

## STRATEGI PEMASARAN WISATA HALAL

**Rahardi Mahardika**

Sekolah Tinggi Agama Islam Miftahul Huda Al-Azhar Banjar, Indonesia

Email: rahardimahardika@gmail.com

### Abstrak

*Wisata Halal merupakan salah satu bentuk wisata berbasis budaya yang mengedepankan nilai-nilai dan Syariat Islam dan tentunya pada akhirnya yang diharapkan adalah munculnya kepribadian akhlak yang unggul sebagai landasan dasarnya. Sebagai konsep baru didalam industri pariwisata tentunya wisata syariah memerlukan pengembangan lebih lanjut serta pemahaman yang lebih komprehensif terkait kolaborasi nilai-nilai keislaman yang diingjaukan dalam kegiatan wisata halal. Dengan jumlah penduduk Muslim terbesar di dunia maka Indonesia merupakan salah satu pasar industri wisata Halal terbesar di dunia dan sudah seharusnya hal ini disadari oleh pelaku bisnis pariwisata di Indonesia hal ini dikarenakan pengembangan wisata Halal yang berkelanjutan akan dapat memberikan kontribusi ekonomi yang cukup signifikan bagi seluruh pelaku yang terlibat didalamnya. Informasi online pada saat ini merupakan pengaruh utama dalam pengambilan keputusan oleh konsumen (dalam hal ini pemakai jasa pariwisata) dalam hampir semua pasar utama oleh sebab itu e-marketing diharapkan dapat membuat jalur sebagai strategi pemasaran produk yang tepat dalam hal memberikan informasi yang efisien dan efektif bagi para calon konsumen yang merata.*

**Kata Kunci :** Strategi, Pemasaran, Wisata Halal

### Abstract

*Halal tourism is one form of culture-based tourism that prioritizes Islamic values and Sharia and of course the ending that is expected is the emergence of superior moral personality as its basic foundation. As a new concept in the tourism industry, of course, sharia tourism requires further development and a more comprehensive understanding of the collaboration of Islamic values that are cooled in halal tourism activities. With the largest Muslim population in the world, Indonesia is one of the largest Halal tourism industry markets in the world and this should be realized by tourism businesses in Indonesia, this is because the development of sustainable Halal tourism will be able to provide a significant economic contribution to all actors involved in it. Online information is currently the main influence in consumer decision making (in this case tourism service users) in almost all major markets, therefore e-marketing is expected to make the pathway as the right product marketing strategy in terms of providing efficient and effective information. for potential consumers who are evenly distributed.*

**Keywords:** Strategy, Marketing, Halal Tourism

## PENDAHULUAN

Urgensi regulasi pariwisata berdasarkan laporan *Mastercard-Crescent Rating Global Travel Market Index* (GMTI) pada 2018. Indonesia saat ini menempati posisi kedua sebagai destinasi wisata halal terbaik di Negara Organisasi Konferensi Islam (OKI) yang banyak dikunjungi oleh wisatawan Muslim di dunia. Posisi Indonesia pada tahun 2018 lebih baik dari tahun sebelumnya, yaitu naik satu tingkat di mana pada tahun 2017 Indonesia berada di posisi ke tiga. Posisi pertama tetap ditempati oleh negara tetangga Malaysia.

Pada tahun 2019, Menteri Pariwisata Arief Yahya menargetkan Indonesia bisa menyalip Malaysia menempati di posisi pertama sebagai destinasi pariwisata paling ramah terhadap wisatawan muslim dunia versi *Global Muslim Travel Index* (GMTI). Selanjutnya, Kemenpar juga menargetkan tahun depan Indonesia bisa menggaet 5 juta wisatawan halal tourism. Angka itu tumbuh 42 persen dari tahun ini sekitar 3,5 juta atau mencapai 25 persen dari target 20 juta kunjungan wisman (Republika/12/2018), Indonesia diakui memiliki potensi besar untuk menjadi pusat pariwisata halal di skala global karena didukung dengan keindahan alam, keragaman budaya dan populasi muslim terbesar di dunia.

Berbagai usaha yang telah dilakukan oleh Kemenpar dalam mempromosikan Indonesia sebagai pusat destinasi pariwisata halal juga layak untuk diapresiasi. Namun penting untuk dipikirkan bahwa pengembangan pariwisata halal tidak hanya semata dengan melakukan promosi secara masif saja guna mengejar posisi tertentu di skala global, tapi juga harus didukung dengan regulasi yang kuat sebagai landasan dalam melangkah. Dari sisi regulasi, pariwisata halal di Indonesia tergolong lemah karena tidak aturan yang mengaturnya secara spesifik baik dalam bentuk Undang-Undang maupun Peraturan Menteri. Hingga saat ini aktivitas wisata halal berdasarkan pada Undang-Undang No. 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan.

UU ini mengatur tentang kepariwisataan secara umum, dan tidak mengatur pariwisata halal. Menurut UU tersebut, pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah dan Pemerintah Daerah. (Pasal 1 butir 3). Usaha pariwisata mencakup banyak sektor, antara lain jasa transportasi wisata, jasa perjalanan wisata, jasa makanan dan minuman, penyelenggaraan kegiatan hiburan dan rekreasi; penyelenggaraan pertemuan, perjalanan insentif, konferensi, dan pameran, spa dan lain-lain. (Pasal 14).

Meskipun dalam pasal di atas kata pariwisata halal tidak disebutkan secara eksplisit, namun apabila diamati kata “berbagai macam kegiatan wisata” dalam definisi pariwisata tersebut mengindikasikan dibolehkannya melakukan kegiatan pariwisata berdasarkan kepada prinsip-prinsip syariah. Kegiatan usaha pariwisata halal mempunyai karakteristik yang berbeda dengan kegiatan usaha pariwisata pada umumnya. Kegiatan usaha pariwisata halal merupakan konsep yang mengintegrasikan nilai-nilai syariah ke dalam kegiatan pariwisata dengan menyediakan berbagai fasilitas dan pelayanan yang sesuai dengan ketentuan syariah. Dalam memfasilitasi dan mendukung kegiatan usaha pariwisata halal tersebut, maka Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif mengeluarkan Peraturan Menteri Nomor 2 Tahun 2014 tentang Pedoman Penyelenggaraan Usaha Hotel Syariah.

Peraturan Menteri ini dikeluarkan berdasarkan Nota Kesepahaman antara Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dengan Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) Nomor NK.11/KS.001/W.PEK/2012, dan Nomor B-459/DSN-MUI/XII/2012 tentang Pengembangan dan Sosialisasi Pariwisata Syariah. Secara umum Peraturan Menteri di atas memberikan pedoman dan standarisasi penyelenggaraan usaha hotel syariah. Namun, pada tahun 2016, Peraturan Menteri No. 2 Tahun 2014 tentang Pedoman Penyelenggaraan Usaha Hotel Syariah tersebut dicabut dengan Peraturan Menteri Pariwisata Nomor 11 Tahun 2016 karena dianggap sudah tidak sesuai lagi dengan tuntutan dan perkembangan kepariwisataan saat ini.

Menteri Pariwisata juga telah menyusun Peraturan Nomor 1 Tahun 2016 tentang Penyelenggaraan Sertifikasi Usaha Pariwisata. Peraturan ini mengatur mengenai sertifikasi usaha pariwisata halal. Namun Pasal mengenai sertifikasi usaha pariwisata halal dalam peraturan tersebut juga dicabut dengan dikeluarkannya Peraturan Menteri Pariwisata Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Peraturan Menteri Pariwisata Nomor 1 Tahun 2016 tentang Penyelenggaraan Sertifikasi Usaha Pariwisata.

Adanya pencabutan beberapa peraturan Menteri di atas praktis tidak ada lagi peraturan yang mengatur pariwisata halal. Tentu hal ini membuat bingung para pelaku pariwisata halal ketika akan menjalankan usahanya karena tidak ada pedoman yang harus diikuti. Pernah satu waktu di salah satu provinsi, ketika pemerintah daerahnya ingin menjalankan usaha hotel syariah tidak jadi dilakukan karena tidak ada pedoman yang bisa diikuti lagi berhubung Peraturan Menteri sudah dicabut. Adanya beberapa travel yang mengklaim memiliki fasilitas hotel

syariah hanyalah merupakan pengklaiman sepihak saja (*self-claim*) tanpa sertifikasi yang jelas.

Tahun 2016, Dewan Syariah Indonesia Majelis Ulama Indonesia DSN-MUI mengeluarkan Fatwa Nomor 108/DSN-MUI/X/2016 tentang Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata Berdasarkan Syariah. Aspek pariwisata yang diatur di dalamnya antara lain: hotel, spa, sauna, dan massage, objek wisata, dan biro perjalanan. Namun demikian fatwa tersebut tidak akan berlaku secara efektif apabila tidak dpositifkan ke dalam bentuk peraturan menteri pariwisata. Oleh sebab itu, pemerintah diharapkan untuk segera membuat standar peraturan terkait dengan hotel, spa, sauna dan message, objek wisata dan biro perjalanan berdasarkan fatwa DSN-MUI tersebut.<sup>1</sup>

## METODOLOGI PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif guna menjelaskan secara rinci mengenai latar belakang hingga operasionalisasi kebijakan strategi pemasaran wisata halal di lapangan. Untuk menjelaskan fenomena tersebut, penelitian ini menggunakan teori Competitive Advantage of Nations yang dicetuskan oleh Michael Porter. Penelitian jenis kualitatif sendiri, tergolong jenis penelitian yang baru dimana hal tersebut berlandaskan pada faham post-positivistik yang mempercayai adanya maksud dibalik hal yang tidak terlihat.<sup>2</sup> Sedangkan penelitian kualitatif deskriptif ditujukan untuk mendeskripsikan fenomena nasional maupun tingkat internasional yang dinamis dan bersifat egaliter.

### Sumber Data

Sumber data yang dihimpun dalam penulisan ini terdiri dari dua sumber, yaitu:

Data primer merupakan data yang didapat dari sumber pertama baik dari individu atau perseorangan seperti hasil dari wawancara atau hasil pengisian kuisioner. Sumber ini adalah sumber pokok yang yang dijadikan rujukan utama dalam penelitian ini. Data-data dan sumber data primer ini dihimpun dari berbagai literasi yang berisi materi dan teori yang mendukung masalah yang akan diteliti. Data sekunder merupakan data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan

---

<sup>1</sup>Abdul Rasyid, *Urgensi Regulasi Pariwisata Halal*, Di Uploead pada 30 Desember 2018. <https://business-law.binus.ac.id/2018/12/30/urgensi-regulasi-pariwisata-halal/>. Diakses 02 Desember 2019 Pukul 12:48 WIB

<sup>2</sup>Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*, (Bandung:Alfabeta, 2010), 7.

baik oleh pihak pengumpul data primer atau oleh pihak-pihak lain misalnya dalam bentuk tabel-tabel atau diagram.<sup>3</sup>

### **Teknik Pengolahan Data**

Teknik pengumpulan data yang dikenal adalah studi kepustakaan; pengamatan (*observasi*), wawancara (*interview*), dan daftar pertanyaan (kuesioner). Sesuai dengan sumber data seperti yang dijelaskan di atas, maka dalam penelitian ini pengumpulan data dilakukan dengan cara studi kepustakaan dengan mencari, mengumpulkan serta mengkaji kebijakan-kebijakan wisata halal di Indonesia baik dalam bentuk peraturan perundang-undangan, rancangan undang-undang, hasil penelitian, jurnal ilmiah, artikel ilmiah, dan makalah seminar yang berhubungan dengan politik ekonomi Islam.

## **PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN**

### **Tinjauan Umum Tentang Pariwisata Syariah**

Dalam KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia), Pariwisata adalah yang berhubungan dengan perjalanan untuk rekreasi; pelancongan.<sup>4</sup> Menurut Undang-undang Nomor 10 tahun 2009 tentang Kepariwisata, Bab I disebutkan bahwa wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara. Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah.<sup>5</sup>

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

---

<sup>3</sup> Husein Umar, *Metode Penelitian untuk Penelitian dan Tesis Bisnis*, (Jakarta : PT. Rajagrafindo Persada, 1998), hlm. 41.

<sup>4</sup> KBBI Online. <https://kbbi.web.id/pariwisata> diakses Diakses 02 Desember 2019 Pukul 13:06 WIB

<sup>5</sup> Undang-Undang Nomor 10. Tahun 2009 Tentang Kepariwisata

syariah mulai diperkenalkan sejak tahun 2000 dari pembahasan pertemuan OKI (Organisasi Konferensi Islam). Pariwisata syariah merupakan suatu permintaan wisata yang didasarkan pada gaya hidup wisatawan muslim selama liburan. Selain itu, pariwisata syariah merupakan pariwisata yang fleksibel, rasional, sederhana dan seimbang. Pariwisata ini bertujuan agar wisatawan termotivasi untuk mendapatkan kebahagiaan dan berkah dari Allah SWT.

Ketentuan hotel syariah ini diatur dalam Fatwa DSN-MUI No. 108/DSN-MUI/X/2016 Tentang Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata Berdasarkan Prinsip Syariah sebagai berikut:<sup>6</sup>

- a. Hotel syariah tidak boleh menyediakan fasilitas akses pornografi dan tindakan asusila;
- b. Hotel syariah tidak boleh menyediakan fasilitas hiburan yang mengarah pada kemusyrikan, maksiat, pornografi dan atau tindak asusila;
- c. Makanan dan minuman yang disediakan hotel syariah wajib telah mendapat sertifikat halal dari MUI;
- d. Menyediakan fasilitas, peralatan dan sarana yang memadai untuk pelaksanaan ibadah, termasuk fasilitas bersuci;
- e. Pengelola dan karyawan/karyawati hotel wajib mengenakan pakaian yang sesuai dengan syariah;
- f. Hotel syariah wajib memiliki pedoman dan atau panduan mengenai prosedur pelayanan hotel guna menjamin terselenggaranya pelayanan hotel yang sesuai dengan prinsip syariah;
- g. Hotel syariah wajib menggunakan jasa Lembaga Keuangan Syariah dalam melakukan pelayanan.

Sebagaimana dikatakan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf), Pariwisata syariah adalah kegiatan yang didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat, pengusaha, pemerintah pusat, dan pemerintah daerah yang memenuhi serta tidak menyimpang dengan ketentuan syariah. Pariwisata syariah memiliki karakteristik produk dan jasa yang universal, keberadaannya dapat dimanfaatkan oleh banyak orang. Produk dan jasa wisata, objek wisata, dan tujuan wisata dalam pariwisata syariah adalah sama dengan produk, jasa, objek dan tujuan pariwisata pada umumnya selama tidak

---

<sup>6</sup> Fatwa DSN-MUI No. 108/DSN-MUI/X/2016 Tentang Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata Berdasarkan Prinsip Syariah

bertentangan dengan nilai-nilai dan etika syariah. Jadi, tidak terbatas hanya pada wisata religi.<sup>7</sup>

Menurut Ma'ruf Amin<sup>8</sup>, Ketua MUI menegaskan bahwa bagi turis muslim, wisata syariah adalah bagian dari dakwah. Bagi turis yang non-muslim, wisata syariah dengan produk halal ini adalah jaminan sehat sertifikasi halal MUI sudah melewati Badan Pengawas Obat dan Makanan (BPOM) jadi pasti dijamin sehat dan bersih. Yang muslim tak perlu khawatir akan kehalalannya, yang non-muslim bisa yakin bahwa makanan ini pasti bersih.

Sofyan definisi berpendapat bahwa wisata syariah lebih luas dari wisata religi yaitu wisata yang didasarkan pada nilai-nilai syariah Islam. Seperti yang dianjurkan oleh *World Tourism Organization* (WTO), wisata syariah sangat mengedepankan produk-produk halal dan aman untuk dikonsumsi turis muslim. Namun, bukan berarti turis nonmuslim tidak bisa menikmati wisata halal dan kearifan lokal.<sup>9</sup>

Sedangkan Pariwisata syariah menurut Tohir Bawazir<sup>10</sup> yaitu wisata yang prosesnya sejalan dengan prinsip-prinsip nilai syariah Islam, baik dimulai dari niatnya semata-mata untuk ibadah dan mengagumi ciptaan Allah, selama dalam perjalanannya tidak meninggalkan ibadah dan setelah sampai tujuan wisata, tidak mengarah ke hal-hal yang bertentangan dengan syariah, makan dan minum yang halal dan thayyiban, hingga kepulangannya pun dapat menambah rasa syukur kita kepada Allah SWT.

Pendapat dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dan Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia pariwisata syariah memiliki standar kriteria sebagai berikut:<sup>11</sup>

1. Berorientasi pada kemaslahatan umum
2. Berorientasi pada pencerahan, penyegaran dan ketenangan
3. Menghindari kemusyrikan dan khurofat

---

<sup>7</sup> Kementerian Pariwisata, Kemenparekraf promosikan Indonesia sebagai destinasi pariwisata syariah dunia. 20 Desember 2012, dalam <http://www.kemenpar.go.id/post/kemenparekraf-promosikan-indonesia-sebagai-destinasi-pariwisata-syariah-dunia> diakses 12 November 2019 Pukul 13.01 WIB

<sup>8</sup> Tohir Bawazir, *Panduan Praktis Wisata Syariah*. (Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2013), hal. 21-22

<sup>9</sup> Riyanto Sofyan, *Prospek Bisnis Pariwisata Syariah*, (Jakarta: Republika, 2012), hal 12

<sup>10</sup> Tohir Bawazir, *Panduan Praktis Wisata Syariah*. hal. 22

<sup>11</sup> Maulana Hamzah dan Yudi Yudiana, *Analisis Komparatif Potensi Industri Halal dalam Wisata Syariah dengan Konvensional*, di Uploud pada 09 Februari 2015. Dalam [Http://catatan-ek18.blogspot.com/2015/02/analisis-komparatif-potensi-industri.html](http://catatan-ek18.blogspot.com/2015/02/analisis-komparatif-potensi-industri.html) diakses 02 November 2019 pukul 13: 11 WIB.

4. Menghindari maksiat, seperti zina, pornografi, pornoaksi, minuman keras, narkoba dan judi.
5. Menjaga perilaku, etika dan nilai luhur kemanusiaan seperti tidak bersikap hedonis dan asusila
6. Menjaga amanah, keamanan dan kenyamanan
7. Bersifat universal dan inklusif
8. Menjaga kelestarian lingkungan
9. Menghormati nilai-nilai sosial budaya dan kearifan

Menurut *Global Muslim Travel Index* (GMTI) berikut ini merupakan 3 tema penilaian GMTI 2016 tentang wisata syariah yaitu diantaranya Destinasi yang aman dan ramah untuk aktifitas liburan keluarga, Destinasi wisata yang ramah keluarga, Keamanan secara umum maupun khusus untuk wisatawan muslim, Fasilitas dan pelayanan yang ramah muslim, Pilihan dan jaminan kehalalan makanan, Fasilitas sholat, Pilihan akomodasi, Pemasaran dan kesadaran destinasi tentang wisata syariah, Kemudahan berkomunikasi, Kesadaran tentang kebutuhan wisatawan muslim dan usaha untuk memenuhinya Transportasi Udara, Persyaratan Visa.<sup>12</sup>

Adanya nilai-nilai Islam yang melekat tersebut menjadikan para wisatawan dalam melakukan kegiatan wisata di samping 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.<sup>13</sup>

#### **Undang-Undang No. 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal**

Halal adalah terminologi dalam hukum Islam, yang secara harfiah berarti diperbolehkan, bahwa seseorang boleh melakukan suatu kegiatan atau objek tertentu yang lazimnya dipakai seperti menunjukkan pada makanan atau minuman yang halal dikonsumsi masyarakat. Halal sering dilawankan dengan Haram, yaitu segala objek atau kegiatan yang dilarang menurut syariat Islam. Sebagai terminologi hukum Islam, maka istilah dan pengertian Halal berada dalam lingkup hukum Islam atau syariat Islam yang menjadi pedoman dan atau tuntutan bagi umat Islam khususnya dalam mengonsumsi makanan dan minuman.

---

<sup>12</sup> Global Muslim Travel Index (GMTI), 2017. <https://www.crescentrating.com/reports/mastercard-crescentrating-global-muslim-travel-index-gmti-2017.html> Diakses 02 Desember 2019

<sup>13</sup> Ahmad Al-Mursi Husain Jauhar, *Maqasid Syariah Fii Al-Islam (Maqasid Syariah)*, terj. Khikmawati, (Jakarta: Amzah, 2013), Mukadimah hal. xiii

Beberapa sumber hukum yang mengatur keharusan mengonsumsi produk yang halal antara lain yang dimuat dalam :

*Hai sekalian manusia, makanlah yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi, dan janganlah kamu mengikuti langkah-langkah syaitan; karena sesungguhnya syaitan itu adalah musuh yang nyata bagimu (Al-baqarah Ayat 168).*

*Dan makanlah makanan yang halal lagi baik dari apa yang Allah telah rezekikan kepadamu, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya.(Surat Al-Ma'idah Ayat 88).*

Kedua dasar hukum tersebut menitik beratkan pada kehalalan makanan dan minuman sebagai objek konsumsi manusia yang dibolehkan menurut syariat serta menghindari makanan dan minuman yang diharamkan. Doktrin halalan thayyiban (halal dan baik) sangat perlu untuk diinformasikan dan diformulasikan secara efektif dan operasional kepada masyarakat disertai dengan tercukupinya sarana dan prasarana. Salah satu sarana penting untuk mengawal doktrin halalan thayyiban adalah dengan hadirnya Undang-Undang No. 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal (UUJPH).<sup>14</sup>

Undang-undang Jaminan Produk Halal adalah sebuah undang-undang yang berlaku untuk setiap orang yang melakukan perbuatan hukum sebagaimana diatur dalam undang-undang ini, baik yang berada diwilayah hukum Indonesia maupun diluar wilayah hukum Indonesia, yang memiliki akibat hukum di Indonesia maupun diluar Indonesia dan merugikan kepentingan Indonesia.<sup>15</sup>

Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal ini mengatur salah satunya hak dan kewajiban Pelaku Usaha dengan memberikan pengecualian terhadap Pelaku Usaha yang memproduksi produk dari bahan yang berasal dari bahan yang diharamkan dengan kewajiban mencantumkan secara tegas keterangan tidak halal pada kemasan produk atau pada bagian tertentu dari produk yang mudah dilihat, dibaca, tidak mudah terhapus, dan merupakan bagian yang tidak terpisahkan dari Produk. Di samping itu, untuk menjamin penegakan hukum terhadap pelanggaran undang-undang ini, ditetapkan sanksi administratif dan sanksi pidana.

---

<sup>14</sup> Undang-Undang No. 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal (UUJPH).

<sup>15</sup> Undang-undang Jaminan Produk Halal Nomor 33 Tahun 2014, (t.p, Sinar Grafika, 2015), hal 3.

Kebutuhan terhadap kehalalan produk pangan, merupakan hal yang pasti bagi umat Islam karena mengonsumsi yang halal merupakan hak dasar setiap muslim dan implikasi kewajiban syariat.<sup>30</sup> Ketersediaan pangan yang cukup, aman, bergizi, bervariasi sesuai dengan daya beli masyarakat serta tidak bertentangan dengan nilai-nilai agama, budaya maupun keyakinan adalah hak warga negara yang dijamin oleh Undang-Undang Dasar 1945 (UUD 1945) dan Undang-Undang Perlindungan Konsumen Nomor 8 Tahun 1999. Hal ini juga merupakan bentuk upaya pemerintah dalam melindungi hak-hak warga negara sebagaimana telah tercantum dalam pembukaan UUD 1945 alinea ke-empat yakni Negara Indonesia melindungi segenap bangsa Indonesia dan seluruh tumpah darah Indonesia.<sup>16</sup>

Beberapa faktor yang mendasari pentingnya UUJPH antara lain, pertama, berbagai peraturan perundang-undangan yang telah ada yang mengatur atau yang berkaitan dengan produk halal belum memberikan kepastian hukum dan jaminan hukum bagi konsumen untuk dapat mengonsumsi produk halal. Sehingga masyarakat mengalami kesulitan dalam membedakan antara produk yang halal dan haram. Selain itu pengaturan produknya masih sangat terbatas hanya soal pangan belum mencakup obat-obatan, kosmetik, produk kimia biologis dan rekayasa genetik. Kedua, tidak ada kepastian hukum kepada institusi mana keterlibatan negara secara jelas di dalam jaminan produk halal. Sistem yang ada belum secara jelas memberikan kepastian wewenang, tugas dan fungsi dalam kaitan implementasi JPH, termasuk koordinasinya. Ketiga, peredaran dan produk di pasar domestik makin sulit dikontrol akibat meningkatnya teknologi pangan, rekayasa teknologi, bioteknologi dan proses kimia biologis. Keempat, produk halal Indonesia belum memiliki standar dan tanda halal resmi (standar halal nasional) yang ditetapkan oleh pemerintah sebagaimana di Singapura, Amerika Serikat, dan Malaysia. Kelima, sistem informasi produk halal belum sesuai dengan tingkat pengetahuan dan kebutuhan masyarakat tentang produk-produk yang halal.<sup>17</sup>

#### **Substansi Hukum Jaminan Produk Halal**

UU No. 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal yang dirinci atas XI Bab dan 68 Pasal adalah ketentuan peraturan perundangan yang bertujuan untuk menjamin setiap pemeluk agama beribadah dan menjalankan ajaran agamanya, memberikan perlindungan dan jaminan tentang kehalalan Produk yang dikonsumsi

---

<sup>16</sup> Amirsyah Tambunan, "Hak Konsumen dalam Perspektif UU No. 8 Tahun 1999" *Jurnal Halal*, No. 101, Th. XVI, (Jakarta: LPPOM MUI, 2013), hal. 6

<sup>17</sup> Sofyan Hasan, *Sertifikasi Halal dalam Hukum Positif, Regulasi dan Implementasinya di Indonesia*, (Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2014), hal. 351

dan digunakan masyarakat sesuai dengan asas perlindungan, keadilan, kepastian hukum, akuntabilitas dan transparansi, efektivitas dan efisiensi, serta profesionalitas. Selain itu, penyelenggaraan sistem produk halal bertujuan memberikan kenyamanan, keamanan, keselamatan, dan kepastian ketersediaan Produk Halal bagi masyarakat dalam mengonsumsi dan menggunakan Produk, serta meningkatkan nilai tambah bagi Pelaku Usaha untuk memproduksi dan menjual Produk Halal.<sup>18</sup>

Sudah termaktub dalam penjelasan atas UU No. 33 Tahun 2014 dalam Bab I pasal 2 yaitu:<sup>19</sup>

a. Yang di maksud dengan asas “perlindungan” adalah bahwa dalam menyelenggarakan JPH bertujuan melindungi masyarakat muslim.

b. Yang dimaksud dengan asas “keadilan” adalah bahwa dalam penyelenggaraan JPH harus mencerminkan keadilan secara proporsional bagi setiap warga negara.

c. Yang dimaksud dengan asas “kepastian hukum” adalah bahwa penyelenggaraan JPH bertujuan memberikan kepastian hukum mengenai kehalalan suatu Produk yang dibuktikan dengan Sertifikat Halal.

d. Yang dimaksud dengan asas “akuntabilitas dan transparansi” adalah bahwa setiap kegiatan dan hasil akhir dari kegiatan penyelenggaraan JPH harus dapat dipertanggungjawabkan kepada masyarakat sebagai pemegang kedaulatan tertinggi negara sesuai dengan ketentuan peraturan perundang-undangan.

e. Yang dimaksud dengan asas “efektivitas dan efisiensi” adalah bahwa penyelenggaraan JPH dilakukan dengan berorientasi pada tujuan yang tepat guna dan berdaya guna serta meminimalisasi penggunaan sumber daya yang dilakukan dengan cara cepat, sederhana, dan biaya ringan atau terjangkau.

f. Yang dimaksud dengan asas “profesionalitas” adalah bahwa penyelenggaraan JPH dilakukan dengan mengutamakan keahlian yang berdasarkan kompetensi dan kode etik.

Terhadap pelaku usaha yang memproduksi produk dari bahan yang berasal dari bahan yang diharamkan dikecualikan dari mengajukan permohonan Sertifikat Halal. Pelaku Usaha semacam ini wajib mencantumkan keterangan tidak halal pada produk.

---

<sup>18</sup> Abdurrahman Konoras, *Jaminan Produk Halal*, hal. 64

<sup>19</sup> Undang-undang Jaminan Produk Halal., hal. 30

### **Fatwa DSN-MUI No. 108/DSN-MUI/X/2016 Tentang Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata Berdasarkan Prinsip Syariah**

Ada beberapa perkara yang melatarbelakangi lahirnya fatwa DSN-MUI Nomor 108/DSNMUI/X/2016 yaitu; Pertama, semakin berkembangnya sektor pariwisata halal di dunia termasuk di Indonesia, sehingga memerlukan pedoman penyelenggaraan pariwisata berdasarkan prinsip syariah; Dan kedua, belum adanya ketentuan hukum mengenai pedoman penyelenggaraan pariwisata berdasarkan prinsip syariah belum diatur dalam fatwa DSN-MUI.

Alasan pertama yang disampaikan DSN-MUI pada fatwa ini tidaklah tanpa alasan, karena saat ini terdapat tujuh sektor ekonomi Islam yang tengah meningkat secara signifikan, diantara tujuh sektor tersebut yang banyak mengalami pertumbuhan dan menjadi perhatian banyak kalangan adalah pariwisata halal. Dalam hal ini pariwisata halal terus mengalami perkembangan yang signifikan dibandingkan dengan pariwisata konvensional yang ada. Untuk alasan kedua, terbitnya fatwa ini ialah karena tidak adanya aturan mengenai pengembangan pariwisata halal di Indonesia pasca dicabutnya Peraturan Menteri tentang Pedoman Penyelenggaraan Usaha Hotel Syariah melalui Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Nomor 2 Tahun 2014. Dengan demikian, regulasi yang mengatur tentang pariwisata halal perlu untuk dibuat, sehingga pelaksanaannya dapat mengacu pada suatu aturan/regulasi yang jelas.

Fatwa 08/DSN-MUI/X/2016 mengatur tentang keseluruhan tentang kegiatan pariwisata syariah, dari ketentuan akad (perjanjian) yang dilakukan, ketentuan hotel, destinasi wisata, SPA, Sauna, Massage, Biro perjalanan, maupun ketentuan mengenai pemandu wisatanya. Pada ketentuan umum yang terdapat pada fatwa ini dijelaskan mengenai istilah-istilah yang berkaitan dengan industri pariwisata berdasarkan perspektif DSN-MUI, adapun beberapa istilah tersebut adalah sebagai berikut :

1. Wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara;
2. Wisata Syariah adalah wisata yang sesuai dengan prinsip syariah;
3. Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah;
4. Pariwisata Syariah adalah pariwisata yang sesuai dengan prinsip syariah;

5. Destinasi Wisata Syariah adalah kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang di dalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas ibadah dan umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan yang sesuai dengan prinsip syariah;
6. Wisatawan adalah orang yang melakukan wisata;
7. Biro Perjalanan Wisata Syariah (BPWS) adalah kegiatan usaha yang bersifat komersial yang mengatur, dan menyediakan pelayanan bagi seseorang atau sekelompok orang, untuk melakukan perjalanan dengan tujuan utama berwisata yang sesuai dengan prinsip syariah;<sup>20</sup>
8. Pemandu Wisata adalah orang yang memandu dalam pariwisata syariah;
9. Pengusaha Pariwisata adalah orang atau sekelompok orang yang melakukan kegiatan usaha pariwisata;
10. Usaha Hotel Syariah adalah penyediaan akomodasi berupa kamar-kamar di dalam suatu bangunan yang dapat dilengkapi dengan jasa pelayanan makan dan minum, kegiatan hiburan dan atau fasilitas lainnya secara harian dengan tujuan memperoleh keuntungan yang dijalankan sesuai prinsip syariah;
11. Kriteria Usaha Hotel Syariah adalah rumusan kualifikasi dan atau klasifikasi yang mencakup aspek produk, pelayanan, dan pengelolaan;
12. Terapis adalah pihak yang melakukan spa, sauna, dan/atau massage;
13. Akad ijarah adalah akad penindahan hak guna (manfaat) atas suatu barang atau jasa dalam waktu tertentu dengan pembayaran atau upah;
14. Akad wakalah bil ujah adalah akad pemberian kuasa yang disertai dengan ujah dari hotel syariah kepada BPWS untuk melakukan pemasaran.
15. Akad ju'alah adalah janji atau komitmen (iltizam) perusahaan untuk memberikan imbalan (reward/'iwadh/ju'l) tertentu kepada pekerja ('amil) atas pencapaian hasil (prestasi/natijah) yang ditentukan dari suatu pekerjaan (obyek akad ju'alah).

Dalam Fatwa ini dijelaskan bahwa segala bentuk penyelenggaraan pariwisata berdasarkan prinsip syariah boleh dilakukan dengan syarat mengikuti ketentuan yang terdapat dalam fatwa ini. Adapun Prinsip Umum Penyelenggaraan Pariwisata Syariah Penyelenggaraan wisata wajib:

1. Terhindar dari kemusyrikan, kemaksiatan, kemafsadatan, tabdz ir/israf, dan kemunkaran ;

---

<sup>20</sup> Fatwa Dewan Syariah Nasional-Majelis Ulama Indonesia No: 108/DSN-MUI/X/2016 Tentang Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata Berdasarkan Prinsip Syariah, hal. 4

2. Menciptakan kemaslahatan dan kemanfaatan baik secara material maupun spiritual

Ketentuan terkait Para Pihak dan Akad Pihak-pihak yang Berakad Pihak-pihak dalam penyelenggaraan Pariwisata Syariah adalah:

- a. Wisatawan;
- b. Biro Perjalanan Wisata Syariah (BPWS);
- c. Pengusaha Pariwisata;
- d. Hotel syariah;
- e. Pemandu Wisata;
- f. Terapis.

#### **Akad antar Pihak**

Adapun akad diantaranya :

- a. Akad antara Wisatawan dengan BPWS adalah akad ijarah;
- b. Akad antara BPWS dengan Pemandu Wisata adalah akad ijarah atau ju'alah;
- c. Akad antara Wisatawan dengan Pengusaha Pariwisata adalah ijarah;
- d. Akad antara hotel syariah dengan wisatawan adalah akad ijarah;
- e. Akad antara hotel syariah dengan BPWS untuk pemasaran adalah akad wakalah bil ujah;
- f. Akad antara Wisatawan dengan Terapis adalah akad ijarah;
- g. Akad untuk penyelenggaraan asuransi wisata, penyimpanan dan pengelolaan serta pengembangan dana pariwisata wajib menggunakan akad-akad yang sesuai fatwa dengan DSNMUI dan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

#### **Ketentuan terkait Hotel Syariah**

- a. Hotel syariah tidak boleh menyediakan fasilitas akses pornografi dan tindakan asusila;
- b. Hotel syariah tidak boleh menyediakan fasilitas hiburan yang mengarah pada kemusyrikan, maksiat, pornografi danlatau tindak asusila;
- c. Makanan dan minuman yang disediakan hotel syariah wajib telah mendapat sertifikat halal dari MUI;
- d. Menyediakan fasilitas, peralatan dan sarana yang memadai untuk pelaksanaan ibadah, termasuk fasilitas bersuci;
- e. Pengelola dan karyawan/karyawati hotel wajib rnengenakan pakaian yang sesuai dengan syariah;

- f. Hotel syariah wajib memiliki pedoman dan latakau panduan mengenai prosedur pelayanan hotel guna menjamin terselenggaranya pelayanan hotel yang sesuai dengan prinsip syariah;
- g. Hotel syariah wajib menggunakan jasa Lembaga Keuangan Syariah dalam melakukan pelayanan

**Ketentuan terkait Wisatawan**

- a. Berpegang teguh pada prinsip-prinsip syariah dengan menghindarkan diri dari syirik, maksiat, munkar, dan kerusakan (fasad);
- b. Menjaga kewajiban ibadah selama berwisata;
- c. Menjaga akhlak mulia;
- d. Menghindari destinasi wisata yang bertentangan dengan prinsip-prinsip syariah.

**Ketentuan Destinasi Wisata**

Destinasi wisata wajib diarahkan pada ikhtiar untuk:

- a. Mewujudkan kemaslahatan umum;
- b. Pencerahan, penyegaran dan penenangan;
- c. Memelihara amanah, keamanan dan kenyamanan;
- d. Mewujudkan kebaikan yang bersifat universal dan inklusif;
- e. Memelihara kebersihan, kelestarian alam, sanitasi, dan lingkungan;
- f. Menghormati nilai-nilai sosial-budaya dan kearifan lokal yang tidak melanggar prinsip syariah.

**Destinasi wisata wajib memiliki:**

- a. Fasilitas ibadah yang layak pakai, mudah dijangkau dan memenuhi persyaratan syariah;
- b. Makanan dan minuman halal yang terjamin kehalalannya dengan Sertifikat Halal MUI
- c. Destinasi wisata wajib terhindar dari:
- d. Kernusyrikan dan khurafat;
- e. Maksiat, zina, pornografi, pornoaksi, minuman keras, narkoba dan judi;
- f. Pertunjukan seni dan budaya sefta atraksi yang bertentangan prinsip-prinsip syariah.

**Ketentuan Spa, Sauna dan Mussage**

- a. Spa, sauna, dan massage yang dilakukan wajib memenuhi ketentuan berikut: Menggunakan bahan yang halal dan tidak najis yang terjamin kehalalannya dengan Seftifikat Halal MUI;
- b. Terhindar dari pornoaksi dan pornografi;
- c. Terjaganya kehormatan wisatawan;
- d. Terapis laki-laki hanya boleh rnelakukan spa, sauna, dan massage kepada wisatawan laki-laki; dan terapis wanita hanya boleh melakukan spa, sauna, dan massage kepada wisatawan wanita;
- e. Tersedia sarana yang memudahkan untuk melakukan ibadah.

**Ketentuan terkait Biro Perjalanan Wisata Syariah**

Biro Perjalanan Wisata Syariah wajib memenuhi ketentuanketentuan berikut:

- a. Menyelenggarakan paket wisata yang sesuai dengan prinsipprinsip syariah;
- b. Memiliki daftar akomodasi dan destinasi wisata yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.
- c. Memiliki daftar penyedia makanan dan minuman halal yang memiliki Serlifikat Halal MUI.
- d. Menggunakan jasa Lembaga Keuangan Syariah dalam melakukan pelayanan jasa wisata, baik bank, asuransi, lembaga pembiayaan, lernbaga penjaminan, maupun dana pensiun;
- e. Mengelola dana dan investasinya wajib sesuai dengan prinsip syariah;
- f. Wajib memiliki panduan wisata yang dapat mencegah terjadinya tindakan syirik, khurafat, maksiat, zina, pornografi, pornoaksi, minuman keras, narkoba dan judi.

**Ketentuan terkait Pemandu Wisata Syariah**

Pemandu Wisata Syariah wajib memenuhi ketentuanketentuan berikut:

- a. Memahami dan mampu melaksanakan nilai-nilai syariah dalam menjalankan tugas; terutama yang berkaitan dengan fikih pariwisata;
- b. Berakhlak mulia, komunikatif, ramah, jujur dan bertanggungfawab;
- c. Memiliki kornpetensi kerja sesuai standar profesi yang berlaku yang dibuktikan dengan sertifikat;
- d. Berpenampilan sopan dan menarik sesuai dengan nilai dan prinsip-prinsip syariah

**Respon**

Respon berasal dari kata response, yang berarti balasan atau tanggapan (reaction). Respon adalah istilah psikologi yang digunakan untuk menamakan reaksi terhadap rangsang yang di terima oleh panca indra. Hal yang menunjang dan melatarbelakangi ukuran sebuah respon adalah sikap, persepsi, dan partisipasi. Respon pada prosesnya didahului sikap seseorang karena sikap merupakan kecendrungan atau kesediaan seseorang untuk bertingkah laku jika menghadapi suatu rangsangan tertentu. Jadi, berbicara mengenai respon atau tidak respon terlepas dari pembahasan sikap. Respon juga diartikan sebagai suatu tingkah laku atau sikap yang berwujud baik sebelum pemahaman yang mendetail, penelitian, pengaruh atau penolakan, suka atau tidak suka serta pemanfaatan pada suatu fenomena tertentu.

### Wisata Halal

Secara harfiah wisata berasal dari bahasa Sanskerta yang berarti perjalanan berpergian. Dari pengertian ini wisata berarti perjalanan yang dilakukan dari suatu tempat yang ingin dikunjungi, yang menurut Bahasa Inggris di sebut Tour. Dalam Bahasa Arab, perjalanan wisata atau pariwisata sering diistilahkan dengan kata *as-siyahah* yang diambil dari ungkapan *saaha al-maa'* (air mengalir, mencair, meleleh). Ungkapan tersebut digunakan menyebut air yang mengalir dan berjalan di atas permukaan tanah, kemudian digunakan untuk konteks manusia yang berarti berpergian di atas permukaan bumi dalam rangka beribadah, meningkatkan kesalehan atau tanpa tujuan apapun.<sup>21</sup>

Dengan demikian, *as-siyahah* identik dengan melancong. Wisatawan muslim merupakan segmen baru yang sedang berkembang pesat dalam industri pariwisata. Menjelajahi dunia seperti wisatawan lain dengan tidak mengorbankan kebutuhan dasar mereka berupa pemenuhan makanan halal dan kemudahan pelaksanaan ibadahnya berupa shalat. Jadi, secara umum<sup>22</sup> pariwisata syari'ah dan pariwisata konvensional tidak beda, hanya kebutuhan terhadap paket wisata, akomodasi, makanan dan minuman memenuhi ketentuan nilai-nilai Islam dimana hal ini dapat juga dinikmati oleh semua kalangan karena secara *generic* tidak berbeda. Istilah wisata halal dalam literatur pada umumnya disamakan dengan beberapa istilah seperti *Islamic tourism, syari'ah tourism, halal travel, halal friendly tourism destination, Muslim-friendly travel destinations, halal lifestyle*, dan lain-lain. Dari sisi industri, wisata syariah merupakan suatu produk pelengkap dan tidak menghilangkan jenis pariwisata konvensional. Sebagai cara baru untuk

---

<sup>21</sup> Inu Kencana, *Pengantar Ilmu Pariwisata* (Jakarta: Mandar Maju, 2009), h. 15

<sup>22</sup> Fahad Salim Bahamman, **Panduan Wisatawan Muslim** (Jakarta: Pustaka AlKautsar, 2012), h. 6

mengembangkan pariwisata Indonesia yang menjunjung tinggi budaya dan nilai-nilai Islami tanpa menghilangkan keunikan dan orisinalitas daerah.

### **Strategi Pemasaran Wisata Halal**

Strategi Pemasaran Menurut Para Ahli Beberapa ahli pernah menjelaskan tentang definisi strategi marketing, diantaranya adalah Kotler dan Amstrong Menurut Kotler dan Amstrong (2008), pengertian strategi pemasaran adalah logika pemasaran dimana unit bisnis berharap untuk menciptakan nilai dan memperoleh keuntungan dari hubungannya dengan konsumen.

Kemudian menurut Kurtz Menurut Kurtz (2008), pengertian strategi pemasaran adalah keseluruhan program perusahaan dalam menentukan target pasar dan memuaskan konsumen dengan membangun kombinasi elemen dari marketing mix; produk, distribusi, promosi, dan harga.

Ada juga Philip Kotler Menurut Philip Kotler, mendefinisikan bahwa strategi pemasaran adalah suatu mindset pemasaran yang akan digunakan untuk mencapai tujuan pemasaran, dimana di dalamnya terdapat strategi rinci mengenai pasar sasaran, penetapan posisi, bauran pemasaran, dan budget untuk pemasaran.

Tjiptono Menurut Tjiptono, pengertian strategi pemasaran adalah alat fundamental yang dirancang untuk mencapai tujuan perusahaan dengan mengembangkan keunggulan daya saing yang berkesinambungan melewati pasar yang dimasuki, dan program pemasaran yang digunakan untuk melayani pasar target tersebut.

Stanton Menurut Stanton, pengertian strategi pemasaran adalah sesuatu yang melingkupi semua sistem yang memiliki hubungan dengan tujuan untuk merencanakan dan menentukan harga hingga mempromosikan dan menyalurkan produk (barang atau jasa) yang dapat memuaskan konsumen.

### **Fungsi Strategi Pemasaran**

Secara garis besar ada 4 fungsi strategi pemasaran, diantaranya untuk Meningkatkan Motivasi untuk Melihat Masa Depan Strategi pemasaran berupaya untuk memotivasi manajemen perusahaan agar berpikir dan melihat masa depan dengan cara yang berbeda. Hal ini sangat diperlukan untuk menjaga kelangsungan perusahaan di masa mendatang. Penting bagi perusahaan untuk mengikuti ritme pasar, namun terkadang perusahaan juga harus memiliki gebrakan dengan sesuatu yang baru.

Kedua Koordinasi Pemasaran yang Lebih Efektif Setiap perusahaan pasti memiliki strategi pemasarannya sendiri. Strategi pemasaran ini berfungsi untuk

mengatur arah jalannya perusahaan sehingga membentuk tim koordinasi yang lebih efektif dan tepat sasaran.

Ketiga Merumuskan Tujuan Perusahaan Para pelaku usaha tentunya ingin melihat dengan jelas apa tujuan perusahaan mereka. Dengan adanya strategi pemasaran maka pelaku usaha akan terbantu untuk membuat detail tujuan yang akan dicapai, baik jangka pendek maupun jangka panjang.

Kempat Pengawasan Kegiatan Pemasaran Dengan adanya strategi pemasaran maka perusahaan akan memiliki standar prestasi kerja para anggotanya. Dengan begitu, pengawasan kegiatan para anggota akan lebih mudah dipantau untuk mendapatkan mutu dan kualitas kerja yang efektif.

### **Tujuan Strategi Pemasaran**

Secara umum, setidaknya ada 4 tujuan strategi pemasaran, diantaranya adalah: Untuk meningkatkan kualitas koordinasi antar individu dalam tim pemasaran Sebagai alat ukur hasil pemasaran berdasarkan standar prestasi yang telah ditentukan Sebagai dasar logis dalam mengambil keputusan pemasaran Untuk meningkatkan kemampuan dalam beradaptasi bila terjadi perubahan dalam pemasaran.

Banyak para ahli dalam bidang marketing mengatakan bahwa kepuasan pelanggan adalah kunci utama dari konsep pemasaran dan marketing strategy. Dengan kata lain, setiap perusahaan memiliki cara tersendiri dalam melakukan proses marketing, sesuai karakteristik dan kesanggupan masing-masing. Pada dasarnya tujuan akhir dari marketing itu tetap akan bermuara pada tercapainya kepuasan konsumen. Berikut ini adalah 5 Konsep Strategi Pemasaran:

#### 1. Segmentasi

Pasar Setiap konsumen pasti memiliki kebutuhan dan kebiasaan yang berbeda. Perusahaan harus melakukan klasifikasi pasar yang sifatnya heterogen menjadi satuan-satuan pasar yang bersifat homogen.

#### 2. Market Positioning

Tidak ada perusahaan yang bisa menguasai seluruh pasar. Itulah alasannya mengapa perusahaan harus punya pola spesifik untuk mendapatkan posisi kuat dalam pasar, yaitu memilih segmen yang paling menguntungkan.

#### 3. Market Entry Strategy

Ini adalah strategi perusahaan untuk bisa masuk pada segmen pasar tertentu. Beberapa cara yang sering dilakukan adalah: Membeli Perusahaan Lain Internal Development Kerjasama Dengan Perusahaan Lain Marketing Mix Strategy Marketing Mix (baca: Pengertian Marketing Mix) adalah kumpulan dari beberapa variabel yang telah digunakan perusahaan untuk mempengaruhi tanggapan

konsumen. Beberapa variabel tersebut diantaranya; Product Price Place Promotion Participant Process People Physical Evidence 5. Timing Strategy Pemilihan waktu dalam melakukan pemasaran juga sangat penting untuk diperhatikan. Perusahaan perlu melakukan berbagai persiapan yang baik di bidang produksi, dan menentukan waktu yang tepat untuk mendistribusikan produk ke pasar.

#### **AIDA (*Attention, Interest, Desire, Action*)**

AIDA merupakan salah satu teori dasar yang banyak dipakai dalam dunia marketing sebagai tahapan yang harus diingat dalam proses penjualan sebuah produk atau jasa. Menurut model ini, alat promosi harus menarik perhatian, mendapatkan dan mendorong minat, membangkitkan keinginan, dan menghasilkan tindakan. Teori keputusan pembelian dalam model AIDA dijelaskan dalam empat tahap:

- a. Tahap Menaruh Perhatian (*Attention*) adalah tahapan dimana kita harus bisa membuat para konsumen sadar akan keberadaan produk kita. Baik promosi menggunakan iklan cetak, radio, TV, atau jaringan personal lainnya.
- b. Tahap Ketertarikan (*Interest*), setelah berhasil meraih perhatian konsumen, harus dilakukan follow up yang baik. Yaitu tahapan lebih dalam memberikan informasi produk, membujuk dan mampu memberikan alasan kenapa konsumen harus membeli produk yg kita tawarkan.
- c. Tahap Berhasrat/Berniat atau *Desire* adalah tahapan memberikan penawaran yang tidak dapat ditolak si kosumen, dimana agar timbul keinginan dan hasrat untuk membeli produk kita.
- d. Tahap Memutuskan untuk aksi beli (*Action*), tahapan dimana si konsumen agar mengambil tindakan untuk mulai membeli produk kita sekarang
- e. Tahap Satisfaction , yaitu tahapan akhir dimana konsumen merasa puas dengan produk kita dan akhirnya memutuskan untuk membeli produk kita lagi

Jadi proses AIDA bisa digambarkan sebagai proses: pengenalan produk-penciptaan ketertarikan terhadap produk -mengakibatkan timbulnya hasrat untuk membeli produk dan akhirnya pengambilan keputusan untuk membeli produk tersebut.

#### **DOT (*Destination, Origin, Time*)**

DOT merupakan salah satu teori Penunjang yang banyak dipakai dalam dunia marketing Pariwisata Wonderful Kepri sebagai tahapan yang harus diingat dalam proses penjualan sebuah produk Pariwisata. Menurut model ini, alat

promosi harus Melihat Tempat, keaslian dan waktu . Teori keputusan pembelian dalam model DOT dijelaskan dalam tiga tahap:

**Destination**, destinasi juga terdiri dari berbagai elemen-elemen. Di dalam membuat strategi terhadap sebuah destinasi terdapat beberapa faktor yang harus dianalisis. **Origin**, daerah Asal Wisatawan, **Time**, Waktu yang tepat untuk berwisata, **BAS**, *Branding, Advertising, Selling*, Formulasi Pemasaran Pariwisata Indonesia.

## SIMPULAN

Indonesia merupakan salah satu dan bahkan Negara yang terdiri dari beberapa kepulauan yang sudah harus mempromosikan pariwisata halal dengan menggunakan digital marketing. Pendekatan strategi promosi perlu ditingkatkan dengan menggunakan media promosi seperti iklan media Elektronik dan media cetak misalnya di negara tersebut, mengadakan kerjasama dengan agensi untuk membuat event di Indonesia dan mengundang travel agent dan travelling di kota tersebut untuk mengunjungi Indonesia. Pada Pasar Timur tengah tetap menarik bagi Indonesia karena mereka sangat berpotensi, mengapa hal ini tidak bisa dipungkiri, karena Indonesia memiliki potensi untuk membelanjakan kualitas yang tinggi yaitu dengan adanya wisata halal atau pariwisata berbasis syariah. Kemudian terkait strategi komunikasi pemasaran sebaiknya disesuaikan dengan karakteristik usia dan motivasi perjalanannya yang sebagian besar untuk bisnis perlu diaktifkan sebagai pemberi informasi, mengenai produk yang ditawarkan haruslah yang kompetible produk-produk yang diminati oleh para calon wisatawan, tidak hanya untuk kaum Timur tengah saja, akan tetapi diharapkan untuk para touris seluruh mancanegara melalui Teknologi E-marketing, Semua bisa melalui sarana website, social media, online advertising, email direct marketing, forum discussion, mobile applications dan lain sebagainya.

## REFERENSI

Undang Nomor 10. Tahun 2009 Tentang Kepariwisataaan

Undang-undang Jaminan Produk Halal.

Undang-undang Jaminan Produk Halal Nomor 33 Tahun 2014, (t.p, Sinar Grafika, 2015

Undang-Undang No. 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal (UUJPH).

Fatwa Dewan Syariah Nasioanal-Majelis Ulama Indonesia No: 108/DSN-MUI/X/2016 Tentang Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata Berdasarkan Prinsip Syariah.

- Fahad Salim Bahamman, *Panduan Wisatawan Muslim* (Jakarta: Pustaka AlKautsar, 2012).
- Riyanto Sofyan, *Prospek Bisnis Pariwisata Syariah*, (Jakarta: Republika, 2012)
- Sofyan Hasan, *Sertifikasi Halal dalam Hukum Positif, Regulasi dan Implementasinya di Indonesia*, (Yogyakarta: Aswaja Pressindo, 2014)
- Ahmad Al-Mursi Husain Jauhar, *Maqasid Syariah Fii Al-Islam* (Maqasid Syariah), terj. Khikmawati, (Jakarta: Amzah, 2013).
- Inu Kencana, *Pengantar Ilmu Pariwisata* (Jakarta: Mandar Maju, 2009)
- Tohir Bawazir, *Panduan Praktis Wisata Syariah*. (Jakarta: Pustaka Al-Kautsar, 2013).
- Tambunan, "Hak Konsumen dalam Perspektif UU No. 8 Tahun 1999" *Jurnal Halal*, No. 101, Th. XVI, (Jakarta: LPPOM MUI, 2013).
- Global Muslim Travel Index (GMTI), 2017.  
<https://www.crescentrating.com/reports/mastercard-crescentrating-global-muslim-travel-index-gmti-2017.html> Diakses 02 Desember 2019
- Kementerian Pariwisata, Kemenparekraf promosikan Indonesia sebagai destinasi pariwisata syariah dunia. 20 Desember 2012  
<http://www.kemenpar.go.id/post/kemenparekraf-promosikan-indonesia-sebagai-destinasi-pariwisata-syariah-dunia> diakses 12 November 2019 Pukul 13.01 WIB
- Maulana Hamzah dan Yudi Yudiana, *Analisis Komparatif Potensi Industri Halal dalam Wisata Syariah dengan Konvensional*, di Uploud pada 09 Februari 2015. Dalam [Http://catatan-ek18.blogspot.com/2015/02/analisis-komparatif-potensi-industri.html](http://catatan-ek18.blogspot.com/2015/02/analisis-komparatif-potensi-industri.html) diakses 02 November 2019 pukul 13: 11 WIB
- Abdul Rasyid, *Urgensi Regulasi Pariwisata Halal*, Di Uploead pada 30 Desember 2018. <https://business-law.binus.ac.id/2018/12/30/urgensi-regulasi-pariwisata-halal/>. Diakses 02 Desember 2019 Pukul 12:48 WIB
- KBBI Online. <https://kbbi.web.id/pariwisata> diakses Diakses 02 Desember 2019 Pukul 13:06 WIB