (WHTA) 2016 di Uni Emirat Arab, seperti diketahui kemenangan tersebut merupakan hasil voting yang diadakan situs resmi WHTA. Tahun ini jumlah peserta dilaporkan ada 383 negara maupun merek. Sementara jumlah voting yang masuk mencapai 1,8 juta suara, berasal dari 116 negara. Selain Sumatera Barat yang memenangkan dua kategori, Indonesia berhasil mendapatkan 12 dari 16 kategori WHTA yang dilombakan (mix.co.id).

Sumatera Barat ditetapkan sebagai salah satu tujuan wisata halal di Indonesia. Kultur masyarakat setempat yang menganut budaya Islam memungkinkan Sumatera Barat memiliki banyak hotel dengan konsep syariah sebagai cerminan daerah yang kuat agama dan adat istiadatnya. Hotel berprinsip syariah lebih sinergis dengan kehidupan keseharian masyarakat Sumatera Barat yang terkenal sebagai daerah *Adat Basandi Syarak, Syarak Basandi Kitabullah*, yang artinya setiap kegiatan yang dilaksanakan bernafaskan kepada ajaran Islam yang merupakan falsafah hidup orang *Minangkabau*, dari nilai yang dianut itu setiap kegiatan pariwisata juga tidak terlepas dari prinsip tersebut, itulah kenapa

wisata halal adalah potensi baru yang cocok dikembangkan di Sumatera Barat (Rebecha & Pramesi, 2017).

Provinsi Sumatera Barat memiliki potensi kepariwisataan yang sangat besar, tidak hanya wisata alam, namun juga wisata budaya, sejarah dan kuliner sebagai objek wisata unggulan. Oleh karena itu, pariwisata pada beberapa tahun terakhir telah mejadi salah satu primadona yang menjadi unggulan pemerintah daerah Provinsi Sumatera Barat. Oleh karena itu dibutuhkan kerja keras dan kerja cerdas dari pemerintah daerah bagaimana mengelola potensi tersebut sehingga bermafaat sebesar-besarnya untuk kemakmuran rakyat (Rebecha & Pramesi, 2017).

Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat sebagai unsur pelaksana Pemerintah Daerah Provinsi Sumatera Barat sebagaimana ditetapkan dalam Peraturan Daerah Provinsi Sumatera Barat No. 8 Tahun 2016 tentang Perubahan Kedua atas Peraturan Daerah No. 4 Tahun 2008 tentang Pembentukan dan Susunan Perangkat Daerah Provinsi Sumatera Barat adalah melaksanakan urusan pemerintahan daerah di bidang Pariwisata. Oleh sebab itu maka diperlukan kajian mendalam terkait komunikasi promosi yang dilakukan oleh pemerintah Sumatera Barat dalam hal ini dilakukan oleh Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat dalam mempromosikan wisata halal Sumatera Barat ke mata dunia sebagai sasaran utama wisatawan lokal maupun mancanegara, karena bertujuan untuk meningkatkan kunjungan wisatawan dan juga diharapkan membawa peningkatan pada pendapatan masyarakat khususnya dan juga meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD).

Dengan terpilihnya Sumatera Barat sebagai salah satu destinasi wisata halal di Indonesia setelah Lombok, Aceh, dan Nusa Tenggara Barat, dan saat ini sudah memenangkan kategori di dunia internasional mengalahkan Malaysia, Turki, Dubai dan beberapa negara lainnya, sudah saatnya saat ini pemerintah daerah dari segala elemen saling bekerja sama untuk mempromosikan destinasi wisata yang ada di Sumatera Barat. Maka dari itu Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat sebagaimana dalam tugasnya untuk mengembangkan destinasi wisata dan pemasaran wisata harus segera menyusun langkah promosi yang tepat dalam upaya menjadikan Sumatera Barat menuju destinasi wisata halal dunia.

Berdasarkan latar belakang diatas, maka penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui “Komunikasi Promosi oleh Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat sebagai Upaya Menuju Destinasi Wisata Halal Dunia”.

1. 2 Rumusan Masalah

Rumusan masalah penelitian ini adalah bagaimana komunikasi promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat sebagai upaya menuju destinasi wisata halal dunia?

1. 3 Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini sesuai dengan masalah yang telah dirumuskan yaitu :

1. Untuk mendeskripsikan upaya komunikasi promosi yang dilakukan oleh Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat sebagai upaya menuju destinasi wisata halal dunia.

2. Untuk mendeskripsikan faktor pendukung dan faktor penghambat dalam melakukan komunikasi promosi oleh Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat sebagai upaya menuju destinasi wisata halal dunia.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian diantaranya :

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi perkembangan konsep pariwisata halal karena kajian ini masih merupakan kajian baru di Sumatera Barat.

1.4.2 Manfaat Praktis

Hasil penelitian juga diharapkan dapat menjadi masukan dan juga kajian yang dapat digunakan oleh Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Barat dalam melakukan komunikasi promosi dan bisa dijadikan sebagai tolak ukur keberhasilan komunikasi promosi yang ditargetkan.

