

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Sektor pariwisata menjadi faktor yang memberikan dampak besar pada pertumbuhan setiap negara, dimana dengan adanya sektor ini mampu membantu negara dan masyarakatnya dalam meningkatkan perekonomian. Indonesia sendiri menjadi salah satu negara yang memiliki beragam potensi dalam pariwisata. Perkembangan pariwisata di Indonesia mengalami peningkatan yang positif dimana mampu memberikan sumbangan untuk PDB, peningkatan devisa negara dan mampu menciptakan lapangan kerja yang luas untuk masyarakat. Dilansir dari data kementerian Indonesia kontribusi pariwisata terhadap PDB mengalami peningkatan dari tahun 2018 sebesar 4,5% menjadi 4,8% pada tahun 2019 (Pariwisata, 2019). Pariwisata pun menjadi industri yang memberikan sumber devisa yang terhitung besar dimana pada tahun 2018 mampu menyumbang sebesar 16,426 Miliar US\$ (BPS, Jumlah Devisa Sektor Pariwisata (Miliar US \$), 2016-2018, 2018). Alasan industri pariwisata mampu memberikan devisa yang besar bagi negara dikarenakan dalam industri pariwisata, banyak wisatawan dari luar negeri melakukan penukaran mata uang dari negara mereka seperti dolar dan euro dengan mata uang Indonesia serta berbagai aktivitas wisatawan asing lainnya seperti konsumen dan akomodasi yang ikut dalam pajak negara. Selain dalam sektor ekonomi negara, sektor wisata juga mampu memberikan manfaat besar bagi masyarakat di daerah tersebut seperti terbukanya lapangan pekerjaan baru, dilansir dari Badan Pustaka Statistik adanya peningkatan proporsi lapangan pekerjaan dari 72,26% pada tahun 2019 akhirnya mencapai 75,97% (BPS, Proporsi Lapangan Kerja Informal Menurut Provinsi, 2019). Banyaknya potensi pariwisata mengakibatkan Indonesia menjadikan pariwisata sebagai salah satu sektor dalam mewujudkan pembangunan nasional. Sama halnya dengan sektor pertanian, perkebunan, minyak, dan pertambangan, sektor pariwisata sendiri dibuatkan perencanaan pembangunan oleh pemerintah Indonesia yang disebut sebagai Perencanaan Pembangunan Pariwisata yang

dilaksanakan pada tahun 2015 hingga 2019 sebagai acuan pemerintah dalam membangun pariwisata untuk ekonomi berkelanjutan.

Dalam lingkup global, industri pariwisata mengalami peningkatan tren, salah satunya adalah pariwisata halal atau *halal tourism*. *Halal tourism* merupakan segmen wisata yang memberikan fasilitas sesuai dengan kebutuhan dasar wisatawan muslim, diantaranya fasilitas yang untuk wisatawan muslim beribadah seperti jadwal sholat, perlengkapan sholat, dan lainnya serta fasilitas yang berlabel halal seperti makanan, minuman, restoran, dan hotel syariah. Fasilitas yang diberikan oleh pariwisata halal ini menjadi alasan dasar pertimbangan pengembangan di industri pariwisata. Terdapat tiga alasan penting pariwisata halal mulai banyak digemari oleh masyarakat dunia. Pertama, jumlah penduduk muslim di dunia yang mencapai angka 1,9 miliar (World Population Review, 2021), dengan jumlah penduduk muslim yang besar ini menjadi potensi dalam meningkatkan kunjungan wisata di berbagai negara. Alasan kedua adalah banyaknya pengeluaran yang dikeluarkan oleh wisatawan muslim saat berlibur. Pada sektor perjalanan sendiri, penduduk muslim di berbagai belahan dunia menghabiskan dana hingga US\$ 35 miliar. Terakhir, alasan ketiga adalah besarnya jumlah wisatawan muslim di dunia hingga 140 Juta orang (Katadata, 2019).

Jika dilihat, tren pariwisata halal ini memiliki potensi yang baik untuk berbagai negara dalam mengembangkan pariwisata serta membantu negara dalam meningkatkan devisa negaranya. Pemerintah Indonesia sendiri mengambil kesempatan ini untuk meningkatkan *branding* pariwisata Indonesia. Melalui Pariwisata Halal Indonesia, pemerintah Indonesia berharap dapat memberikan dampak besar untuk diplomasi Indonesia dalam menjangkau negara-negara dengan populasi muslim di dunia. Dalam mewujudkan Pariwisata Halal di sektor pariwisata, pemerintah Indonesia bersama-sama memberikan pelayanan terhadap wisatawan Muslim melalui pelayanan wisata sesuai dengan prinsip islam, seperti memberikan fasilitas untuk para muslim dalam menjalankan shalat, pelayanan makanan dengan sertifikat halal, dan tempat penginapan yang nyaman seperti hotel syariah. Kementerian Pariwisata pun aktif dalam mempromosikan Pariwisata Halal ini guna mempromosikan citra Indonesia di setiap lapisan masyarakat di dunia terutama Muslim dunia. Sasaran utama Kementerian Pariwisata dalam

mempromosikan Pariwisata Halal adalah negara dengan populasi masyarakat mayoritas beragama muslim terutama di wilayah negara Timur Tengah seperti, Saudi Arabia, Uni Emirates Arab (UEA), Qatar dan Kuwait, Kementerian juga menargetkan negara di Asia Tenggara seperti Malaysia dan Singapura dan negara-negara di Eropa seperti Russia, Jerman dan Perancis (Satriana & Hayyun , 2018). Pemerintah Indonesia sendiri merancang Pariwisata Halal Indonesia sebagai salah satu turunan dari *brand* pesona Indonesia atau Wonderful Indonesia dalam memperluas kampanye pariwisata yang di spesifikasikan tidak hanya wisatawan dunia tetapi berfokus juga pada wisatawan muslim dunia. Kampanye ini pun digencar terus oleh Indonesia sesuai dengan arahan Presiden Joko Widodo untuk meningkatkan citra Indonesia dan juga pariwisata Indonesia sebagai negara dengan penduduk Muslim terbesar yang moderat dan berdemokrasi, serta memenuhi target pemerintah Indonesia dalam mendatangkan 20 juta wisatawan asing yang dipantau sesuai arahan Presiden Joko Widodo. (Tempo.co, 2016).

Melalui Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia, Pemerintah Indonesia melakukan Pedoman dalam menyelenggarakan hotel Syariah di Indonesia yang sesuai dengan prinsip dan hukum islam yang ada, seperti yang dijelaskan dalam fatwa Majelis Ulama Indonesia (MUI). Pada tahun 2015, Kementerian pariwisata pun mulai menargetkan 13 provinsi yang siap untuk menjadi destinasi wisata halal, diantaranya Aceh, Banten, Sumatera Barat, Riau, Lampung, DKI Jakarta, Jawa Barat, Yogyakarta, Jawa Timur, Sulawesi Selatan, Jawa Tengah, Nusa Tenggara Barat (NTB), dan Bali (Koran Sindo , 2015). Sesuai dengan konsep awal dimana wisata halal adalah konsep pariwisata yang berfokus pada pemberian layanan yang baik bagi wisatawan muslim, konsep ini bukan berarti pengaruh arabisasi tetapi hanya memberikan pelayanan sesuai dengan prinsip-prinsip dasar islam dengan tujuan memberikan kenyamanan dalam berwisata. Kementerian Pariwisata juga meningkatkan pengembangan pariwisata halal dengan adanya logo, slogan dan nama untuk pariwisata halal yaitu “Halal Tourism Indonesia: The Halal Wonders” atau “Pariwisata Halal Indonesia: Yang Halal Menjadi Pesona” yang merupakan *co-branding* dari “*Wonderful Indonesia*” atau “Pesona Indonesia” (Subarkah, Rachman, & Akim, Destination Branding Indonesia sebagai Destinasi Wisata Halal, 2020). Sesuai dengan Keputusan Menteri

Pariwisata Republik Indonesia Nomor KM.36/OT.001/MP/2016 tentang Tim Percepatan Pengembangan Pariwisata Halal, Kementerian Pariwisata membentuk tim khusus Pariwisata Halal untuk melakukan signifikansi peningkatan daya saing Pariwisata Halal dan memulai program kampanye Pariwisata Halal 2016-2019. Dari 13 Daerah yang ditargetkan oleh Kementerian Pariwisata ada 3 daerah yang dinobatkan sebagai daerah dengan pelayanan untuk wisatawan muslim terbaik, 3 daerah itu yakni Lombok, Sumatera Barat, dan Aceh. Provinsi Aceh yang disebut sebagai serambi mekah dengan budaya islam yang melekat dibandingkan dengan daerah lain di Indonesia, Sumatera Barat yang dikenal dengan cita rasa makanan yang luar biasa ingin memberikan kesan luar biasa kepada wisatawan, dan Lombok disebut sebagai destinasi Indonesia dengan konsep pelayanan wisata halal terbaik (Subarkah, Rachman, & Akim, *Destination Branding* Indonesia sebagai Destinasi Wisata Halal, 2020). Pada tahun 2015 dan tahun 2016, Lombok mendapatkan penghargaan sebagai destinasi wisata terbaik di dunia dan tempat terbaik bagi wisatawan muslim untuk *honeymoon* dan menikmati suasana alam. Penghargaan ini diraih pada kegiatan *World Halal Tourism Summit* 2015 serta 2016 yang diselenggarakan di Abu Dhabi penghargaan tersebut: *World's Best Halal Tourism Destination, World's Best Halal Honeymoon Destination, World's Best Halal Beach Resort, World's Best Halal Travel Website* (Republika , 2015).

Sektor pariwisata Lombok sendiri memang sudah tumbuh dan berkembang dengan baik dari tahun ke tahun. Keindahan alam dan penyediaan fasilitas yang baik untuk wisatawan asing membuat Lombok sebagai daerah tujuan wisata dari berbagai masyarakat dunia. Lombok sendiri sudah dikenal dahulu sebagai wisata alam, keindahan lanskap, keragaman habitat alami, keberadaan beberapa gili, dan pasir keemasan menarik ribuan wisatawan setiap tahun. Dilansir dari Trip Advisor, Lombok berada pada urutan ke-6 sebagai destinasi wisata pilihan masyarakat dunia (Kompas, 2020). Pada tahun 2017, wilayah Lombok mendapatkan kunjungan wisatawan asing sebanyak 1.430.249 wisatawan asing dan pada tahun 2018 terdapat 1.204.556 jumlah wisatawan asing yang datang ke Lombok. Lombok sendiri merupakan daerah dengan mayoritas masyarakat beragama islam pada tahun 2016 penduduk Islam sebesar 96,78 persen, yang kedua Hindu sebesar 2,45 persen; ketiga Budha 0,32 persen; keempat Kristen 0,26 persen; dan kelima Katolik 0,19

persen (BPS NTB, 2017), dengan mayoritas masyarakat yang beragama islam maka berpengaruh juga pada sosial dan budaya masyarakat Lombok, pembangunan fasilitas muslim pun menjadi pedoman umum yang melekat disetiap masyarakat lombok, dengan karakteristik dan budaya islam yang bersifat universal disana, maka pemerintah Indonesia bersama Kementerian Pariwisata membentuk tagline yang cocok untuk Lombok yaitu “*Friendly Lombok*”, tujuan tagline ini adalah usaha masyarakat lombok dan pemerintah Indonesia dalam memberikan layanan yang nyaman untuk wisatawan dunia dan tentunya difokuskan pada wisatawan muslim, dengan memberikan tempat ibadah yang tersebar di berbagai tempat di Lombok maka memudahkan wisatawan muslim untuk beribadah (Subarkah, Rachman, & Akim, Destination Branding Indonesia sebagai Destinasi Wisata Halal, 2020). Lombok merupakan daerah yang lekat dengan budaya Islam, dapat tergambar dari banyaknya masjid yang ada disana, sekitar 4.500 masjid berapa di 598 Desa, Kawasan pusat perbelanjaan dan juga sekitar destinasi wisata. Dengan lekatnya budaya Islam disana, maka Lombok sendiri memiliki ciri khas yakni memiliki Masjid yang dapat dikunjungi oleh Wisatawan, diantaranya Masjid Islamic center, Gili Nanggu, Desa Sade, Masjid Kuno Karang Bayan, Benang Kelambu, Gili Kedis, Sesaot, Gili Sudak (Subarkah, Rachman, & Akim, Destination Branding Indonesia sebagai Destinasi Wisata Halal, 2020).

Wisata Halal di Lombok sendiri sudah digencarkan dari tahun 2010 untuk membantu dalam meningkatkan kunjungan wisatawan baik wisatawan dalam negeri maupun wisatawan mancanegara. Lombok mengambil kesempatan ini dikarenakan adanya kendala dari wisatawan asing dalam berkunjung ke Bali. Gubernur NTB sendiri telah menerapkan Pergub NTB No. 51 tahun 2015 tentang Wisata Halal. Tujuan dari pergub ini adalah pemberian kenyamanan fasilitas bagi wisatawan muslim di Lombok (Ramadhian, 2021). Di Lombok sendiri peran pariwisata memang penting dalam meningkatkan perekonomian masyarakat disana, dimana banyak terjadinya aktivitas ekonomi seperti banyaknya bisnis penyediaan hotel dengan konsep Syariah, investasi yang meliputi perbaikan sektor pariwisata, penambahan modal asing, dan juga pengembangan regulasi daerah dan peningkatan sinergi promosi penanaman modal pariwisata dengan sektor terkait. Maka dari itu adanya Rencana Induk Pariwisata Berkelanjutan di Pulau Lombok

tahun 2015-2019 membantu pemerintah dalam menargetkan dengan baik perkembangan pariwisata halal dan *branding* “Friendly Lombok” untuk seluruh wisatawan, baik wisatawan muslim maupun non-muslim serta membantu dalam mengembangkan pariwisata berkelanjutan di Lombok.

Lombok sendiri mendapatkan penghargaan dari dunia terkait wisata halal terbaik, namun pengelolaan disana belum sepenuhnya menerapkan pariwisata halal dan juga menguntungkan bagi masyarakat dan pebisnis disana. Menurut Tim Peneliti *Asean Study Center* (ASC) Fisipol UGM yang dipimpin Dr. Suharko, S.Sos,M.Si menjelaskan bahwa regulasi, sertifikasi, dan organisasi maupun pengelolaan sumber daya manusia disana masih belum mampu menunjang perkembangan wisata halal. Masih adanya pro dan kontra yang terjadi baik di dalam masyarakat sekitar Lombok maupun *stakeholder* yang berperan aktif dalam mengembangkan pariwisata di Lombok (Agung, 2019). Permasalahan yang muncul antara lain penolakan dari pemerintah daerah Lombok Timur dalam menerapkan pariwisata di Lombok, selain itu permasalahan lainnya adalah kurangnya perkembangan pariwisata di Lombok yang melibatkan berbagai aktor seperti pemerintah, *stakeholder*, maupun masyarakat sekitar. Kemudian permasalahan lainnya muncul dikarenakan fokus perekonomian Masyarakat Lombok belum sepenuhnya bergantung pada Pariwisata, alhasil untuk perkembangan sumber daya manusia dalam sektor Pariwisata masih minim. Jika kita kaji melalui pengembangan pariwisata berkelanjutan, Pariwisata Lombok sendiri bisa dikembangkan sesuai dengan pedoman pariwisata berkelanjutan harus memenuhi prinsip keberlanjutan yang mengacu pada aspek lingkungan, ekonomi, dan sosial budaya dari pengembangan pariwisata, dan keseimbangan yang lainnya yang mampu membantu menunjang keberlanjutan jangka panjangnya ((WTO), 2005). Dilansir dari data PRDB provinsi NTB menunjukkan bahwa Pada tahun 2013, Nusa Tenggara Barat mampu mendapatkan pendapatan tahunan sebesar IDR 56.,277.970.000, angka ini tentu menunjukkan peningkatan yang ada dimana pada tahun sebelumnya PRDB yang didapatkan NTB senilai IDR 49.679.694.000. Walaupun nilai yang didapatkan NTB bernilai besar namun perlu dicatat bahwa pendapatan NTB masih berfokus pada sektor pertambangan dan sektor pertanian, sedangkan pada sektor Pariwisata masih menempatkan urutan dibawah. Jika dikaji

lebih lanjut NTB memiliki potensi besar dalam melaksanakan pengembangan

Wisman		Wisnus	
Tahun	Jumlah (US\$)	Tahun	Jumlah (US\$)
2009	74.408.000	2009	623.787.562
2010	112.864.400	2010	886.454.000
2011	177.545.550	2011	1.904.085.543
2012	239.154.942	2012	3.154.261.888

Pariwisata untuk menunjang perekonomian domestic disana.

Dalam menunjang penelitian, penulis mengambil beberapa jurnal pendahulu dalam yang mendukung penelitian. Jurnal pertama yang diambil penulis berjudul “Diplomasi Pariwisata Halal Nusa Tenggara Barat” yang ditulis oleh Alwafi Ridho Subarkah, dalam jurnal ini membahas bagaimana proses diplomasi pariwisata Halal Nusa Tenggara Barat. Masalah dalam penelitian ini ialah “Model apakah yang digunakan pemerintah dan masyarakat NTB dalam mempromosikan pariwisata halal di NTB ke kancah internasional. Metode yang digunakan oleh penulis disini adalah metode kualitatif dengan pengaitan konsep diplomasi publik dan *nation branding*. Hasil penelitian di jurnal ini penjabaran terkait aktivitas atau cara yang digunakan pemerintah dalam mempromosikan wisata halal diantaranya membangun peraturan daerah terkait wisata halal sebagai payung hukum dalam menyelenggarakan wisata halal di Indonesia. Selain itu kerjasama NTB dengan LPPOM dan MUI untuk menjamin makanan dan minuman halal, pembangunan hotel berkonsep syariah, dan kemudahan akses para muslim untuk beribadah baik di tempat umum atau destinasi wisata sekitar. Penulis disini juga menjelaskan adanya model wisata halal yang dijadikan alat diplomasi publik, dimana diplomasi publik sendiri melibatkan masyarakat untuk saling membantu dalam membangun citra NTB di dunia Internasional. Selain itu aktivitas pendukung lainnya adalah kunjungan beberapa acara internasional seperti *ECONDE* di Malaysia, *World Halal*

Travel Summit di Abu Dhabi dan *Internationale Tourism Bourse (ITB) Berlin* pada tahun 2016 (Subarkah, *Diplomasi Pariwisata Halal Nusa Tenggara Barat*, 2018).

Jurnal Kedua berjudul “Wisata Halal : Perkembangan, Peluang, dan Tantangan” yang ditulis oleh Eka Dewi Satriana dan Hayyun Durrotul Faridah. Artikel ini akan membahas bagaimana perkembangan, peluang, dan tantangan di beberapa negara yang mulai menerapkan wisata halal sebagai salah satu konsep wisata yang dipasarkan kepada masyarakat dunia. Metode yang digunakan peneliti dalam artikel ini adalah metode analisis deskriptif dimana dalam metode ini penulis menganalisis data dengan mendeskripsikan beberapa praktik negara yang kemudian dikumpulkan untuk mengambil kesimpulan. Dalam penelitian ini, penulis menjabarkan bagaimana beberapa negara mengembangkan pariwisata halal, diantaranya Indonesia, dengan kelebihan iklim tropis ini Indonesia memanfaatkan pariwisata halal sebagai inovasi untuk menarik wisatawan asing, aktivitas yang dilakukan Indonesia diantaranya meningkatkan keberadaan hotel Syariah, penjaminan makanan halal dan kerjasama dengan Dewan Syariah Nasional (DSN), Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan Lembaga Sertifikasi Usaha (LSU), dengan 13 provinsi yang berpotensi dalam wisata dan juga perkembangan wisata halal Indonesia terus menerus mempromosikan halal tourismnya. Selain itu terdapat negara Malaysia yang merupakan negara dengan prinsip dan hukum islam yang melekat di masyarakatnya, dengan prinsip islam yang kuat, Malaysia berupaya menarik wisatawan timur tengah melalui sertifikasi halal untuk hotel dan adanya rencana “*The Halal Master Plan*” dengan target menjadikan Malaysia sebagai pusat dalam hal integrasi Halal. Ketiga adalah negara Jepang dengan negara yang menjadi tujuan pilihan wisatawan karena keunikan budaya dan inovasi yang beraham. Jepang sendiri membentuk *Japan Halal Association* atau disebut JIHA yang mengawasi sertifikasi halal dan kampanye tempat atau fasilitas shalat untuk wisatawan muslim. Negara keempat adalah Korea Selatan, munculnya fenomena *Korean wave* ini mempengaruhi banyaknya wisatawan asing yang ingin berkunjung kesana, maka dari itu Korea Selatan melakukan koordinasi antara *Korea Tourism Organisation (KTO)* dan *Korean Muslim Federation (KMF)* serta *Korean Halal Association (KHA)* untuk menyebarkan beberapa kategori restoran seperti *Certified Halal Restaurant*, *Muslim Friendly Restaurant*, *Muslim Welcome Restaurant*, dan

lainnya. Namun, perkembangan wisata halal tersebut tidak selaras dengan fakta lapangan dimana masih banyaknya tempat diskotik, sulitnya wisatawan muslim untuk mencari makanan khas daerah tersebut, dan masih adanya daerah bebas perjudian, alcohol, dan budaya yang kurang menggambarkan Syariah islam. Hasil dari penelitian ini menyebutkan konsep wisata halal yang digunakan empat negara ini memiliki kesamaan diantaranya penerapan tempat ibadah, sertifikasi makanan halal, serta hotel Syariah. Walaupun penerapan wisata halal terus dikembangkan, terdapat masalah lainnya seperti wisatawan non-muslim yang tidak tertarik dengan konsep ini yang menjadikan wisatawan halal tidak dapat diterima oleh seluruh kelompok wisatawan asing (Satriana, Eka Dewi; Faridah, Hayyun Durrotul;, 2018).

Jurnal Keempat yang penulis masukan dalam penelitian ini berjudul “Destination Branding Indonesia sebagai Destinasi Wisata Halal” Artikel ini membahas langkah strategis *branding* wisata Indonesia, pertama melalui logo dan *tagline* “*Halal Tourism Indonesia: The Halal Wonders*” untuk menggambarkan keindahan pariwisata. Metode yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif dengan konsep *Destination Branding* dan diplomasi publik. Hasil dari penelitian ini menunjukkan Bahwa Indonesia dalam penerapan pariwisata halalnya memiliki potensi yang baik. Sehingga layak untuk dikunjungi oleh wisatawan Muslim sebagai negara yang memiliki populasi terbesar di dunia. Pemerintah Indonesia sendiri menerapkan tiga daerah dengan karakteristik masing-masing untuk mengembangkan pariwisata halal. Tiga daerah itu diantaranya Lombok dengan *tagline* “*Friendly Lombok*” sebagai gambaran bahwa Lombok ramah terhadap wisatawan yang berkunjung, Aceh dengan *tagline* “*The Light of Aceh*” untuk menunjukkan bahwa Aceh memiliki nuansa Islam yang dapat memberikan cahaya rahmatan lil alamin atau baik untuk semua, dan Sumatera Barat dengan *tagline* “*Taste of Padang*” yang memberikan cita rasa khas yang dikenal oleh masyarakat dunia. (Subarkah, Rachman, & Akim, Destination Branding Indonesia sebagai Destinasi Wisata Halal, 2020).

Jurnal Kelima berjudul “Diplomasi Publik Pemerintah Republik Indonesia Melalui Pariwisata”, yang ditulis oleh Garit Bira Widhasti, Christy Damayanti, dan Herning Suryo Sardjono. Dalam artikel ini menjelaskan bagaimana aktivitas diplomasi publik yang dilakukan oleh pemerintah Indonesia melalui fenomena

pariwisata baru yakni Pariwisata Halal. Penulis menjelaskan adanya aktivitas yang berkaitan dengan diplomasi publik sebab adanya komunikasi antara pemerintah dengan masyarakat atau *government to people contact*. Salah satunya keterlibatan pemerintah dengan *stakeholder* dan masyarakat sekitar untuk saling menopang kemajuan pariwisata halal di Indonesia. Selain itu Pemerintah Indonesia juga mulai menerapkan berbagai aktivitas seperti festival atau expo terkait pariwisata, penggunaan media, iklan, dan duta pariwisata untuk memperkenalkan citra pariwisata Indonesia khususnya kepada negara-negara Timur Tengah (Widhasti, Damayanti, & Sardjono, 2018).

Jurnal Keenam berjudul “Potensi dan Prospek Wisata Halal Dalam Meningkatkan Ekonomi Daerah (Studi Kasus: Nusa Tenggara Barat)” yang ditulis oleh Alwafi Ridho Subarkah, Penelitian ini membahas pariwisata halal di Indonesia menjadi salah satu instrumen dalam diplomasi publik yang bisa digunakan untuk meningkatkan kunjungan wisatawan dan juga membantu ekonomi daerah sekitar tempat wisata. Penulis mengambil lokasi Nusa Tenggara Barat sebagai objek dalam penelitian dikarenakan banyaknya wisatawan asing dari berbagai kelompok datang kesana untuk melihat keindahan alam tropical. Penelitian menggunakan metode kualitatif dengan sifat deduktif yang dimana menjelaskan kebijakan apa saja yang dilakukan Indonesia untuk menjadikan wisata halal sebagai salah satu instrumen dalam mencapai kepentingan nasional dan membantu perekonomian di Nusa Tenggara Barat. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya potensi wisata halal sebagai alternatif dalam meningkatkan perekonomian karena potensi wisatawan yang terus meningkat setiap tahunnya dan adanya karakteristik daerah tersebut yang mampu memenuhi indikator kebutuhan fasilitas yang bernilai syariah, tentu saja ini hal ini mampu menargetkan pasar wisatawan dari Timur Tengah (Subarkah, Potensi dan Prospek Wisata Halal Dalam Meningkatkan Ekonomi Daerah (Studi Kasus: Nusa Tenggara Barat), 2018).

Jurnal ketujuh berjudul “*Friendly Lombok : Destination Branding* Pulau Lombok Sebagai Upaya Untuk Mempromosikan Pariwisata” yang ditulis oleh Ibrahim Kudsi dan Puspita Sari Sukardani. Penelitian ini menjelaskan tahapan *destination branding* dan peran stakeholder dalam membantu mengimplementasi

branding “Friendly Lombok” yang dimiliki pulau Lombok. Metode yang digunakan penulis dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan Teknik pengambilan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil dari penelitian ini terdiri dari tahapan *destination branding* yang dikemukakan oleh Morgan dan Pitchard yaitu *Market investigation, analysis, and strategic recommendation*, tahapan pertama ini dilakukan dengan melihat potensi brand “*Friendly Lombok*” yang berkaitan dengan wisata Halal Lombok yaitu dikenalnya Lombok sebagai pulau seribu masjid serta untuk wisatawan umum istilah *Friendly* sendiri mengacu pada pelayanan yang ramah, nyaman, dan menyenangkan. Tahapan kedua adalah *Brand Identity Development* atau terbentuknya visi misi dari pemerintah daerah NTB yaitu “Mewujudkan masyarakat NTB yang beriman, berbudaya, berdaya saing dan sejahtera”. Kemudian tahap ketiga adalah *Brand Launch and introduction : communicating the vision* dimana pemerintah dinas khususnya dinas pariwisata NTB melakukan serangkaian acara untuk memperkenalkan Lombok melalui kerjasama dengan GenPI (Generasi Pesona Indonesia) dan APII (Asosiasi Pariwisata Islami Indonesia). Tahap kelima adalah *Brand Implementation*, dalam tahap ini pemerintah, pihak swasta, dan masyarakat saling berupaya mewujudkan *branding* yang telah mereka buat, disini konsep halal pun mulai dikenalkan dengan mengikuti konsep Syariah di setiap fasilitas pariwisata. Terakhir adanya tahap monitoring, evaluation and review dalam tahapan ini adanya evaluasi untuk melihat progress yang sudah berjalan (Kudsi & Sukardani, 2018).

Jurnal kedelapan yang mampu menopang penelitian ini berjudul “Persepsi dan Preferensi Wisatawan Muslim Terhadap Sarana dan Prasarana Wisata Halal di Lombok (Studi Kasus Kawasan Ekonomi Khusus” yang ditulis oleh L. Adi Permadi, Sri Darwini, Weni Retnowati, dan Sri Wahyulina. Dalam penelitian ini melihat bagaimana Persepsi dan Preferensi Wisatawan Muslim Terhadap Sarana dan Prasarana wisata Halal Di Kawasan Ekonomi Khusus Mandalika. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bagaimana persepsi wisatawan muslim terhadap sarana yang diberikan khususnya kondisi hotel, akomodasi, dan tempat ibadah. Kondisi yang diberikan oleh pemerintah dalam menunjang pariwisata halal sudah baik tetapi masih ada yang perlu dilihat lagi seperti jarak restoran yang memiliki makanan halal,

pengelolaan toilet untuk wisatawan dan lokasi ibadah yang masih jauh (Permana, Darwini, Retnowati, & Wahyulina, 2018).

Jurnal selanjutnya berjudul “*The Role Of Indonesian Government Impelementation Of Halal Tourism Through Multi-Track Diplomacy*” yang ditulis oleh Sindy Yulia Putri. Dalam penelitian ini menjelaskan bagaimana peran Pemerintah Indonesia dalam menerapkan Pariwisata halal. Dalam penelitian ini, penulis menggunakan pendekatan kualitatif, dimana menjelaskan dalam studi literatur untuk memperkaya terkait apa saja peran yang dilakukan Indonesia dalam mewujudkan Pariwisata halal melalui strategi diplomasi *multi-track*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan sektor pariwisata memiliki potensi yang baik untuk meningkatkan pendapatan nasional. Indonesia memiliki peluang besar untuk memaksimalkan sektor ini untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui pembukaan lapangan kerja baru. Indonesia memiliki banyak jenis wisata, yaitu wisata bahari, wisata sejarah, wisata kuliner, wisata seni, wisata ekologi, wisata pedesaan, wisata perkotaan, dan wisata islami atau halal. Melalui *Multi-Track Diplomacy*, Pemerintah Indonesia melakukan kemitraan atau kerjasama dengan cara *first track* atau disebut dengan *Government to Government*. (Putri, 2019)

1.2 Rumusan Masalah

Berikut adalah rumusan masalah berdasarkan Latar Belakang yang telah dijabarkan sebelumnya. Adapun rumusan permasalahannya ialah **“Bagaimana Strategi Indonesia dalam mengembangkan Pariwisata Berkelanjutan di Lombok, Nusa Tenggara Barat melalui Diplomasi Pariwisata Halal?”**

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari latar belakang dan rumusan masalah yang telah terbentuk, tujuan dari dibentuknya penelitian ini adalah Mendeskripsikan kepada pembaca tentang strategi yang dilakukan oleh Indonesia dalam mempromosikan destinasi wisata halal dalam rangka untuk meningkatkan pariwisata berkelanjutan di Lombok.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah :

1. Secara Akademis, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya literatur dan khazanah keilmuan Hubungan Internasional, terutama dalam konteks kajian diplomasi pariwisata Indonesia, khususnya dalam perkembangan tren pariwisata halal di Lombok.
2. Secara Praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangsih bagi penelitian lanjutan di masa mendatang dalam membahas mengenai strategi yang dilakukan oleh Indonesia, terutama dalam mempromosikan pariwisata halal dan juga bagaimana Indonesia menerapkan pariwisata berkelanjutan mereka di Lombok.

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk memahami Alur Pemikiran dari penelitian ini, maka penelitian ini dibagi ke dalam beberapa bagian yang terdiri dari bab dan sub-bab. Sistematika penulisan tersebut membagi hasil penelitian ke dalam V bab, yaitu :

BAB I : PENDAHULUAN

Pada Bab I, Penulis akan membahas dan menjabarkan mengenai pendahuluan yang dimulai dari penjelasan latar belakang masalah, penggunaan literature review, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II : TINJAUAN PUSTAKA

Pada Bab II, Penulis akan membahas kerangka pemikiran yang terdiri dari teori – teori yang menjadi landasan, alur pemikiran, dan asumsi.

BAB III : METODOLOGI PENELITIAN

Pada Bab III, Penulis akan membahas mengenai objek penelitian, jenis penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisa data serta waktu dan lokasi penelitian.

BAB IV : HASIL PENELITIAN

Pada Bab IV, Penulis akan membahas mengenai Strategi Indonesia dalam meningkatkan pariwisata halal serta menganalisis dinamika dan hambatan dari pelaksanaan perkembangan pariwisata Indonesia di Lombok.

BAB V : KESIMPULAN DAN SARAN

DAFTAR PUSTAKA