



PERSEPSI PELAKU USAHA KELOMPOK MILENIAL DALAM IMPLEMENTASI PARIWISATA HALAL DI PULAU LOMBOK

Lalu Suparman¹, Hermanto¹, Aryan Agus Pratama², Baiq Mustika Sari², Baiq Nikmatul Ulya², Lalu Mat'ul Arifin², Uswatun Nafi'ah²

^{1,2} Magister Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Mataram

Email: lalusuparman77@gmail.com

ARTICLE INFO	ABSTRACT
<p>Keywords: <i>Halal Tourism Implementation, Perception, Muslim Millennial Groups, Lombok</i></p> <p>Kata Kunci: <i>Implementasi Pariwisata Halal, Persepsi, Kelompok Milenial Muslim, Lombok</i></p> <p>How to cite: <i>Suparman, Lalu., Hermanto., Agus Pratama, Aryan., Mustika Sari, Baiq., Nikmatul Ulya, Baiq., Mat'ul Arifin, Lalu., Nafi'ah, Uswatun.,(2020). Persepsi Pelaku Usaha Kelompok Milenial Dalam Implementasi Pariwisata Halal Di Pulau Lombok. 9(3), 230-242</i></p> <p>DOI: http://dx.doi.org/10.29303/jmm.v9i3.554</p> <p><i>Dikumpulkan : 08 Juli 2020</i> <i>Direvisi : 16 Juli 2020</i> <i>Dipublikasi : 04 September 2020</i></p>	<p><i>The tourism industry on the island of Lombok has experienced rapid development and made Halal tourism a leading sector. This study aims to examine the perceptions of tourism business actors from the millennial group in implementing the concept of Halal tourism on the island of Lombok. This study uses a qualitative descriptive phenomenology approach. The data were obtained through observation and in-depth interviews from Muslim tourism businesses which were determined by snowball sampling. The results show that millennial business actors in the tourism sector have good perceptions and positive attitudes towards the implementation of the Halal tourism concept on the island of Lombok. Limited knowledge and understanding regarding Halal indicators and standards is not a big obstacle to applying Halal principles because it is the culture and culture of the people of Lombok.</i></p> <p>Industri pariwisata di pulau Lombok telah mengalami perkembangan pesat dan menjadikan pariwisata Halal sebagai sektor yang diunggulkan. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji persepsi para pelaku usaha pariwisata dari kelompok milenial dalam implementasi konsep pariwisata Halal di pulau Lombok. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif fenomenologi deskriptif. Data diperoleh melalui observasi dan wawancara mendalam dari pelaku usaha pariwisata Muslim yang ditentukan dengan <i>snowball sampling</i>. Hasil menunjukkan bahwa pelaku usaha kelompok milenial di sektor pariwisata memiliki persepsi yang baik dan sikap yang positif terhadap implementasi konsep pariwisata Halal di pulau Lombok. Keterbatasan pengetahuan dan pemahaman terkait indikator dan standar Halal tidak menjadi hambatan</p>

	yang besar untuk menerapkan prinsip Halal karena merupakan budaya dan kultur masyarakat Lombok.
	<i>Copyright © 2020. Lalu Suparman, Hermanto, Aryan Agus Pratama, Baiq Mustika Sari, Baiq Nikmatul Ulya, Lalu Mat'ul Arifin, Uswatun Nafi'ah. All rights reserved.</i>

1. PENDAHULUAN

Dewasa ini, pariwisata Halal menjadi salah satu sektor unggulan dari industri pariwisata, yang menjadi tren dan pusat perhatian dunia dengan menjadikan Muslim sebagai segmentasi pasar (Batour dan Ismail, 2015; Subarkah, 2018). Muncul dan berkembang pesatnya produk pariwisata Halal dikarenakan pertumbuhan penduduk Muslim dunia yang semakin besar dan memberikan pengaruh terhadap meningkatnya permintaan pasar pariwisata (*demand-driven*) dari kalangan wisatawan Muslim (Jafari dan Scott, 2014). Kemunculan produk pariwisata Halal dapat memberikan keuntungan bagi negara-negara yang berpenduduk mayoritas Muslim karena memperkuat citra dan karakteristik produk lokal (*supply-driven*). Sehingga menarik perhatian suatu daerah maupun negara di dunia untuk mengembangkan *positioning* baru dengan mengimplementasikan konsep pariwisata Halal (Sulhaini, *et.al.*, 2017).

Pulau Lombok merupakan daerah dengan mayoritas penduduk Muslim dan telah diketahui dunia sebagai tujuan wisata dengan keanekaragaman budaya dan potensi kekayaan sumber daya alam. Kearifan lokal masyarakat Lombok yang Islami, tercermin dalam tradisi budaya masyarakat setempat sebagai *hospitality alamiah* yang mengandung nilai-nilai agama yang tinggi (Kanom, 2015; Pratama, *et.al.*, 2020; Saufi, 2015; Suyatman, Ruminda, dan Yatmikasari, 2018). Selain itu, Lombok juga disematkan sebagai pulau Seribu Masjid dan Serambi Madinah yang menjadi daya tarik wisatawan domestik maupun mancanegara (Ahmadi dan Syafutri, 2020; Saufi, *et al.*, 2015; Sulhaini, *et.al.*, 2017). Potensi ini telah dikelola dan dikembangkan sebagai identitas destinasi pulau Lombok dengan menerapkan konsep pariwisata Halal (Pratama, *et.al.*, 2020). Hal ini turut mendorong dan memperkuat pengakuan dunia terhadap Lombok sebagai *World Best Halal Tourism Destination* dan *World Best Halal Honeymoon Destination* dari *World Halal Travel Awards* (WHTA) (KPPN, 2018). Gelar ini turut memotivasi pemerintah, pelaku pariwisata, masyarakat dan stakholder pariwisata untuk turut serta mengimplementasikan konsep pariwisata Halal.

Penelitian ini mengambil peran untuk mengkaji persepsi para pelaku usaha pariwisata dari kelompok *milenial* dalam implementasi konsep pariwisata Halal di pulau Lombok. Hal ini tidak terlepas dari pro dan kontra atas kebijakan pemerintah daerah dalam mendukung aktivitas pariwisata Halal melalui Peraturan Daerah Provinsi Nusa Tenggara Barat (NTB) Nomor 2 Tahun 2016 tentang Pariwisata Halal. Kebijakan ini diterbitkan guna memperkuat realitas masyarakat dan memperkuat pengelolaan usaha pariwisata Halal. Namun, hasil penelitian Alrwajfah, *et.al.* (2019) menemukan bahwa gender dan usia memberikan pengaruh nyata terhadap persepsi mengenai dampak pengembangan pariwisata. Kelompok pemuda memiliki perspektif negatif terhadap dampak ekonomi pengembangan pariwisata. Dalam pengembangan pariwisata, masih minim pelibatan dan kesempatan kerja yang diberikan untuk kelompok pemuda karena dianggap tidak memiliki pengalaman di sektor pariwisata.

2. KAJIAN LITERATUR

2.1. Konsep Pariwisata Halal

Halal berasal dari bahasa arab yaitu halla, yahillu, hillan, dan wahalalan yang memiliki arti dibenarkan atau diperbolehkan menurut syara'(Qardhawi, 2017). Seorang Muslim diharuskan untuk mengikuti syariah Islam dalam kehidupan sehari-hari. Umat Islam selalu melakukan upaya atau kegiatan dengan mengikuti ajaran sesuai syari'at Islam, termasuk di bidang perjalanan dan pariwisata. Sehingga pelaku industri pariwisata termotivasi untuk berinovasi dalam memenuhi kebutuhan wisatawan (Muslim) dengan mengembangkan pariwisata Halal. Istilah Halal ditambahkan guna membentuk inovasi baru pada pariwisata yang mengacu pada objek atau tindakan pariwisata yang diizinkan sesuai syari'at Islam (Daulah, *et al.*, 2018).

Global Muslim Travel Index (GMTI) (2017) menjelaskan pariwisata Halal sebagai usaha pariwisata yang dijalankan dengan menerapkan prinsip-prinsip Islam dalam ketersediaan layanan yang ramah dan fasilitas yang aman dan nyaman bagi wisatawan (Muslim). Sutono (2019) mendefinisikan pariwisata Halal sebagai seperangkat layanan meliputi fasilitas, daya tarik dan aksesibilitas yang memberikan pengalaman dan memenuhi kebutuhan wisatawan (Muslim). Penerapan prinsip-prinsip Islam ini meliputi ketersediaan tempat ibadah, fasilitas bersuci, jaminan makanan dan minuman halal (GMTI, 2017; Subarkah, 2018; dan LPPOM-MUI, 2019). Sehingga, dapat didefinisikan pariwisata Halal sebagai salah satu jenis wisata yang bertumpu pada ketentuan syariah dalam penyediaan produk dan layanan pariwisata untuk memenuhi kebutuhan wisatawan Muslim, khususnya, dan non Muslim, secara umum (Aulia, *et al.*, 2019).

Tidak ada kriteria atau standar universal yang diterima oleh semua sektor. Namun demikian, sumber daya dalam konteks konsep pariwisata halal dalam praktiknya berorientasi untuk memenuhi kebutuhan dasar Muslim yang sensitif dalam aspek keagamaan (Diker, *et.al.*, 2018). Dalam konteks ini, konsep pariwisata halal berkaitan dengan tersedianya jasa penginapan halal (hotel/*homestay*), restoran/café halal, transportasi halal, keuangan halal, dan destinasi halal.

2.2. Persepsi tentang Pariwisata Halal

Secara umum, Thoaha (2014) menyebutkan faktor yang mempengaruhi persepsi dan sikap seseorang terdiri dari faktor internal dan eksternal. Battour, *et.al.* (2018) dan Pandjaitan (2018) juga menyatakan bahwa agama memiliki kekuatan yang besar dalam mempengaruhi persepsi dan perilaku seseorang. Hal ini turut membangun tradisi dan budaya masyarakat dalam menjalankan aktivitas kesehariannya. Pengembangan pariwisata Halal di daerah dengan mayoritas Muslim dapat menjadi bentuk aktualisasi budaya yang menjadi daya tarik khas serta memperkuat citra dan karakteristik produk lokal (supply-driven) (Pratama, *et al.*, 2020).

Bastaman (2018) mengemukakan pariwisata Halal diperuntukkan bagi wisatawan Muslim dan telah menjadi segmen pasar baru, namun keunikan dan identitas budaya yang khas menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan non-Muslim. Permadi, *et.al.*, (2018) juga menyebutkan bahwa mayoritas penduduk Muslim menunjukkan penerimaan yang sangat baik dan positif terhadap pembangunan pariwisata Halal. Hal ini dikarenakan pariwisata Halal sangat berkaitan dengan agama Islam, yang akan memberikan manfaat dan kemaslahatan kehidupan. Selanjutnya, Fikri dan Pane (2019) menegaskan bahwa penerapan pariwisata Halal mampu merubah persepsi negatif dari masyarakat tuan rumah dan wisatawan tentang pariwisata. Penerapan konsep Halal akan memberikan dampak pada lingkungan yang bersih dan asri, akomodasi yang ramah dan nyaman, keadaan yang

aman, makanan telah terjamin (Han, *et.al.*, 2019; Wahyulina, *et.al.*, 2018), masyarakat yang ramah terhadap wisatawan, serta menyuguhkan keaslian budaya masyarakat setempat (Isa, *et.al.*, 2018).

2.3. Kelompok Milenial

Kelompok *milenial* ini disebut juga dengan generasi Y yang memiliki rentan usia 20 tahun hingga 38 tahun dan berpotensi sebagai segmen konsumen yang tumbuhnya paling cepat, dan saat ini mewakili 20% wisatawan internasional. Kelompok milenial pada umumnya adalah kelompok yang unik dengan kebutuhan, karakter, motif dan harapan khusus. Berbeda dengan generasi sebelumnya, milenial disebut sebagai penduduk asli digital dan sering berbagi pengalaman dan pendapat mereka secara terbuka di internet, khususnya di situs media sosial. Memiliki akses yang lebih besar terhadap pendidikan dan informasi, menempatkan lebih banyak waktu dan usaha untuk melakukan penelitian komprehensif sebelum membuat jadwal perjalanan (Mastercard & HalalTrip, 2017).

Di tengah era digitalisasi, dengan besarnya potensi yang dimiliki, Muslim *milenial* memegang peranan penting dalam pengembangan pariwisata Halal. Generasi ini diharapkan dapat melahirkan inovasi untuk mendorong perkembangan wisata Halal, karena dalam setiap usaha baru perlu sebuah regenerasi yang dapat menyebarkan pengetahuan dan pengalaman baru (Rahmat dan Ashadi, 2019). Muslim *milenial* harus membumikan pariwisata Halal agar pelaku usaha dan bisnis pariwisata menyediakan dan memberikan produk serta fasilitas pendukung untuk tetap menjalankan syariat agama (Mohsin, *et al.*, 2016).

3. METODOLOGI PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif fenomenologi (Ahira, 2011; Moleong, 2011). Pengumpulan data diperoleh melalui observasi dan wawancara mendalam terhadap 9 orang pelaku usaha pariwisata dari kelompok Muslim *milenial* di pulau Lombok dengan rentang usia 19-39 tahun (GMTI, 2019). Latar belakang informan meliputi pemilik restoran, manajer café', asisten manajer hotel, pemilik dan pengelola homestay, dan pengelola desa wisata. Untuk mendapatkan informan ditentukan dengan *snowball sampling*. Data yang diperoleh kemudian dilakukan reduksi data, penyajian data, verifikasi dan penarikan kesimpulan (Miles and Huberman, 2009).

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1. Kelompok Milenial dalam Industri Pariwisata Halal

Perkembangan teknologi yang begitu cepat, memaksa pelaku industri untuk terus melakukan inovasi termasuk dalam industri pariwisata. Saat ini peningkatan populasi penduduk Muslim dunia menjadi peluang pasar yang sangat menjanjikan bagi industri pariwisata. Kelompok *milenial* merupakan penduduk asli digital yang memudahkan beradaptasi terhadap suatu perubahan, karena akses internet menjadi kunci informasi (GMTI, 2017). Sehingga, Subarkah (2018) menyebutkan bahwa generasi *milenial* Muslim merupakan kelompok yang unik dan potensial menjadi target pasar serta pelaku industri pariwisata Halal di NTB.

Di pulau Lombok, kelompok *milenial* telah menjadi generasi penerus dari keberlanjutan usaha pariwisata. "Peluang besar buat kita yang masih muda, yang seumuran semakin gencar dengan perkembangan pariwisata Halal ini. Saya mengembangkan usaha ini karena terinspirasi dari orang tua saya" (Dessy - Pemilik Cafe,

Senggigi). Selain itu, “kita melibatkan seluruh masyarakat setempat termasuk pemuda sebagai pengelola dan pelaku usaha” (Rahul – Ketua Pengelola Desa Wisata, Lombok Tengah). Kelompok *millenial* telah turut terlibat langsung dalam industri pariwisata Lombok seperti Desa Wisata, Restoran / Rumah Makan / Cafe, Perhotelan, hingga tour guide dan travel agent. Keterlibatan ini tidak hanya sebatas sebagai pelaksana melainkan telah terlibat mulai dari proses perencanaan, pengembangan, pelaksanaan hingga monitoring dan evaluasi. Selanjutnya, “disini anak-anak muda mempunyai posisi strategis, sebagian besar sebagai staf, justru usianya dibawah 35 tahun itu lebih mendominasi yaitu sekitar lebih dari 80 persen” (Ahmad – Asisten Manajer Hotel, Mataram). Pernyataan ini turut memperkuat keterlibatan dan peran kelompok *milenial* yang sangat besar dalam sektor pariwisata bahkan dapat menunjang keberlanjutan pengembangan pariwisata Lombok.

Hasil ini menunjukkan kelompok *milenial* telah menjadi generasi penerus dari keberlanjutan usaha pariwisata di pulau Lombok, bahkan telah menempati posisi-posisi strategis. Mereka telah melihat dan menyadari peluang yang tersedia dan turut mengambil peran dalam meneruskan usaha pariwisata yang dibangun dan dikembangkan oleh pedahulunya. Pelibatan penuh dari kelompok *milenial* ini dapat dikembangkan untuk memenuhi kebutuhan pasar Muslim yang memiliki perilaku unik seperti *Flexible itinerary, Experiences, Technology, Information, and Sharing* yang dapat mempengaruhi keputusannya melakukan perjalanan wisata (Subarkah, 2018 dan GMTI, 2017). Pelayanan sesama kelompok *milenial* dapat menjadi daya tarik tersendiri. Serta telah terbangun rasa kepemilikan bersama terkait pariwisata sehingga terbangun kesadaran dari semua kelompok pelaku usaha *milenial* untuk tetap melakukan pengembangan produk dan menyesuaikan pasar dengan menerapkan konsep pariwisata Halal.

4.2. Implementasi Pariwisata Halal di Desa Wisata

Pengembangan konsep pariwisata Halal di Lombok secara langsung maupun tidak langsung mempengaruhi pertumbuhan destinasi wisata. Konsep ini dirasakan mampu mendekatkan dan melekatkan pariwisata sebagai bagian penting dalam masyarakat. “Pariwisata halal ini mampu menjaga kebudayaan atau tradisi kita terutama yang islami” (Rahul – Pengelola Desa Wisata, Lombok Tengah). Hal ini membangun pemahaman atau terminologi baru bahwa pariwisata bukan lagi semata-mata tentang perekonomian, tetapi mencakup sosial budaya dan lingkungan. Sehingga terbangun kesadaran seluruh kelompok masyarakat untuk terlibat dan turut bertanggung jawab dalam menjaga kelangsungan pariwisata.

Secara umum, tingkat pemahaman tentang konsep pariwisata Halal dari pelaku usaha kelompok *milenial* yang bergerak di desa wisata masih belum familiar. “Nah kalau Pariwisata Halal kurang tau, kita disini ada atraksi budaya yang kamu kuatkan seperti membaca daun lontar, hikayat, nembang” (Yudi – Pengelola Desa Wisata, Lombok Tengah). Tampak kebingungan saat membahas terkait definisi dan konsep pariwisata Halal, namun tanpa disadari mereka telah menerapkan konsep Halal dalam pelaksanaan pengembangan desa wisata, melalui atraksi dengan nuansa budaya. “Disini kita mulai membangkitkan kembali tradisi kulintang tradisional dan rebana. Terus setiap kegiatan masyarakat kita tawarkan juga ke wisatawan termasuk gotong royong membangun Masjid bahkan turis ikut nyumbang” (Rahmat – Pengelola Desa Wisata, Lombok Timur).

Hasil ini menunjukkan bahwa, penerapan pariwisata Halal di Lombok mendapat respon positif dari pelaku desa wisata. Sesuai dengan hasil penelitian Permadi, *et.al.* (2019) bahwa masyarakat NTB memiliki persepsi yang baik dan sikap yang positif atas penerapan pariwisata Halal. Adanya konsep pariwisata Halal ini mampu mengangkat dan

memperkuat kultur budaya religius masyarakat setempat (Pratama, 2020; Qodariyah dan Wahed, 2018; Suyatman, *et.al.*, 2018). Serta mampu membangun rasa dan sikap toleransi antar masyarakat, tercipta lingkungan yang terjaga, aman dan nyaman (Fikri dan Pane, 2019).

Penerapan pariwisata Halal di desa wisata mulai terintegrasi dengan pariwisata berkelanjutan. Pendekatan religi dalam pengembangan pariwisata mampu mendorong pelaku usaha untuk melibatkan masyarakat lebih luas dan kembali pada kearifan lokal setempat.

Kami lebih memilih untuk menggunakan rumah warga sebagai homestay.

Itu kita manfaatkan dengan harapan bahwa masyarakat bisa berinteraksi langsung dengan wisatawan lokal dan mancanegara, sehingga terjadi sharing mengenai budaya, sharing informasi dan ada edukasi juga disana (Rahul - Pengelola Desa Wisata, Lombok Tengah).

Model integrasi ini diterapkan dalam berbagai akomodasi maupun aktivitas atraksi yang dikembangkan di desa wisata, seperti adaptif *Homestay* dengan memanfaatkan rumah warga, pengembangan kebun herbal pemanfaatan lahan tidak produktif, hingga kesenian lokal (membaca lontar, rebana, nembang, dll).

4.3. Implementasi Pariwisata Halal di Hotel dan Homestay

Pada umumnya telah banyak sumber informasi dan pengetahuan secara akademis dan kebijakan terkait konsep pariwisata halal di perhotelan atau akomodasi. Majelis Ulama Indonesia melalui Dewan Syari'ah Nasional telah memiliki ketentuan dan standar mengenai penerapan hotel syari'ah di Indonesia. Akan tetapi belum semua pelaku usaha bidang perhotelan dan *homestay* memiliki pengetahuan dan pemahaman yang sama terkait itu. "*Untuk pariwisata Halal sendiri, ini acuannya kepada bagaimana fasilitas-fasilitas mengarah kepada syari'ah. Dan hotel kita masuk pada kategori 2 dari MUI*" (Rahmat, Asisten Manajer Hotel, Mataram).

Berbeda dengan pengelola homestay yang masih menerka-nerka terkait penerapan konsep pariwisata Halal. Secara umum, pelaku usaha homestay untuk kelompok *milenial* ini telah mengetahui *branding* Lombok sebagai Destinasi Pariwisata Halal namun bentuk penerapannya belum secara lugas diketahui, walaupun secara pemahaman sudah mulai mengarah pada ketersediaan fasilitas penunjang untuk Muslim.

Disini masih belum ada fasilitas khusus karena disini pasar kami masih dari Eropa. Nanti kalau sudah masuk pasar dari Timur Tengah mungkin kita akan siapkan fasilitas khususnya seperti arah kiblat, disini juga banyak Masjid (Malik - Pemilik Homestay, Lombok Timur). Selain itu, untuk fasilitas mulai dari ada fasilitas untuk shalat, mukena, tempat wudhu dan sebagainya. Kemudian kalau saya sih tidak berfikir ya ada pelarangan-pelarangan (Latif - Pemilik Homestay, Lombok Tengah).

Ini menunjukkan bahwa penerapan konsep pariwisata Halal di homestay masih belum mulai diterapkan secara menyeluruh, tetapi sudah mulai ada rencana pengembangan fasilitas penunjang sesuai konsep pariwisata Halal. Menariknya, untuk usaha perhotelan dan homestay memiliki sikap yang positif terhadap kebijakan pemerintah yang berlaku, namun masih perlu arahan dan pendampingan langsung untuk penerapannya. Khususnya untuk homestay.

Fasilitas penunjang untuk penerapan konsep Halal di perhotelan dan homestay tidak terbatas pada kelengkapan ibadah, melainkan ketersediaan makanan halal hingga pelayanan. Semuanya harus dilaksanakan sesuai prinsip halal atau syari'at. Untuk itu,

perlu ada atribut-atribut yang mampu mendukung pemahaman atau bersifat edukasi terkait Islam serta peraturan tertentu.

1. Pelayanan

Pelayanan di Grand Madani Hotel telah menerapkan prinsip syari'ah sesuai arahan dari MUI. Selanjutnya terdapat atribut penunjang seperti papan informasi dan pemberitahuan mengenai etika bertamu di hotel.

Kita sampaikan melalui resepsionis, dan kita juga ada papan informasi untuk itu yang mereka bisa baca langsung, yang secara jelas kami sampaikan bahwa kami tidak menerima pasangan yang bukan mahromnya. Kita minta identitasnya untuk mereka yang berpasangan, jika tidak suami istri tidak kami terima. Kita sampaikan itu. Dan kalau mengaku suami istri kami akan meminta dan memastikan identitasnya harus alamatnya sama (Asisten Manajer Hotel, Mataram).

Pemberlakuan ketentuan ini untuk menjaga prinsip syari'at yang sudah menjadi ketetapan hotel. Hal ini penting dalam prinsip Syari'ah untuk menghilangkan unsur maksiat di perhotelan dan homestay. Sehingga alternatif termudah untuk melakukan seleksi atau sortir wisatawan yang berpasangan yaitu dengan meminta menunjukkan identitas masing-masing tamu kemudian verifikasi status dan alamat tempat tinggal. Verifikasi tamu menggunakan buku nikah tidak menjadi rekomendasi, mengingat perilaku wisatawan dalam perjalanan tidak serta merta membawa buku nikah.

Hal yang berbeda ditunjukkan oleh pengelola homestay yang tidak ada pelayanan khusus untuk tamu. Pangsa pasar dan dampak ekonomi menjadi acuan utama dalam pelayanan di homestay. Umumnya, tamu homestay merupakan wisatawan *backpacker* dengan *budget* standar. Selain itu, untuk keberlangsungan homestay harus tetap ada tamu yang menginap. Sehingga, pemilih homestay tidak melakukan seleksi bagi wisatawan mancanegara. Perlakuan berbeda diberikan bagi tamu lokal maupun wisatawan nusantara, yang mana langsung membatasi dan melakukan penolakan bagi pasangan yang bukan muhrim.

Kalau tamu asing tidak kita tanyakan, dan kalau tamu sini masih lah kita tanyakan apakah pasangan menikah atau belum, kalau belum kita suruh pisah kamar (Malik - Pemilik Homestay, Lombok Timur). Pernah ada tamu lokal yang menghubungi, booking kamar dan menanyakan boleh bawa pacar tidak? Langsung saya jawab kalau mau sekamar sama pacar silahkan cari penginapan yang lain. Tapi kalau turis bule saya tidak berani menanyakan itu, takut tersinggung terus tidak mau kesini lagi (Latief - Pemilik Homestay, Lombok Tengah).

Perbedaan perlakuan terhadap wisatawan mancanegara dan lokal dilandasi karena rasa kekeluargaan dan keterikatan emosional dalam hal melakukan perbuatan yang tidak baik. Tidak demikian pada wisatawan mancanegara yang secara kultur dan budayanya menganggap hidup bersama tanpa pernikahan menjadi sebuah kewajiban.

2. Kamar Tidur Tamu

Terlepas dari fasilitas umum, ketentuan dalam kamar tamu juga sangat menentukan kenyamanan dalam menikmati pelayanan hotel. Kamar menjadi ruang privasi bagi tamu sehingga fasilitas penunjang halal sangat bersentuhan langsung dengan tamu. Sehingga, fasilitas untuk memudahkan tamu untuk tetap beribadah harus tersedia lengkap.

Fasilitas didalam kamar itu ada kelengkapan sholat, Al-Qur'an, kemudian didalam kamar mandinya ada fasilitas keran untuk berwudhu tidak terbatas shower buat mandi dan kita pasang stiker-stiker do'a seperti do'a keluar-masuk kamar mandi (Asisten Manajer Hotel, Mataram).

Gambaran ini menunjukkan bahwa fasilitas dalam kamar tamu bukan semata untuk peralatan sholat, melainkan keutamaan untuk bersuci dapat dipermudah dan tetap terjaga kesuciannya. Akan tetapi belum ada penerapan seperti ini di tingkatan homestay.

3. Makanan dan Minuman

Pariwisata halal tidak bisa terlepas dari makanan dan minuman, bahkan yang paling melekat dengan pengetahuan wisatawan terkait konsep halal adalah terkait makanan dan minuman. Sehingga, dalam akomodasi seperti perhotelan dan homestay harus memperhatikan aspek ketersediaan makanan dan minuman Halal. "Kita berkomitmen bahwa untuk semua bahan baku yang kita gunakan dan produk-produk makanan yang kita produksi sendiri itu 100 persen Halal dan kita sudah dapatkan sertifikat halal dari MUI" (Asisten Manajer Hotel, Mataram).

Selain staf produksi makanan dan minuman di restoran Grand Madani Hotel adalah Muslim, secara manajemen juga tetap melakukan sertifikasi makanan Halal. Hal ini penting karena adanya kesadaran dan pemahaman bahwa makanan halal bukan hanya tentang produk melainkan proses produksi juga. Sedangkan pada homestay, belum terlintas untuk melakukan sertifikasi makanan Halal. Selain pengetahuan yang masih rendah juga diasumsikan bahwa tidak adanya ketersediaan bahan baku yang haram seperti daging babi dan bangkai serta pengolahannya dilakukan semua oleh Muslim makanan yang dihasilkan pun Halal. "Selalu Halal sih ya, kan karena kita Muslim jadi gak menyediakan yang haram" (Latief - Pemilik Homestay, Lombok Tengah).

4. SDM

Pemahaman dan keteampilan staf menjadi penting dalam menerapkan prinsip-prinsip halal. Sebagai sebuah terobosan dan inovasi baru, penting dilakukan peningkatan kapasitas bagi staf perhotelan dan homestay. Selain itu juga harus tersedia ketentuan-ketentuan pelayanan dan SOP yang sesuai dengan prinsip Halal. Salah satunya mengenai etika berpakaian yang sopan bagi staf maupun bagi tamu. "Dari segi karyawan sendiri untuk yang wanita diwajibkan memakai jilbab" (AHM Grand Madani Hotel, Mataram). Selain itu, Grand Madani Hotel memiliki budaya kerja yang santun dan hormat kepada semua tamu. Setiap staf, setiap bertemu dengan tamu diharuskan mengucapkan salam, termasuk saat memasuki ruangan atau kamar untuk dibersihkan maupun setelah dibersihkan. Serta ornamen dan musik yang diputar bernuansa Islami untuk memperkuat citra hotel syaria'ah.

Hasil ini menunjukkan bahwa fasilitas Halal menjadi perhatian khususnya wisatawan Muslim yang harus disiapkan oleh para pelaku usaha pariwisata. Pelaku usaha dari kelompok *milenial* telah menyadari hal tersebut dan turut memulai pengembangan dan penerapan konsep Halal. Fasilitas penunjang untuk penerapan konsep Halal di perhotelan dan homestay tidak terbatas pada kelengkapan ibadah, melainkan ketersediaan makanan Halal hingga pelayanan. Dengan adanya fasilitas tersebut maka wisatawan Muslim akan merasa puas dan merasa nyaman (Karim dan Abror, 2019). Penerapan fasilitas tersebut harus dilaksanakan sesuai prinsip Halal atau syaria'at. Untuk itu, perlu ada

atribut-atribut yang mampu mendukung pemahaman atau bersifat edukasi terkait Islam serta peraturan tertentu. Fitriani 2008 dan Henderson 2015 menyebut terdapat atribut-atribut yang perlu diterapkan dalam menunjang konsep Halal pada hotel/homestay.

4.4. Implementasi Pariwisata Halal di Restoran dan Cafe'

Makanan dan minuman menjadi bagian penting dalam penerapan konsep pariwisata halal. ketersediaan makanan dan minuman halal memberikan sensasi baru bagi wisatawan non Muslim dan menjadi *lifestyle* hidup sehat dengan mengkonsumsi makanan Halal (Bastaman, 2018; Battour dan Ismail, 2015). "Banyak tamu itu yang suka Halal. Jarang juga nyari daging babi, jarang. Karena mereka sudah tau kalau kita kan kebanyakan Muslim. Walaupun mereka itu lain agama, tetap kita kasi tau" (Iwan - Manajer Cafe, Lombok Tengah).

Untuk makanan Halal secara umum dapat diterima oleh wisatawan baik Muslim dan non Muslim. Akan tetapi, masih menjadi pertimbangan pelaku usaha restoran atau rumah makan dalam menerapkan prinsip Halal yaitu ketersediaan minuman beralkohol seperti bir. "Sebenarnya bir itu kan seperti air putihnya dia. Kalau tidak ada bir, tidak akan masuk ke sini" (Iwan - Manajer Cafe, Lombok Tengah). "Sejak 2018, restoran kita sudah mendapatkan sertifikat Halal. Cuman karena bule ya, kita maklumin. Karena posisinya suka bawa minuman sendiri. Tapi kita siapkan gelas yang terpisah" (Dessy - Pemilik Cafe, Senggigi).

Masih terbatasnya pasar Muslim atau wisatawan dari Timur Tengah mengakibatkan penerapan sistem jaminan makanan Halal belum terlaksana dengan optimal. Sejauh ini DSN-MUI telah memiliki standar dan kategori untuk restoran Halal, disebutkan bahwa kategori restoran Halal terdiri dari 2 yaitu : Hilal 1, makanan dan minuman harus halal dan tersertifikat. Artinya tidak boleh ada tersedia makanan atau minuman beralkohol. Sedangkan pada Hilal 2 terdapat pengecualian, boleh menyediakan minuman beralkohol tetapi harus terpisah dengan minuman halal baik itu ruangan, peralatan dan tempat membersihkan.

Pelaku usaha sendiri masih melihat dominasi wisatawan, sehingga dalam penerapan prinsip halal yang penuh dalam usaha makanan dan minuman dilakukan secara perlahan. Dalam mensiasati kebutuhan minuman beralkohol wisatawan, pelaku usaha telah mempersiapkan area dan peralatan tersendiri yang terpisah dengan peralatan makanan dan minuman halal. Seperti gelas sudah terpisah sendiri untukantisipasi tamu yang bawa minuman sendiri. Selain itu, dilakukan edukasi secara perlahan dengan menawarkan minuman yang lain seperti jus buah yang baik untuk kesehatan dan kopi tradisional yang khas.

Memang stock bir sudah saya kurangi, cuman sekedar jadi pemancing aja. Saya alihkan ke jus atau coffee atau ice tea. Dan sejak pindah ke sini, semula kita ada bar tapi sekarang sudah tidak lagi, diutamakan coffee shop (Iwan - Manajer Cafe, Lombok Tengah).

Hasil ini menunjukkan bahwa pelaku usaha restoran dan cafe' dari kelompok *milenial* telah menyediakan makanan dan mengikuti standar Halal. Akan tetapi, untuk penyajian minuman masih menyediakan minuman beralkohol, karena masih menyesuaikan permintaan dan kebutuhan konsumen non Muslim.

4.5. Faktor yang mempengaruhi implementasi konsep pariwisata Halal

Pariwisata Halal di Pulau Lombok secara perlahan mulai diterapkan oleh para pengusaha khususnya pelaku usaha pariwisata dari kelompok milenial. Berdasarkan

keterangan dari pelaku usaha kelompok milenial dibidang perhotelan, homestay, restoran, café' dan desa wisata, terdapat beberapa faktor pendukung dan faktor penghambat.

Faktor Pendukung

Para pelaku usaha pariwisata dari kelompok milenial memiliki kemauan yang sangat tinggi untuk menerapkan konsep pariwisata Halal, karena adanya peraturan dan kebijakan pemerintah pusat maupun pemerintah daerah Nusa Tenggara Barat, yang mem-back up aktivitas kepariwisataan. Hal tersebut dilatar belakangi adanya potensi pasar wisata yang sangat besar, seperti masyarakat Negara-negara Timur Tengah yang mau berkunjung ke Indonesia. "Kalau saya pindah ke bisnis hotel syari'ah, saya akan ikut mendukung program pemerintah tersebut pariwisata Halal. begitu kata CEO kami" (Asisten Manajer Hotel, Mataram).

Para pelaku usaha pariwisata dari kelompok milenial juga lebih menguasai dan memanfaatkan teknologi dalam beraktifitas, memudahkan akses pasar, membuka jaringan yang lebih luas dengan banyak pihak. "The best, ini peluang besar. Apalagi pemerintah giat untuk disebar luaskan" (Dessy - Pemilik Cafe, Senggigi). Hal ini tidak terlepas dari karakteristik generasi milenial yang merupakan penduduk asli digital (Mastercard & HalalTrip, 2017). Selain itu juga, masyarakat pulau Lombok yang mayoritas muslim, yang didampingi tokoh agama dan tokoh adat, tentu lebih mudah melakukan penyesuaian dan menerima perubahan dalam beraktivitas untuk mendukung pariwisata Halal.

Faktor Penghambat

Para wisatawan mancanegara cukup mendominasi kunjungan wisata yang sekaligus memanfaatkan jasa akomodasi (hotel/ homestay), restoran/ café', dan kunjungan desa wisata di pulau Lombok. Dalam penerapan pariwisata Halal pelaku usaha dihadapkan beberapa kendala atau hambatan. Pengelola hotel/ homestay memiliki sikap sungkan untuk menolak kedatangan tamu wisatawan mancanegara (non muslim), yang datang berpasangan untuk tinggal menginap dalam satu kamar, tidak ditanyakan status perkawinannya. Dari sisi lain pengelola berupaya agar bisnisnya berkesinambungan, dengan berusaha agar hotel/ homestay tetap ada tamu yang menginap, tanpa melihat identitas atau asal usulnya. Selain itu, Pengelola restoran/ café' dihadapkan dengan masalah permintaan pengunjung (wisatawan) yang mau disiapkan minuman yang beralkohol (walaupun kadar alkoholnya rendah seperti minuman BIR). Pengelola memiliki sikap sungkan untuk menolak permintaan tamu wisatawan mancanegara (biasanya non muslim) untuk penyajian minuman. Nampaknya merekapelaku usaha memiliki sikap tidak berani kehilangan konsumen atau pelanggan.

Sosialisasi tentang peraturan dan kebijakan pariwisata Halal serta cara mengimplementasikannya masih kurang dilakukan oleh pemerintah dan lembaga terkait (MUI), sehingga pengetahuan dan pemahaman yang lebih luas dan lebih dalam belum menyentuh hati para pelaku bisnis di bidang pariwisata khususnya pengelola hotel/ homestay, dan pengelola restoran/ café'.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan dapat ditarik kesimpulan bahwa pelaku usaha kelompok *milenial* di sektor pariwisata memiliki persepsi yang baik dan sikap yang positif terhadap implementasi konsep pariwisata Halal di pulau Lombok. Keterbatasan pengetahuan dan pemahaman terkait indikator dan standar Halal tidak menjadi hambatan yang besar untuk menerapkan prinsip Halal karena merupakan budaya dan kultur masyarakat Lombok. Penerapan konsep Halal di Desa Wisata, Perhotelan, Homestay, dan Restoran atau Rumah Makan secara umum telah disesuaikan dengan standar yang ditentukan oleh MUI. Selanjutnya, kebijakan pemerintah NTB mengenai Pariwisata Halal dan rasa tanggung jawab moral seorang Muslim memperkuat dorongan implementasi konsep pariwisata Halal di pulau Lombok. Dan ini akan menunjang keberlanjutan pariwisata Halal di pulau Lombok.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahmadi, A and Syafutri, H.D., (2020). Socio-Cultural Aspects of the Sasak Tribe of Lombok and Educational Values of Sri Rinjani Novel by Eva Nourma (A Study of Literary Sociology). *Jurnalistrendi*, 5(1): 76-85
- Ahira, A., (2011). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta
- Alrwajfah, M.M., Garcia, F.A., and Macias, R.C., (2019). Residents' Perceptions and Satisfaction toward Tourism Development: A Case Study of Petra Region, *Jordan. Sustainability* 11 (1907): doi:10.3390/su11071907
- Aulia, N.U., M. Sani U., dan Medy K.S., (2019). Implementasi Pengembangan Pariwisata Halal di Lombok. *Talenta Conference Series: Energy and Engineering* 2(1): 295-302
- Batour, M., and Ismail, M.N., (2015). Halal Tourism : Concepts, Practices, Challenges and Future. *Tourism Management Perspectives* 19: 150-154. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2015.12.008>
- Battour, M., Hakimian, F., Ismail, M., and Bogan, E., (2018). The perception of non-Muslim tourists towards halal tourism: Evidence from Turkey and Malaysia. *Journal of Islamic Marketing*. doi.org/10.1108/JIMA-07-2017-0072
- Bastaman, A., (2018). Lombok Islamic tourism attractiveness: Non-moslem perspectives. *Int. J Sup. Chain. Mgt* 7 (2).
- Daulah, S.K., Suharko, I Made K., dan Dedi D., (2018). Debating Halal Tourism Between Values and Branding: A Case Study of Lombok, Indonesia" in *The 1st International Conference on South East Asia Studies, 2016*, KnE Social Sciences: 94-515
- Diker, O., Hacı M. Y., dan Marziyehsadat T., (2018). Determining The Halal Tourism Concept Perception of Hotel Managers in Canakkale. *Turkies Studies: Social Science* 13/26: 493-509
- Fikri, M.E dan Pane, D.N., (2019). Kajian Destinasi Wisata Halal Kota Medan Dalam Persepsi Pemasaran Wisata. *Jurnal Manajemen Tools* 11 (1): 263-270

- Fitriani, H., (2008). Proyeksi Potensi Pengembangan Pariwisata Perhotelan dengan Konsep Syariah. *Muslim Heritage* 3(1): 41-59
- Global Muslim Travel Index, (2017). Global Muslim Travel Index 2017. *Mastercard and Halal Trip*. Singapore
- Han, H., Al-ansi, A., Olya, H.G.T., and Kim, W., (2019). Exploring halal-friendly destination attributes in South Korea: Perceptions and Behaviors of Muslim travelers toward a non-Muslim destination. *Tourism Management* 71 : 151-164
- Henderson, J. C., (2015). Halal Food, Certification And Halal Tourism: Insights From Malaysia And Singapore. *Tourism Management Perspectives*. <http://dx.doi.org/10.1016/j.tmp.2015.12.006>
- Isa, S.M., Chin, P.N., dan Mohammad, (2018). Muslim tourist perceived value: a study on Malaysia Halal tourism. *Journal of Islamic Marketing*. doi.org/10.1108/JIMA-11-2016-0083
- Jafari, J., and Scott, N., (2014). Muslim World and Its Tourisms. *Annals of Tourism Research* 44: 1-19.
- Kanom and Zazilah, A.N., (2019). Community Based Tourism Development Strategy in Mandalika Kuta Lombok. *Scientific Development Media* 14(4)
- Karim,H., dan Abror, (2019). Pengaruh Dimensi Kualitas Jasa terhadap Minat Mengunjungi Kembali Wisatawan pada Objek Wisata Pantai Carocok Painan. *Jurnal Kajian Manajemen Bisnis* 8(1):1-9
- LPPOM-MUI, (2019). *Profil LPPOM-MUI*. Jakarta
- Mastercard & Halal Trip, (2017). Muslim Millennial Travel Report 2017. Singapore: Mastercard & HalalTrip.
- Moleong, L.J., (2011). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT Remaja Rosdakarya. Offset. Bandung
- Mohsin, A.; Ramli, N., dan Alkhulayfi, B. A., (2016). Halal Tourism: Emerging Opportunities. *Tourism Management Perspectives* 19: 137-143
- Pandjaitan, D.R.H., (2018). *Perilaku Konsumen Indonesia Memilih Destinasi Wisata Halal*. Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Lampung. Lampung.
- Permadi, dkk., (2018). Persepsi Dan Sikap Masyarakat Terhadap Rencana Dikembangkannya Wisata Syariah (Halal Tourism) Di Provinsi Nusa Tenggara Barat. Amwaluna. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah* 2 (1).
- Pratama, A.A., Busaini, dan A. Saufi, (2020). Content Anaysis Determining in The Sustainability Potential of Lombok Tourism Industry. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding* 7(8).

- Qodariyah, L., dan Wahed, S., (2019). Local Wisdom Based Tourism in Sharia Tourism Perspective. *Advance in Scial Scieebce. Education and Humanities Research* 383
- Saufi, et all., (2015). *Lombok Island Sustainable Tourism Master Plan 2015-2019*. NTB Bappeda.
- Rahmat, Ihsan, dan Ashadi C., (2019). Desa Wisata Berkelanjutan di Nglanggeran: Sebuah Taktik Inovasi. *Jurnal Pariwisata Pesona* 4(1): www.bappeda.ntbprov.go.id
- Saufi, A., O'Brien, D., and Wilkins, H., (2014). Inhibitors to host commu nity participation in sustainable tourism development in developing countries. *Journal of Sustainable Tourism* 22(5): 801-820
- Subarkah, A.R., (2018). Potensi dan Prospek Wisata Dalam dalam Meningkatkan Ekonomi Daerah (Studi Kasus Nusa Tenggara Barat). *Jurnal Sospol* 4(2): 49-72
- Sulhaini., Saufi, A., dan Rusdan, (2017). Developing Halal Tourist Destination: Investigating Lombok's Potentials from Destination Marketing Perspective. *Balancing Development and Sustainability in Tourism Destinations: 67-78*, DOI : 10.1007/978-981-10-1718-6_8
- Suranto, AW., (2010). *Komunikasi Sosial Budaya*. Graha Ilmu. Yogyakarta
- Sutono, A., (2019). *Wonderful Halal Tourism For People Quality Of Life*. Kementrian Pariwisata. Jakarta
- Suyatman, U., Ruminda., dan Yatmikasari, I., (2018). *Pulau Lombok : Pengembangan Pariwisata Halal Dalam Bingkai Kearifan Lokal*. Lembaga Penelitian dan Penerbitan UIN Sunan Gunung Djati
- Thoha, Miftah, (2014). *Perilaku Organisasi Konsep Dasar dan Aplikasinya*. PT Raja Grafindo Persada. Jakarta
- Wahyulina, S., Darwini, S., Retnowati, W., dan Oktaryani, S., (2018). Persepsi Wisatawan Muslim Terhadap Sarana Penunjang Wisata Halal Dikawasan Desa Sembalun Lawang Lombok Timur. *JMM Unram*. E-ISSN : 2548-3919
- Yusuf al-Qaradhawi, (2017). *Tuntas Memahami Halal dan Haram*. PT. Serambi Semesta Distribusi. Jakarta