

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Deskripsi Pustaka

1. Definisi Pariwisata

Pariwisata adalah salah satu jenis industri baru yang mampu mempercepat pertumbuhan ekonomi dan penyediaan lapangan kerja, peningkatan penghasilan, standar hidup serta menstimulasi sektor-sektor produktif lainnya. Selanjutnya, sebagai sektor yang kompleks, ia juga merealisasi industri-industri klasik seperti industri kerajinan tangan dan cinderamata. Penginapan dan transportasi secara ekonomis juga sebagai industri.¹

Menurut undang-undang No. 10 tahun 2009 pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha pemerintah, dan pemerintah daerah.²

Menurut Oka A.Yoeti, pengertian pariwisata secara bahasa sansekerta yaitu:

- 1) Pari: banyak, berkali-kali, berputar-putar, lengkap
- 2) Wisata: perjalanan, bepergian³

Atas dasar itu, maka istilah pariwisata adalah segala sesuatu perjalanan yang dilakukan dari satu tempat ke tempat yang lain.

2. Definisi Wisata Syariah

Wisata syariah dalam Hery Sucipto dan Fitria Andayani didefinisikan sebagai upaya perjalanan atau rekreasi untuk mencari kebahagiaan yang tidak bertentangan dan menyalahi prinsip-prinsip ajaran Islam, serta sejak awal diniatkan untuk mengagumi kebesaran ciptaan Allah. Selain itu, perjalanan dengan tujuan tertentu juga diniatkan sebagai sebuah perjalanan syiar, setidaknya dengan melafalkan ayat-ayat suci, atau bertasbih

¹S. Nyoman Pendit, *Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana*, Pradnya Paramitha, Jakarta, 2006, hlm. 32.

²Undang-undang tahun 2009 tentang Kepariwisataaan.

³Oka A. Yoeti, *Pengantar Ilmu Pariwisata*, Angkasa, Bandung, 1982, hlm. 103.

mengagumi keindahan alam sekitar, dan amalan positif lainnya yang sesuai dengan ajaran Islam serta memberi manfaat bagi kehidupan umat manusia dan lingkungan sekitar.⁴

Sedangkan wisata syariah dalam Thohir Bawazir didefinisikan sebagai perjalanan wisata yang semua prosesnya sejalan dengan nilai-nilai syariah Islam. Baik dimulai dari niatnya semata-mata untuk beribadah dan mengagumi ciptaan Allah, selama dalam perjalanannya dapat melakukan ibadah dengan lancar dan setelah sampai tujuan wisata, tidak mengarah ke hal-hal yang bertentangan dengan syariah, makan dan minum yang halal dan thoyyibah, hingga kepulangannya pun dapat menambah rasa syukur kita kepada Allah. Jadi, walaupun berwisata hanya sekedar bersenang-senang pun selama tidak ada unsur kemaksiatan masih dalam koridor syariah.⁵

Tabel 2.1
Perbandingan Pariwisata Syariah dengan Lainnya⁶

NO	Item perbandingan	Konvensional	Religi	Syariah
1	Objek	Alam, Budaya, Heritage, Kuliner	Tempat ibadah, peninggalan sejarah	Semuanya
2	Tujuan	Menghibur	Meningkatkan spiritualitas	Meningkatkan spirit religiusitas dengan cara menghibur
3	Target	Menyentuh kepuasan dan kesenangan yang berdimensi nafsu, semata-mata hanya untuk hiburan	Aspek spiritual yang bisa menenangkan jiwa, semata-mata mencari ketentraman batin	Memenuhi keinginan dan kesadaran serta menumbuhkan kesadaran beragama
4	Guide	Memahami dan menguasai informasi sehingga bisa menarik wisatawan terhadap objek wisata	Menguasai sejarah tokoh dan lokasi yang menjadi objek wisata	Membuat turis tertarik pada objek sekaligus membangkitkan spirit religiusitas wisatawan. Mampu menjelaskan fungsi dan peran syariah dalam

⁴Hery Sucipto, Fitria Andayani, *Op. Cit.*, hlm. 45.

⁵Thohir Bawazir, *Panduan Praktis Wisata Syariah*, Pustaka Al-Kautsar, Jakarta, 2013, hlm. 22.

⁶Hery Sucipto, Fitria Andayani, *Op. Cit.*, hlm. 44.

				membentuk kebahagiaan dan kepuasan batin dalam kehidupan manusia.
5	Fasilitas Ibadah	Sekedar pelengkap	Sekedar pelengkap	Menjadi bagian yang menyatu dengan objek pariwisata, ritual peribadatan menjadi bagian paket hiburan.
6	Kuliner	Umum	Umum	Spesifik yang halal
7	Relasi dengan masyarakat di lingkungan objek wisata	Komplementer dan semata-mata mengejar keuntungan	Komplementer semata-mata mengejar keuntungan	Interaksi berdasar pada prinsip-prinsip syariah
8	Agenda Perjalanan	Mengabaikan waktu	Peduli waktu perjalanan	Memperhatikan waktu

Sumber: Dr. Ngatawi Al-Zastrow, 2012

3. Karakteristik Pariwisata Syariah

Menurut Chukaew dalam Hery Sucipto dan Fitria Andayani, terdapat delapan faktor standar pengukuran pariwisata syariah dari segi administrasi dan pengelolaannya untuk semua wisatawan yang hal tersebut dapat menjadi suatu karakteristik tersendiri, yaitu:

- a. Pelayanan kepada wisatawan harus cocok dengan prinsip muslim secara keseluruhan
- b. Pemandu dan staf harus memiliki disiplin dan menghormati prinsip-prinsip Islam
- c. Mengatur semua kegiatan agar tidak bertentangan dengan prinsip Islam
- d. Bangunan harus sesuai dengan prinsip-prinsip Islam
- e. Restoran harus mengikuti standar internasional pelayanan halal
- f. Layanan transportasi harus memiliki keamanan sistem produksi
- g. Ada tempat-tempat yang disediakan untuk semua wisatawan muslim melakukan kegiatan keagamaan
- h. Berpergian ke tempat-tempat yang tidak bertentangan dengan prinsip Islam

Dari karakteristik pariwisata syariah yang dijabarkan Chukaew, terdapat empat aspek penting yang harus diperhatikan untuk menunjang suatu pariwisata syariah:

1. Lokasi: penerapan sistem Islami di area pariwisata. Lokasi pariwisata yang dipilih merupakan yang diperbolehkan kaidah Islam dan dapat meningkatkan nilai-nilai spiritual wisatawan.
2. Transportasi: penerapan sistem seperti pemisahan tempat duduk antara laki-laki dan wanita yang bukan mahram sehingga tetap berjalannya syariat Islam dan terjaganya kenyamanan wisatawan.
3. Konsumsi: Islam sangat memperhatikan segi kehalalan konsumsi, hal tersebut tertuang dalam Al-Quran Surah Al-Maidah Ayat 3. Segi kehalalan di sini baik dari sifatnya, perolehannya maupun pengolahannya. Selain itu, suatu penelitian menunjukkan bahwa minat wisatawan dalam makanan memainkan peran sentral dalam memilih tujuan wisata.
4. Hotel: seluruh proses kerja dan fasilitas yang disediakan berjalan sesuai dengan prinsip syariah. Menurut Rosenberg pelayanan di sini tidak sebatas dalam lingkup makanan maupun minuman, tetapi juga dalam fasilitas yang diberikan seperti spa, gym, kolam renang, ruang tamu, dan fungsional untuk laki-laki dan perempuan sebaiknya terpisah.⁷

4. Definisi Wisatawan

Wisatawan menurut Soekadijo, sebelum Perang Dunia II lalu lintas wisata antar Negara itu sudah begitu padat, sehingga untuk keperluan hubungan antar Negara dirasakan perlu adanya pengertian yang sama secara internasional tentang wisatawan.⁸

Pada tahun 1937, Komisi Ekonomi Liga Bangsa-Bangsa berusaha untuk merumuskan suatu definisi wisatawan yang diusulkan untuk diterima secara internasional. Diusulkan: “Hendaknya istilah ‘wisatawan’ pada dasarnya diartikan sebagai orang yang selama 24 jam atau lebih mengadakan

⁷*Ibid.*, hlm. 64.

⁸R.G. Soekadijo, *Anatomi Pariwisata Memahami Pariwisata Sebagai “Systemic Linkage”*, Gramedia Pustaka Utama, Jakarta, 2000, hlm. 10.

perjalanan di Negara yang bukan tempat kediamannya yang biasa”. Usul ini mengandung dua perubahan yang penting dari definisi-definis di atas pertama, “sementara” diukur secara pasti dengan jam, dan “sementara” diartikan 24 jam atau lebih. Ketentuan ini menghilangkan banyak kesulitan. Unsur lain yang penting ialah disebutnya ‘tempat kediamannya yang biasa’ (*a country ... in wich he usually resides*) sebagai asal tempat wisatawan. Maka, seorang Bali, misalnya yang bertempat tinggal di London karena ia bekerja di sana, adalah seorang wisatawan apabila ia berkunjung ke Bali. Definisi Liga Bangsa-Bangsa itu juga menyebutkan motif-motif apa yang menyebabkan orang asing itu harus disebut wisatawan. Mereka masuk wisatawan adalah:

- a. Orang yang mengadakan perjalanan untuk bersenang-senang, karena alasan keluarga, kesehatan dan sebagainya.
- b. Orang mengadakan perjalanan untuk pertemuan-pertemuan atau sebgai utusan (ilmiah, administratif, diplomatik, keagamaan, atletik, dan sebagainya).
- c. Orang yang mengadakan bisnis.
- d. Orang yang datang dalam rangka pelayaran pesiar, juga kalau ia tinggal kurang dari 24 jam.⁹

Akan tetapi istilah wisatawan tidak meliputi orang-orang berikut:

- 1) Orang yang datang untuk memangku jabatan atau mengadakan usaha di suatu Negara.
- 2) Orang yang datang untuk menetap.
- 3) Penduduk daerah perbatasan dan orang yang tinggal di Negara yang satu, akan tetapi bekerja di negara tetangganya.
- 4) Pelajar, mahasiswa, dan kaum muda di tempat-tempat pemondokan atau sekolah-sekolah.
- 5) Orang yang dalam perjalanan melalui sebuah Negara tanpa berhenti di situ, meskipun di Negara itu lebih dari 24 jam.¹⁰

⁹*Ibid.*, hlm. 11-12.

¹⁰*Ibid.*, hlm. 13.

Berbagai komisi PBB yang ada sangkut pautnya dengan hubungan internasional mulai mencari definisi sendiri-sendiri, sehingga ada definisi yang berbeda-beda untuk bermacam-macam keperluan. Salah satu definisi yang telah diterima oleh banyak Negara ialah definisi *U.N. Convention Concerning Customs Facilities for Touring*, yang ditetapkan pada tahun 1954. Menurut definisi itu yang disebut wisatawan adalah “setiap orang yang datang di sebuah negara karena alasan yang sah, kecuali untuk bermigrasi, dan yang tinggal setidaknya-tidaknya selama 24 jam dan selamalamanya enam bulan dalam tahun yang sama.” Menurut definisi ini orang yang mengadakan perjalanan kurang dari 24 jam bukan wisatawan.

Adanya berbagai definisi untuk berbagai keperluan itu menimbulkan kesulitan-kesulitan, antara lain dalam membanding-bandingkan statistik pariwisata dari berbagai Negara. Maka IUTO mengadakan prakarsa untuk menyusun suatu definisi seragam (*Uniform Definiton*) yang dibahas di Roma pada tahun 1963 *U.N. Conference on International Travel and Tourism*. Putusannya kemudian dengan sedikit perubahan diterima oleh *U.N Statisticl Commission* pada tahun 1968.¹¹

Definisi seragam itu menggunakan istilah ‘pengunjung’. Pengunjung meliputi dua kategori: wisatawan dan ekskursionis. Wisatawan adalah pengunjung yang di negara yang dikunjungi setidaknya-tidaknya tinggal 24 jam dan yang datang berdasarkan motivasi:

- a) Mengisi waktu senggang (untuk bersenang-senang, berlibur, untuk kesehatan, studi, keperluan agama, dan olahraga).
- b) Bisnis, keluarga, keputusan, dan pertemuan-pertemuan.

Sedangkan yang disebut ekskursionis adalah pengunjung yang hanya tinggal sehari di Negara yang dikunjunginya, tanpa bermalam. Ini juga meliputi orang-orang yang mengadakan pelayaran pesiar. Di dalamnya tidak termasuk orang-orang yang secara legal tidak memasuki suatu

¹¹*Ibid.*, hlm. 14.

Negara asing, seperti misalnya, orang yang dalam perjalanan menunggu di daerah transit di pelabuhan udara.¹²

Berkaitan dengan wisatawan, terdapat beberapa jenis wisatawan yang mengunjungi desa wisata, yaitu:

a. Wisatawan Domestik

Terdapat tiga jenis pengunjung domestik yaitu:

- 1) Wisatawan atau pengunjung rutin yang tinggal di daerah dekat desa tersebut
- 2) Wisatawan dari luar daerah (luar kota atau luar provinsi), yang transit atau lewat dengan motivasi membeli kerajinan khas setempat.
- 3) Wisatawan domestik yang secara khusus mengadakan perjalanan wisata ke daerah tertentu, dengan motivasi mengunjungi daerah perdesaan penghasil kerajinan secara pribadi.

b. Wisatawan Mancanegara

- 1) Wisatawan yang suka berpetualang dan berminat khusus pada kehidupan dan kebudayaan di pedesaan. Umumnya wisatawan ini tidak ingin bertemu dengan wisatawan lainnya dan berusaha mengunjungi kampung atau desa di mana tidak begitu banyak wisatawan asing.
- 2) Wisatawan yang pergi dalam grup. Pada umumnya mereka tidak tinggal di dalam kampung/desa dan hanya tertarik pada hasil kerajinan setempat.
- 3) Wisatawan yang tertarik untuk mengunjungi dan hidup di dalam kampung/desa dengan motivasi merasakan kehidupan di luar komunitas yang biasa dihadapinya.¹³

¹²*Ibid.*, hlm. 14-15.

¹³*Ibid.*, hlm. 70-71.

5. Pengertian Potensi Obyek dan Daya Tarik Wisata

Potensi adalah kekuatan, kesanggupan, kemampuan, kekuasaan, pengaruh, daya, kefungsian.¹⁴

Obyek wisata menurut Wardianta adalah sesuatu yang menjadi pusat daya tarik wisatawan dan dapat memberikan kepuasan pada wisatawan.¹⁵

Hal yang dimaksud dapat berupa:

- a. Yang berasal dari alam, misalnya pantai, pemandangan alam, pegunungan, hutan dan lain-lain.
- b. Yang merupakan hasil budaya, misalnya museum, candi, galeri
- c. Yang merupakan kegiatan masyarakat keseharian, tarian, karnaval, dan lain-lain.

Jadi potensi obyek wisata yang dimaksud dalam penelitian ini adalah segala sesuatu yang dimiliki oleh suatu daya tarik wisata dan berguna untuk mengembangkan industri pariwisata di daerah tersebut.

Obyek wisata bersifat taktis, yakni cara penjualannya di tempat tidak bisa dibawa pergi. Oleh karena itu, supaya dapat menikmatinya, seseorang perlu aktif mendekatinya. Seringkali wisatawan harus melakukan perjalanan dari tempat tinggalnya menuju ke lokasi obyek wisata untuk dapat menikmatinya.

Pengamatan terhadap obyek wisata dapat ditujukan antara lain untuk mengetahui jenis obyek wisata, kondisi obyektifitas, daya tariknya, sarana atau prasarana pendukungnya, pengelolaannya, peran masyarakat, dunia usaha atau sektor swasta dan pemerintah setempat dalam pengembangan pariwisata, rencana pengembangannya, tujuannya, realisasi pengembangannya, hasil pengembangannya, prospek pengembangannya, dampak pengembangannya dan lain-lain. Untuk yang berupa kegiatan, peneliti biasa mengetahui misalnya sistem pengorganisasiannya,

¹⁴Pius Abdullah M dan M. Dahlan Al-Barry, *Kamus Ilmiah Populer Lengkap*, Arkola, Surabaya, 2003, hlm. 492.

¹⁵Wardiyanta, *Metode Penelitian Pariwisata*, Andi Offset, Yogyakarta, 2006, hlm. 52.

pengelolaannya, pengenalannya pada wisatawan, pelakunya, motif pelaku, tujuan yang ingin dicapai pelaku dan lain-lain.¹⁶

6. Bentuk Pariwisata

Ada berbagai macam perjalanan wisata bila ditinjau dari berbagai macam segi menurut Suwanto di antaranya:¹⁷

a. Dari segi jumlahnya, wisata dibedakan atas:

- 1) *Individual Tour* (Wisatawan Perorangan), yaitu suatu perjalanan wisata yang dilakukan oleh satu orang atau sepasang suami istri.
- 2) *Family Group Tour* (Wisata Keluarga), yaitu suatu perjalanan wisata yang dilakukan oleh serombongan keluarga yang masih mempunyai hubungan kekerabatan satu sama lain.
- 3) *Group Tour* (Wisata Rombongan), yaitu suatu perjalanan wisata yang dilakukan bersama-sama dengan pimpinan oleh seorang yang bertanggung jawab atas keselamatan dan kebutuhan seluruh anggotanya. Biasanya paling sedikit 10 orang, dengan dilengkapi diskon dari perusahaan bagi orang yang sebelas. Potongan ini besarnya antara 25 hingga 50 % dari ongkos penerbangan atau penginapan.¹⁸

b. Dari segi kepengaturannya, wisata dibedakan atas:

1) *Pre-arranged Tour* (Wisata Berencana)

Yaitu suatu perjalanan wisata yang jauh hari sebelumnya telah diatur segala sesuatunya, baik transportasi, akomodasi maupun obyek-obyek yang akan dikunjungi. Biasanya wisata jenis ini diatur oleh suatu lembaga yang khusus mengurus, mengatur maupun menyelenggarakan perjalanan wisata dengan bekerjasama dengan semua instansi atau lembaga yang terkait dengan kepentingan tersebut.

¹⁶*Ibid.*, hlm. 52-53.

¹⁷Gamal Suwanto, *Dasar-Dasar Pariwisata*, Andi, Yogyakarta, 1997, hlm. 14.

¹⁸*Ibid.*, hlm. 15.

2) *Package Tour* (Wisata Paket atau Paket Wisata)

Yaitu suatu produk perjalanan wisata yang dijual oleh suatu perusahaan biro perjalanan atau perusahaan transport yang bekerja sama dengannya dimana harga paket wisata tersebut telah mencakup biaya perjalanan, hotel ataupun fasilitas lainnya yang memberikan kenyamanan bagi pembelinya. Dengan kata lain paket wisata ini adalah suatu produk wisata yang merupakan suatu komposisi perjalanan yang disusun dan dijual guna memberikan kemudahan dan kepraktisan dalam melakukan perjalanan wisata.

3) *Coach Tour* (Wisata Terpimpin)

Yaitu suatu paket perjalanan eksekursi yang dijual oleh biro perjalanan dengan dipimpin oleh seorang pemandu wisata dan merupakan perjalanan wisata yang diselenggarakan secara rutin, dalam jangka yang telah ditetapkan dan dengan rute perjalanan yang tertentu pula.

4) *Special Arrange Tour* (Wisata Khusus)

Yaitu perjalanan yang disusun secara khusus guna memenuhi permintaan seorang langganan atau lebih sesuai dengan kepentingannya.

5) *Optional Tour* (Wisata Tambahan/Manasuka)

Yaitu suatu perjalanan wisata tambahan di luar pengaturan yang telah disusun dan diperjanjikan pelaksanaannya, yang dilakukan atas permintaan pelanggan.¹⁹

c. Dari segi maksud dan tujuannya, wisata dibedakan atas:

1) *Holiday Tour* (Wisata Liburan)

Yaitu suatu perjalanan wisata yang diselenggarakan dan diikuti oleh anggotanya guna berlibur, bersenang-senang dan menghibur diri.

2) *Familiarization Tour* (Wisata Pengenalan)

Yaitu suatu perjalanan yang dimaksud guna mengenal lebih lanjut bidang atau daerah yang mempunyai kaitan dengan pekerjaannya. Misalnya biro perjalanan luar negeri menyelenggarakan perjalanan

¹⁹*Ibid.*, hlm. 15-16.

wisata bagi karyawan-karyawannya ke Indonesia guna mengenal lebih lanjut objek-objek wisata yang ada di Indonesia agar nantinya mereka dapat memberikan informasi yang lebih baik mengenai Indonesia.

3) *Education Tour* (Wisata Pendidikan)

Yaitu suatu perjalanan wisata yang dimaksudkan untuk memberikan gambaran, studi perbandingan maupun pengetahuan mengenai bidang kerja yang dikunjunginya. Wisata jenis ini disebut juga sebagai study tour atau perjalanan kunjungan pengetahuan.

4) *Scientific Tour* (Wisata Pengetahuan)

Yaitu perjalanan wisata yang tujuan pokoknya untuk memperoleh pengetahuan atau penyelidikan terhadap sesuatu bidang ilmu pengetahuan. Misalnya kunjungan wisata melihat bunga bangkai (*Rafflesia Arnoldi*) berbunga, melihat gerhana matahari total seperti terjadinya di Jawa Tengah tanggal 11 Juni 1983, menyelidiki kehidupan komodo melihat orang utan Kalimantan dan lain-lain.

5) *Pilgrimage Tour* (Wisata Keagamaan)

Yaitu perjalanan wisata yang dimaksudkan guna melakukan ibadah keagamaan, misalnya perjalanan umroh oleh sebuah Konsorsium Biro Perjalanan PATANU (Pantravel Tunas Indonesia dan Natrabu), tour ke Lourdes di Perancis Selatan, tour mengikuti Waisak di Candi Borobudur, dan lain-lain.

6) *Spesial Mission Tour* (Wisata Kunjungan Khusus)

Yaitu suatu perjalanan wisata yang dilakukan dengan suatu maksud khusus, misalnya misi dagang, misi kesenian dan lain-lain.

7) *Special Programe Tour* (Wisata Khusus Program)

Yaitu suatu perjalanan wisata yang dimaksudkan untuk mengisi kekosongan khusus, misalnya Laddies Programe, suatu kunjungan ke suatu obyek wisata oleh para isteri atau pasangan karena semuanya mengikuti rapat, konferensi ataupun pertemuan khusus.

8) *Hunting Tour* (Wisata Perburuan)

Yaitu suatu kunjungan wisata yang dimaksudkan untuk menyelenggarakan perburuan binatang yang diijinkan oleh penguasa setempat sebagai hiburan semata-mata. Contohnya, berburu babi hutan di Sumatera, berburu Kanguru di Australia, dan lain-lain.²⁰

d. Dari segi penyelenggaraannya, wisata dibedakan atas:

1) Ekskursi (*Excursion*)

Yaitu suatu perjalanan wisata jarak pendek yang ditempuh kurang dari 24 jam guna mengunjungi satu atau lebih obyek wisata.

2) Safari Tour

Yaitu suatu perjalanan wisata yang diselenggarakan secara khusus dengan perlengkapan maupun peralatan khusus pula yang tujuan maupun obyeknya bukan merupakan obyek kunjungan wisata pada umumnya. Misalnya, perjalanan wisata safari ke Blauran di Jawa Timur, safari tour ke Ujung Kulon, safari tour ke Pulau Komodo di Nusa Tenggara Timur, dan lain-lain.

3) *Cruise Tour*

Yaitu perjalanan wisata dengan menggunakan kapal pesiar mengunjungi obyek-obyek wisata bahari dan obyek wisata di darat tetapi menggunakan kapal pesiar sebagai basis pemberangkatannya.

4) *Youth Tour* (Wisata Remaja)

Yaitu kunjungan wisata yang penyelenggaraannya khusus diperuntukan bagi para remaja menurut golongan umur yang ditetapkan oleh hukum Negara masing-masing. Di Indonesia umumnya yang dianggap remaja adalah mereka yang masih dalam pendidikan Sekolah Menengah Atas, belum duduk di perguruan tinggi, atau mereka yang usianya masih di bawah 21 tahun dan belum kawin.

²⁰*Ibid.*, hlm. 16-17.

5) *Marine Tour* (Wisata Bahari)

Yaitu suatu kunjungan ke obyek wisata, khususnya untuk menyaksikan keindahan lautan, menyelam dengan perlengkapan selam lengkap.²¹

7. Pendukung Jasa Wisata

Janianton Damanik dan Helmut F Weber mengatakan pendukung jasa di antaranya:

a. Pemerintah

Pelaku yang tidak kalah penting adalah pemerintah. Pemerintah mempunyai otoritas dalam pengaturan, penyediaan, dan peruntukan berbagai infrastruktur yang terkait dengan kebutuhan pariwisata. Tidak hanya itu, pemerintah bertanggung jawab dalam menentukan arah yang dituju perjalanan pariwisata.

b. Masyarakat Lokal

Masyarakat lokal terutama penduduk asli yang bermukim di kawasan wisata, menjadi salah satu pemain kunci dalam pariwisata, karena sesungguhnya merekalah yang akan menyediakan sebagian besar atraksi sekaligus menentukan kualitas produk wisata. Pengolahan lahan pertanian secara tradisional seperti di Bali, upacara adat, kerajinan tangan, dan kebersihan merupakan contoh peran yang membrikan daya tarik bagi pariwisata.

c. Lembaga Swadaya Masyarakat

Banyak LSM baik lokal, regional, maupun internasional yang melakukan kegiatan di kawasan wisata. Bahkan jauh sbelum pariwisata berkembang, organisasi non pemerintah ini sudah melakukan aktivitasnya baik secara partikuler maupun bekerjasama dengan masyarakat.²²

²¹*Ibid.*, hlm. 17-18.

²²Janianton Damanik dan Helmut F Weber, *Perencanaan Ekowisata*, Andi, Yogyakarta, 2006, hlm. 21-23.

8. Definisi Desa Wisata

Menurut Pariwisata Inti Rakyat (PIR) yang dimaksud desa wisata adalah suatu kawasan perdesaan yang menawarkan keseluruhan suasana yang mencerminkan keaslian perdesaan baik dari kehidupan sosial ekonomi, sosial budaya, adat istiadat, keseharian, memiliki arsitektur bangunan dan struktur tata ruang desa yang khas, atau kegiatan perekonomian yang unik dan menarik serta mempunyai potensi untuk dikembangkannya berbagai komponen kepariwisataan, misalnya: atraksi, akomodasi, makanan minuman, dan kebutuhan wisata lainnya.²³

Untuk menjadi suatu daerah tujuan wisata, agar dapat menarik dikunjungi wisatawan, harus memiliki 3 syarat, yaitu:

- a. Daerah ini harus mempunyai “something to see”, artinya di tempat tersebut harus ada objek wisata dan atraksi wisata yang berbeda dengan yang dimiliki oleh daerah lain, daerah tersebut harus mempunyai daya tarik khusus.
- b. Di daerah tersebut harus tersedia “something to do”, artinya di daerah tersebut di samping banyak yang dapat dilihat, harus pula disediakan fasilitas rekreasi yang dapat membuat wisatawan betah tinggal lebih lama di tempat itu.
- c. Di daerah tersebut harus ada “something to buy”, artinya di tempat itu harus ada fasilitas untuk dapat berbelanja, terutama souvenir kerajinan masyarakat setempat sebagai kenang-kenangan, di samping itu perlu juga disediakan tempat penukaran uang asing dan telekomunikasi.

Menurut R. B. Soemanto, dikatakan bahwa suatu daerah bisa dikatakan objek pariwisata karena daerah tersebut memiliki atraksi wisata, dimana dalam atraksi wisata tersebut mempunyai beberapa aspek historis, aspek nilai, aspek keaslian, dan aspek handicraft.

Konsep desa wisata menurut Andreas di antaranya:

- 1). Hidup bersama dengan tata kehidupan perdesaan, seperti:
 - a. tatacara bertani, beternak, merambah hutan, dan lain-lain

²³Suryo Sakti Hadiwijoyo, *Op. Cit.*, hlm. 68.

- b. tradisi dan pandangan hidup setempat yang unik
 - c. apresiasi seni perdesaan (tari, music, lukis, teater, tenun, batik, keramik, dan lain-lain)
- 2) Mempelajari/menghayati tata kehidupan perdesaan untuk 3 s/d 90 hari
 - 3) Masuk dalam adat istiadat lokal (berbahasa, bersapa santun, berpakaian, makan-minum, dan lain-lain)

Merujuk kepada definisi desa wisata, desa-desa yang bisa dikembangkan dalam program desa wisata akan memberikan contoh yang baik bagi desa lainnya, penetapan suatu desa dijadikan sebagai desa wisata harus memenuhi beberapa unsur, antara lain sebagai berikut:

- a. Aksesibilitas dan infrastruktur baik mendukung program desa wisata
- b. Memiliki potensi wisata yaitu obyek-obyek menarik berupa alam, seni budaya, legenda, makanan lokal, dan sebagainya untuk dikembangkan sebagai obyek wisata
- c. Masyarakat dan perangkat desanya menerima dan memberikan dukungan yang tinggi terhadap desa wisata serta para wisatawan yang datang ke desanya dan diutamakan telah tersedia tenaga pengelola, pelatih, pelaku-pelaku pariwisata, seni dan budaya
- d. Keamanan di desa tersebut terjamin
- e. Tersedia akomodasi dan telekomunikasi
- f. Terjaminnya keamanan, ketertiban, dan kebersihan.
- g. Berhubungan dengan obyek wisata lain yang sudah dikenal oleh masyarakat luas.

Lebih lanjut, pembangunan desa wisata bertujuan:

- 1) Mendukung program pemerintah dalam pembangunan kepariwisataan dengan menyediakan obyek wisata alternatif.
- 2) Menggali potensi desa untuk pembangunan masyarakat sekitar desa wisata untuk pembangunan masyarakat sekitar desa wisata.
- 3) Memperluas lapangan kerja dan lapangan usaha bagi penduduk desa, sehingga bisa meningkatkan kesejahteraan dan kualitas hidup masyarakat

desa. Dengan demikian akan terjadi pemerataan pembangunan ekonomi di desa,

- 4) Mendorong orang-orang kota yang secara ekonomi relatif lebih baik, agar senang pergi ke desa untuk berekreasi (ruralisasi).
- 5) Menimbulkan rasa bangga bagi penduduk desa untuk tetap tinggal di desanya, sehingga mengurangi urbanisasi.
- 6) Mempercepat pembauran antara orang-orang non pribumi dengan penduduk pribumi.
- 7) Memperkokoh persatuan bangsa, sehingga bisa mengatasi disintegrasi.²⁴

9. Pariwisata Pedesaan Berbasis Masyarakat (*Community Based Rural Tourism*)

Nurhidiyati sebagaimana dikutip Gde Satry mendefinisikan *Community Based Tourism* (CBT) sebagai berikut *pertama*, bentuk pariwisata yang memberikan kesempatan kepada masyarakat lokal untuk mengontrol dan terlibat dalam manajemen dan pembangunan pariwisata. *Kedua*, memberikan keuntungan kepada masyarakat yang tidak terlibat langsung dalam usaha-usaha pariwisata. *Ketiga*, menuntut pemberdayaan secara politis dan demokratisasi dengan distribusi keuntungan kepada komunitas yang kurang beruntung di pedesaan.²⁵

Pariwisata pedesaan termasuk dalam jenis usaha kecil, karena melayani pasar kecil, memerlukan modal relatif sedikit, memanfaatkan sumber daya setempat, dan tidak memerlukan sumberdaya yang canggih dan mahal. Paket utama pariwisata pedesaan adalah keaslian, keunikan, rasa khas daerah dan kebanggaan daerah yang berwujud gaya hidup dan kualitas hidup masyarakat. Keaslian dipengaruhi oleh keadaan ekonomi, fisik dan sosial daerah pedesaan tersebut, misalnya tata ruang, warisan budaya, kegiatan pertanian, bentang alam, jasa, peristiwa sejarah, serta pengalaman yang eksotik khas daerah. Dengan demikian permodelan pariwisata dapat mengembangkan identitas dan ciri khas daerah sendiri

²⁴ *Ibid.*, hlm. 69.

²⁵ Suryo Sakti Hadiwijoyo, *Op. Cit.*, hlm. 83.

dengan prinsip dan tata cara adat setempat. Adapun caranya adalah dengan mengembangkan mutu produk wisata pedesaan, pembuatan kelompok, usaha lokal, dan memberikan kesempatan pada usaha masyarakat lokal, dan memberikan kesempatan masyarakat setempat untuk ikut mengendalikan strategi dan pelaksanaan tersebut.²⁶

10. Definisi Pengembangan Wisata

Pengembangan menurut Aje Siregar adalah suatu usaha menuju kearah yang lebih baik, yang berarti ada perubahan dan pertumbuhan. Perubahan itu bisa dalam arti kualitas dan kuantitas dalam konteks pariwisata secara kualitas berarti meningkatkan objek wisata dan peningkatan mutu pelayanan. Sedangkan secara kuantitas berarti perluasan penganekaragaman objek wisata serta akomodasi lainnya.

Munasef menyatakan bahwa pengembangan pariwisata merupakan segala kegiatan dan usaha yang terkoodinir untuk menarik wisatawan, menyediakan semua sarana dan prasarana, barang dan jasa, fasilitas yang diperlukan guna melayani kebutuhan wisatawan. Selain itu Marpaung menyatakan bahwa hal yang perlu diperhatikan dalam pengembangan suatu daya tarik wisata yang potensial harus dilakukan penelitian, inventarisasi dan evaluasi sebelum fasilitas wisata dikembangkan. Hal ini penting agar perkembangan daya tarik wisata yang ada dapat sesuai dengan keinginan pasar potensial untuk menentukan pengembangan yang tepat dan sesuai.²⁷

Terkait dengan hal tersebut, menurut Yoeti terdapat tiga faktor yang dapat menentukan keberhasilan pengembangan wisata sebagai suatu industri, ketiga faktor tersebut adalah tersedianya obyek atraksi wisata, adanya fasilitas aksesibilitas, dan bernilai untuk dikunjungi dan dilihat. Sedangkan amenities yaitu tersedianya fasilitas-fasilitas seperti tempat penginapan, hiburan, restoran, dan transportasi lokal yang memudahkan aksesibilitas wisatawan. Obyek wisata merupakan akhir perjalanan wisata

²⁶*Ibid.*, hlm. 85.

²⁷Andi Mappi Sammeng, *Cakrawala Pariwisata*, Jakarta, 2000, hlm. 227.

yang harus memenuhi syarat aksesibilitas, artinya obyek wisata harus mudah dicapai. Selain itu dalam pengembangan kepariwisataan perlu diperhatikan pula kualitas lingkungan.²⁸

Pengembangan pariwisata harus merupakan pengembangan yang berencana secara menyeluruh, sehingga dapat dimanfaatkan oleh masyarakat baik dari segi ekonomi, sosial dan budaya. Pengembangan kepariwisataan harus dilaksanakan dengan sebaik-baiknya untuk menarik jumlah wisatawan yang semakin banyak secara terus-menerus sehingga akan merupakan asset penting dalam pembangunan, baik bagi Negara dan khususnya yang bertujuan memajukan perekonomian rakyat.

Menurut Marpaung perkembangan kepariwisataan bertujuan memberikan keuntungan baik bagi wisatawan maupun warga setempat. Pariwisata dapat memberikan kehidupan yang standar kepada warga setempat melalui keuntungan ekonomi yang didapat dari tempat tujuan wisata. Dalam perkembangan infrastruktur dan fasilitas rekreasi, keduanya menguntungkan wisatawan dan warga setempat, sebaliknya kepariwisataan dikembangkan melalui penyediaan tempat tujuan wisata.

Hal tersebut dilakukan melalui pemeliharaan kebudayaan, sejarah, dan taraf perkembangan ekonomi dan suatu tempat tujuan wisata yang masuk dalam pendapatan untuk wisatawan akibatnya akan menjadikan pengalaman yang unik dari tempat wisata. Pada waktu yang sama, ada nilai-nilai yang membawa serta dalam perkembangan kepariwisataan. Sesuai dengan panduan, maka perkembangan pariwisata dapat memperbesar keuntungan sambil memperkecil masalah-masalah yang ada.²⁹

²⁸Oka A. Yoeti, *Op. Cit.*, hlm. 106.

²⁹ Andi Mappi Sammeng, *Op. Cit.*, hlm. 230-231.

11. Komponen Pengembangan Pariwisata

Dalam upaya pelaksanaan pembangunan pariwisata diperlukan strategi pengembangan guna memberikan kejelasan arah kepariwisataan dimasa mendatang, yaitu dengan produk pariwisata di antaranya:³⁰

a. Daya Tarik Wisata/*Attractions*

Seseorang wisatawan berkunjung ke suatu tempat/daerah/negara karena tertarik oleh sesuatu. Sesuatu yang menarik dan menyebabkan wisatawan berkunjung ke suatu tempat/daerah/Negara itu disebut daya tarik atau atraksi wisata. Obyek wisata yang paling bisa diandalkan adalah obyek wisata yang dapat dikunjungi setiap hari tanpa persiapan terlebih dahulu, misalnya laut, pantai, gunung merapi, sungai, danau, kawasan lindung, pemandangan alam dan lain-lain. Obyek wisata semacam itu sebenarnya tersedia pada semua jenis obyek wisata (alam, budaya dan buatan). Pengembangan di bidang ini sangat penting agar obyek ini semakin berkembang, tetapi dalam pelaksanaannya harus memperhitungkan faktor-faktor geografis, potensi, karakteristik objek dan tingkat perkembangan.³¹

b. Aksesibilitas/*Accessibility*

Salah satu komponen penting dalam kegiatan pariwisata adalah aksesibilitas atau kelancaran perpindahan seseorang dari satu tempat ke tempat lainnya. Perpindahan itu bisa dalam jarak dekat dan bisa juga dalam jarak menengah atau jauh. Untuk melakukan perpindahan itu tentu saja diperlukan transportasi. Dan dalam melakukan perpindahan tersebut berbagai keinginan terkait di dalamnya. Ada yang ingin cepat atau ada yang ingin biasa atau santai-santai saja, ada yang mampu membayar mahal tetapi lebih banyak ingin murah. Untunglah berkat kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi, berbagai modal transport sudah tersedia.

³⁰Andi Mappi Sammeng, *Op. Cit.*, hlm. 26.

³¹*Ibid.*, hlm. 26.

Berbagai macam modal transport yang tersedia itulah yang menjadi salah satu pendukung dan pendorong kemajuan wisata.³²

c. Akomodasi/*Accommodation*

Yang dimaksud dengan akomodasi adalah sarana untuk menyediakan jasa pelayanan penginapan yang dapat dilengkapi dengan pelayanan makan dan minum serta jasa lainnya.

Perjalanan wisatawan tentu lebih dari satu hari, sehingga membutuhkan fasilitas untuk beristirahat dan menginap. Untuk itulah dikenal istilah hotel yang sudah dikenal sejak abad ke-17. Akomodasi merupakan istilah yang menerangkan semua jenis sarana yang menyediakan tempat penginapan bagi seseorang yang sedang dalam perjalanan. Beberapa jenis akomodasi yang lazim dikenal dalam dunia kepariwisataan di Indonesia adalah hotel, losmen, motel, wisma, pondok wisata, villa, *home stay*, apartemen, perkemahan, *bungalow*, dan sebagainya.³³

Berbicara mengenai hotel, kehadiran hotel sangat vital dalam pariwisata, karena merupakan satu mata rantai penting dalam sistem pembangunan pariwisata. Hotel menjadi penggerak atau motornya industri pariwisata, atau salah satu gerbongnya industri jasa wisata. Berbagai kota baik pariwisatanya yang sudah berkembang, maupun yang belum berkembang, kehadiran hotel menjadi penggerak berbagai sektor perekonomian suatu daerah. Selain itu hotel juga memiliki peran dalam menunjang pembangunan negara antara lain:

- a) Meningkatkan industri rakyat
- b) Menciptakan lapangan kerja
- c) Membantu usaha pendidikan dan pelatihan
- d) Meningkatkan pendapatan daerah dan negara
- e) Meningkatkan hubungan antarbangsa.³⁴

³²*Ibid.*, hlm. 36.

³³I Gusti Bagus Arjana, *Geografi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, hlm. 77.

³⁴*Ibid.*, hlm. 82-83.

d. Amenities

Pelayanan pendukung dan fasilitas (*facilitation*) seperti tempat makan dan minum, tempat belanja, fasilitas olahraga, hiburan, akomodasi atau tempat inap atau hotel, WC umum, peta wisata, dan sebagainya. Salah satu hal penting untuk perkembangan pariwisata adalah kemudahan (*facilitation*). Tidak jarang wisatawan berkunjung ke suatu tempat/daerah/negara, karena tertarik oleh kemudahan-kemudahan yang bisa diperoleh. Demikian pula sebaliknya tidak kurang wisatawan batal berkunjung ke suatu tempat/daerah/negara, karena merasa tidak mendapat kemudahan.

Kemudahan yang dimaksud antara lain:

- 1) Mendapatkan informasi
- 2) Mengurus dokumen
- 3) Membawa barang atau uang, dan lain-lain.³⁵

Jasa boga juga termasuk dalam amenities. Jasa boga disini adalah penyedia makanan dan minuman bagi wisatawan. Terkadang wisatawan melakukan perjalanan wisata mengunjungi suatu tempat didorong oleh alasan makanan atau minuman. Oleh sebab itu, wisatawan biasanya menaruh harapan untuk mendapatkan makanan atau minuman yang enak, baik makanan atau minuman yang telah dikenalnya maupun karena ingin mencoba makanan atau minuman baru yang belum pernah dinikmatinya.³⁶

Di Indonesia jika kita berkunjung ke setiap daerah, masing masing daerah memiliki makanan atau minuman yang khas. Tempat atau jasa penyedia makanan dan minuman dikenal sebagai restoran kini sangat populer dengan nama singkat resto, kafe, rumah makan, kedai makan, warung makan, dan lain-lain. Di berbagai obyek wisata yang ramai dikunjungi wisatawan manfaat restoran sangat vital karena dapat

³⁵*Ibid.*, hlm. 34.

³⁶*Ibid.*, hlm. 83.

memenuhi kebutuhan wisatawan, untuk menikmati makanan dan minuman.³⁷

e. *Aktivitas/Activity*

Aktivitas wisata adalah segala kegiatan yang dilakukan di dalam maupun di luar atau di sekitar Daya Tarik Wisata. Aktivitas-aktivitas yang dilakukan tersebut dapat berupa aktivitas wisata alam, aktivitas wisata petualangan, aktivitas wisata Rafting, aktivitas wisata budaya dan masih banyak lagi aktivitas lainnya.

Aktivitas pariwisata dilakukan oleh wisatawan yang sedang berlibur di suatu daerah tujuan wisata. Dengan adanya beragam aktivitas yang dilakukan oleh wisatawan mancanegara yang berlibur di sana memungkinkan wisatawan tersebut akan tinggal lebih lama di daerah tujuan wisata tersebut. Dengan tinggalnya mereka lebih lama dengan sendirinya uang yang mereka belanjakan disana lebih banyak, sehingga ini juga membawa keuntungan bagi daerah tujuan wisata tersebut untuk mendapatkan pendapatan yang lebih banyak dan dengan sendirinya akan meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat apabila segenap lapisan masyarakat dapat ikut ambil bagian dalam peluang tersebut sesuai dengan ketrampilan yang dimiliki.

f. *Jasa Lain-Lain*

Penyedia layanan jasa kepada wisatawan termasuk di dalamnya pemandu wisata, jasa penyedia souvenir atau cinderamata, pelayanan kurir, agen periklanan, konsultan, pendidikan dan penyedia pelatihan dan koordinasi kegiatan oleh dewan kepariwisataan lokal.

Termasuk juga dalam hal ini yaitu perusahaan perjalanan. Dalam suatu aktifitas perjalanan yang menempuh jarak cukup jauh, tentunya membutuhkan jasa perantara guna memfasilitasi dari daerah asal wisatawan, ke daerah tujuan wisata hingga pulang. Para wisatawan tentunya akan diperhadapkan dengan tiga pilihan apakah hendak

³⁷*Ibid.*, hlm. 86.

melakukan perjalanan dengan menggunakan jalur transportasi darat, laut, atau udara.

Jika sudah ditentukan, maka tentunya calon penumpang harus membeli tiket keberangkatan. Selanjutnya wisatawan dihadapkan dengan dua pilihan lagi apakah pembelian tiket dilakukan pada perusahaan perjalanan atau langsung.

1) Agen Perjalanan

Di luar negeri perusahaan perjalanan digolongkan ke dalam dua kelompok besar, yaitu agent perjalanan (*Travel Agent*) dan operator perjalanan (*Tour Operator*).

Agen perjalanan sendiri dikenal dengan berbagai istilah seperti *tour and travel services*, *travel services*, *travel bureau*, atau *tourist bureau*. Sedangkan tour operator juga dikenal dengan istilah yang kegiatannya serupa tapi tidak sama: *whole saler*.

2) Biro Perjalanan Wisata

Fungsi utama Biro Perjalanan Wisata yakni membuat produk dalam bentuk paket-paket wisata. Produk yang dimaksud dapat dijual oleh Biro Perjalanan Wisata yang bersangkutan kepada wisatawan atau dijual melalui agen perjalanan wisata.³⁸

12. Dasar Agama Tentang Pariwisata

Walaupun agama lebih mengarah pada hal-hal yang bersifat pemaknaan dan spiritual yang berada pada ranah kesadaran individu namun demikian agama juga bisa menjadi sebuah kesadaran kolektif, yang menimbulkan motivasi untuk belajar dan mempelajari sebuah agama secara pemaknaan dan juga sekaligus membuktikan secara empirik tentang kebesaran sebuah agama. Motivasi belajar melalui pembuktian inilah telah membawa kesadaran akan perkunjungan ke tempat-tempat bersejarah Islam, berziarah ke makam-makam para tokoh Islam yang mungkin berada pada wilayah yang jauh, yang mungkin berada di sebuah Negara di luar negaranya. Hal tersebut, secara langsung telah menimbulkan terjadinya

³⁸Andi Mappi Sammeng, *Op. Cit.*, hlm. 99.

permintaan terhadap pariwisata karena ketersediaan penawaran tempat bersejarah Islam sebagai sarana pembelajaran Islam itu sendiri.

Pada kenyataan yang lainnya, beberapa Negara yang berpenduduk mayoritas muslim terbukti memiliki banyak tempat-tempat wisata terkenal, dan itu dapat dilihat di beberapa Negara di wilayah timur tengah, dan juga afrika utara. Kenyataan lain juga dapat ditemukan bahwa di beberapa Negara yang berpenduduk mayoritas muslim telah memiliki perencanaan yang bagus dengan pengembangan pariwisata di negaranya, adanya manajemen industri pariwisata yang cukup rapi dan professional, sebagai contohnya Malaysia, Turki, Qatar, dan sebagainya.³⁹

Dalam pandangan Islam, Pariwisata diwujudkan dalam hal perjalanan spiritual, tentang pemaknaan dan pencapaian sebuah tuntutan ajaran agama itu sendiri “syariah”, kenyataan ini telah membuat Negara Saudi Arabia memetik banyak keuntungan baik secara material maupun statusnya sebagai sebuah Negara yang memiliki tempat yang dianggap suci oleh kaum muslim yakni Mekah dan Madinah.

Islam sangat menganjurkan umatnya untuk bepergian, bahkan salah satu ulama Islam yang cukup terkenal bernama Ibnu Batutah, adalah salah satu penjelajah dunia asal Maroko yang dikenal baik di dunia Barat maupun Islam. Dalam bahasa Islam kita mengenal istilah hijrah, berpindahnya seseorang dari suatu tempat ke tempat lainnya yang lebih baik, karena dalam hijrah setidaknya ada tiga manfaat yaitu mendapatkan ilmu yang baru, mendapatkan saudara yang baru dan terbukanya pintu rejeki. Karena hakikatnya Allah SWT sengaja telah menciptakan manusia dengan beragam suku dan budaya untuk saling mengenal, memahami budaya masing-masing kemudian membuka pikirannya untuk bertakwa kepada Allah. Hal ini sesuai dengan firman Allah dalam Al-Qur`an surat Al-Ankabut ayat 20 Allah SWT berfirman:

³⁹Hery Sucipto, Fitria Andayani, *Op. Cit.*, hlm. 48-49.

قُلْ سِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَانظُرُوا كَيْفَ بَدَأَ الْخَلْقَ ثُمَّ اللَّهُ يُنشِئُ النَّشْأَةَ الْآخِرَةَ إِنَّ اللَّهَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ ﴿٢٠﴾

Artinya:

Katakanlah: "Berjalanlah di (muka) bumi, maka perhatikanlah bagaimana Allah menciptakan (manusia) dari permulaannya, kemudian Allah menjadikannya sekali lagi. Sesungguhnya Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu" (Al-Quran surah Al-Ankabut ayat 20).⁴⁰

Dalam surat al-Ankabut di atas Allah SWT juga mengisyaratkan untuk berjalan di muka bumi sebagai lahan yang telah Allah hamparkan bagi manusia untuk dijelajahi, dan dipelajari untuk kemudian diambil hikmahnya. Sehingga setiap muslim semakin bertambah keimanannya kepada Allah.⁴¹

Tidak boleh safar ke Negara kafir, karena ada kekhawatiran terhadap akidah, akhlak, akibat bercampur, dan menetap di tengah orang kafir di antara mereka. Akan tetapi kalau ada keperluan mendesak dan tujuan yang benar untuk safar ke negara mereka seperti safar untuk berobat yang tidak ada di negaranya atau safar untuk belajar yang tidak didapatkan di negara Muslim atau safar untuk berdagang, kesemuanya ini adalah tujuan yang benar, maka dibolehkan safar ke negara kafir dengan syarat menjaga syiar keislaman dan memungkinkan melaksanakan agamanya di negara mereka. Hendaklah seperlunya, lalu kembali ke negeri Islam. Adapun kalau safarnya hanya untuk wisata, maka tidak dibolehkan. Karena seorang muslim tidak membutuhkan hal itu serta tidak ada manfaat yang sama atau yang lebih kuat dibandingkan dengan bahaya dan kerusakan pada agama serta keyakinan.⁴²

13. Pengertian Pendapatan Masyarakat

Salah satu pendorong seseorang mencari atau menciptakan pekerjaan adalah untuk memperoleh pendapatan guna memenuhi kebutuhan

⁴⁰ Al-Quran surat Al-Ankabut ayat 20, *Al-Quran dan Terjemahnya Al-Hikmah*, Diponegoro, Bandung, 2006, hlm. 396.

⁴¹ *Ibid.*, hlm. 50.

⁴² *Ibid.*, hlm. 52.

hidupnya. Seseorang individu dapat memperoleh pendapatan dengan jalan bekerja maupun dari harta benda miliknya, misalnya tanah, mesin-mesin, rumah atau lazimnya disebut barang-barang modal, sehingga dapat dikatakan bahwa mencapai pendapatan identik dengan menjual jasa-jasa atau barang yang mencakup didalamnya.⁴³

Pendapatan menurut ilmu ekonomi merupakan nilai maksimum yang dapat dikonsumsi oleh seseorang dalam suatu periode dengan mengharapkan keadaan yang sama pada akhir periode seperti keadaan semula. Pengertian tersebut menitikberatkan pada total kuantitatif pengeluaran terhadap konsumsi selama satu periode. Dengan kata lain, pendapatan adalah jumlah harta kekayaan awal periode ditambah keseluruhan hasil yang diperoleh selama satu periode, bukan hanya yang dikonsumsi.⁴⁴

Sedangkan menurut Sadono Sukirno pendapatan adalah jumlah penghasilan yang diterima oleh penduduk atas prestasi kerjanya selama satu periode tertentu, baik harian, mingguan, bulanan ataupun tahunan.⁴⁵ Beberapa klasifikasi pendapatan antara lain:

- a. Pendapatan pribadi yaitu semua jenis pendapatan yang diperoleh tanpa memberikan suatu kegiatan apapun yang diterima penduduk suatu Negara.
- b. Pendapatan disposibel yaitu pendapatan pribadi dikurangi pajak yang harus dibayarkan oleh para penerima pendapatan, sisa pendapatan yang siap dibelanjakan inilah yang dinamakan pendapatan disposibel.
- c. Pendapatan nasional yaitu nilai seluruh barang-barang jadi dan jasa-jasa yang diproduksi oleh suatu Negara dalam satu tahun.⁴⁶

Sebagaimana diketahui bahwa pembangunan yang sedang giat-giatnya dilaksanakan oleh negara-negara yang sedang berkembang bertujuan untuk meningkatkan pendapatan riil per kapita, pendapatan ini pada umumnya

⁴³Sadono Sukirno, *Pengantar Teori Ekonomi Mikro*, AMP YKPN, Yogyakarta, 1997, hlm. 37.

⁴⁴Sofyan Safri Harahap, *Teori Akuntansi*, Raja Grafindo Persada, Jakarta, 1993, hlm. 31.

⁴⁵ Sadono Sukirno, *Op. Cit.*, hlm. 47.

⁴⁶*Ibid.*, hlm. 15.

masih rendah. Gejala umum yang sering terjadi dalam proses pembangunan di Negara-negara berkembang adalah hasrat konsumsi dari masyarakat yang tinggi sebagai akibat dari kenaikan pendapatan.⁴⁷

Pendapatan per kapita dapat diartikan pula sebagai penerimaan yang diperoleh rumah tangga yang dapat mereka belanjakan untuk konsumsi yaitu yang dikeluarkan untuk pembelian barang konsumtif dan jasa-jasa, yang dibutuhkan rumah tangga bagi pemenuhan kebutuhan mereka. Dalam hal ini pendapatan per kapita determinan potensi ekonomi yang penting selain luas Negara serta penduduk suatu Negara.

Rendahnya pertumbuhan pendapatan per kapita disuatu Negara berarti juga mencerminkan rendahnya pertumbuhan *Gross National Product* (GNP) dan ini terjadi pada Negara-negara yang sedang berkembang. Usaha-usaha untuk meningkatkan pendapatan per kapita masyarakat, yaitu dengan cara menyediakan lapangan pekerjaan yang memadai, menggalakkan program kerja berencana dan yang terakhir transfer pemerintah kepada golongan-golongan masyarakat yang berpendapatan rendah. Dengan menggunakan pajak yang efektif untuk membiayai transfer tersebut sekaligus untuk mengurangi perbedaan kemakmuran antar anggota masyarakat.⁴⁸

Dewasa ini sumber pendapatan sebagian besar rumah tangga di pedesaan tidak hanya dari satu sumber, melainkan dari beberapa sumber atau dapat dikatakan rumah tangga melakukan diversifikasi pekerjaan atau memiliki aneka ragam sumber pendapatan. Bagi rumah tangga pedesaan yang hanya menguasai faktor produksi tenaga kerja, pendapatan mereka ditentukan oleh besarnya kesempatan kerja yang dapat dimanfaatkan dan tingkat upah yang diterima. Kedua faktor ini merupakan fenomena dari pasar tenaga kerja pedesaan. Kesempatan kerja pedesaan ditentukan oleh pola produksi pertanian, produksi barang dan jasa non-pertanian di pedesaan, pertumbuhan angkatan kerja dan mobilitas tenaga kerja

⁴⁷Suherman Rosyidi, *Pengantar Teori Ekonomi*, Rajawali Pers, Jakarta, 1996, hlm. 2.

⁴⁸Boediono, *Seri Sinopsis Ilmu Ekonomi No. 1 Ekonomi Mikro*, BPFE, Yogyakarta, 2012, hlm. 170-171.

pedesaan. Di sektor pertanian, besarnya kesempatan kerja dipengaruhi oleh luas lahan pertanian, produktivitas lahan, intensitas dan pola tanam, serta teknologi yang diterapkan. Di sektor non-pertanian kesempatan kerja ditentukan oleh volume produksi, teknologi dan tingkat harga komoditi.⁴⁹

Sedangkan masyarakat (*society*) diartikan sebagai sekelompok orang yang membentuk sebuah sistem semi tertutup (atau semi terbuka), dimana sebagian besar interaksi adalah antara individu-individu yang berada dalam kelompok tersebut. Kata "masyarakat" sendiri berakar dari kata dalam bahasa Arab, musyarak. Lebih abstraknya, sebuah masyarakat adalah suatu jaringan hubungan-hubungan antar entitas-entitas. Masyarakat adalah sebuah komunitas yang interdependen (saling tergantung satu sama lain). Umumnya, istilah masyarakat digunakan untuk mengacu sekelompok orang yang hidup bersama dalam satu komunitas yang teratur.

Adapun pengertian masyarakat menurut para ahli adalah:

- 1) Selo Soemardjan, Masyarakat adalah orang-orang yang hidup bersama dan menghasilkan kebudayaan.
- 2) Max Weber, Masyarakat sebagai suatu struktur atau aksi yang pada pokoknya ditentukan oleh harapan dan nilai-nilai yang dominan pada warganya.
- 3) Emile Durkheim, Masyarakat adalah suatu kenyataan objektif individu-individu yang merupakan anggota-anggotanya.
- 4) Karl Marx, Masyarakat adalah suatu struktur yang menderita ketegangan organisasi ataupun perkembangan karena adanya pertentangan antara kelompok-kelompok yang terpecah-pecah secara ekonomis.⁵⁰

Jadi masyarakat adalah kumpulan individu yang menjalin hubungan kehidupan bersama sebagai suatu kesatuan yang besar saling membutuhkan, memenuhi ciri-ciri yang sama sebagai suatu kelompok.

⁴⁹Suherman Rosyidi, *Op. Cit.*, hlm. 15.

⁵⁰Janu Murdiyatomoko, *Sosiologi Memahami dan Mengkaji Masyarakat*, Grafindo Media Pratama, Bandung, 2007, hlm. 3.

Sedangkan pendapatan masyarakat adalah nilai maksimum yang diperoleh masyarakat pada suatu periode tertentu dalam lingkup masyarakat tertentu untuk memenuhi kebutuhan hidupnya dengan jalan mencari atau menciptakan pekerjaan.

Masyarakat sekitar obyek wisata adalah masyarakat yang tinggal di kawasan sekitar suatu obyek wisata, mereka ini antara lain mempunyai mata pencaharian sebagai pedagang makanan, petani, tukang parkir, dan lain-lain.

Suatu pembangunan dikatakan berorientasi masyarakat apabila pembangunan tersebut mampu mempertahankan tiga unsur pokok pembangunan yang terdiri dari organisasi pelaksana pembangunan, program pembangunan, dan masyarakat.⁵¹

Secara *multiplier effect* akan merangsang masyarakat daerah untuk meningkatkan kegiatannya di bidang masing-masing, dengan pengembangan suatu obyek wisata di daerah. Kesempatan untuk memperoleh dari dampak pengembangan obyek wisata tersebut akan semakin luas. Oleh karena itu dalam pelaksanaannya strategi kepariwisataan yang berkelanjutan dengan mengutamakan masyarakat, dalam jangka yang panjang diharapkan sektor pariwisata daerah mampu memberikan manfaat ekonomi/kesejahteraan bagi masyarakat.

Meningkatnya arus wisatawan baik mancanegara maupun nusantara, ke suatu daerah atau wilayah menuntut macam-macam pelayanan dan fasilitas yang semakin meningkat jumlah dan ragamnya. Hal ini memberikan manfaat ekonomi bagi masyarakat dan pengusaha maupun pemerintahan daerah setempat seperti:

- a. Peningkatan pendapatan masyarakat
- b. Penerimaan devisa, dari uang yang dibelanjakan oleh wisatawan asing selama melakukan wisata di Indonesia, baik untuk penginapan, transportasi, cinderamata dan lain-lain.

⁵¹ Andi Mappi Sammeng, *Op. Cit.*, hlm. 176.

- c. Kesempatan berusaha, yang semakin terbuka luas untuk memenuhi kebutuhan wisatawan. Seperti hotel, biro perjalanan, sanggar kerajinan dan lain-lain.
- d. Terbukanya lapangan kerja, karena sektor pariwisata merupakan sektor yang mengutamakan pelayanan, antara lain pemandu wisata, *housekeeper*, *waitress*, seniman, penjual asongan, dan lain-lain.
- e. Mendorong pembangunan daerah, karena dengan berkembangnya pariwisata akan mendorong pemerintah daerah membangun sarana dan prasarana penunjang kebutuhan wisata, seperti pembangunan jalan dan jembatan, instalasi air, instalasi listrik dan lain-lain.⁵²

B. Hasil Penelitian Terdahulu

Sebagaimana tercantum dalam bagian studi pustaka yang menjadi landasan teori dalam penelitian ini, sebenarnya studi tentang pengembangan wisata syariah berbasis masyarakat dalam meningkatkan pendapatan masyarakat yang di sini difokuskan pada desa wisata telah ada beberapa yang diteliti oleh penulis lain. Berikut ini disajikan ringkasan beberapa penelitian yang sudah dilakukan sebelumnya antara lain:

1. Sekar Indah Putri Barus, Pindi Patana, Yunus Afiffudin tahun 2013 dengan judul “Analisis Potensi Obyek Wisata dan Kesiapan Masyarakat dalam Pengembangan Desa Wisata Berbasis Masyarakat di Kawasan Danau Linting Kabupaten Deli Serdang”, dalam penelitian ini menunjukkan bahwa potensi obyek dan daya tarik yang ada di kawasan wisata Danau Linting berupa sumber air panas, batuan kapur, dan gua. Selain itu hasil penilaian potensi obyek dan daya tarik yang ada di kawasan wisata Danau Linting bernilai 70 % berada dalam kondisi yang layak dikembangkan dengan kriteria suatu kawasan wisata yang memiliki potensi, sarana dan prasarana yang tinggi berdasarkan parameter yang telah ditetapkan serta masyarakat Desa Sibunga-bunga akan siap dan berperan aktif dalam mengembangkan desa mereka menjadi salah satu desa wisata yang berbasis

⁵² *Ibid.*, hlm. 179.

masyarakat. Kesiapan masyarakat tercermin melalui sikap dan partisipasinya.⁵³

2. Stefie Hendric Alexander tahun 2013 dengan judul “Pengembangan Desa Wisata dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat di Kabupaten Maluku Tenggara (Studi di Kecamatan Kei-Kecil Kabupaten Maluku Tenggara)” , dalam penelitian ini menunjukkan bahwa pengembangan desa wisata yang dilaksanakan pada ketiga desa wisata yang ada di kecamatan Kei-Kecil dalam meningkatkan pendapatan masyarakat belum berjalan dengan baik, hal ini terlihat dari 4 indikator yang digunakan dalam penelitian antara lain: atraksi wisata yang belum dikembangkan secara baik, aksesibilitas yang masih sulit dan mahal, dan belum didukung dengan fasilitas yang memadai, serta *stakeholder* yang terkait belum bersinergi untuk mengembangkan desa wisata. Di samping itu faktor yang mempengaruhi pengembangan desa wisata dalam meningkatkan pendapatan masyarakat antara lain keaslian atraksi wisata, pengembangan kawasan desa wisata yang belum sesuai dengan zonasi yang tepat guna, sumberdaya manusia yang belum professional dalam mengembangkan desa wisata, dan partisipan masyarakat yang masih rendah. Selain itu juga upaya yang dilaksanakan dalam pengembangan desa wisata melalui sapta pesona di desa wisata Ohoililir, Ngilngof, dan Ohoidertawun belum berjalan dengan baik dan konsisten sehingga menghambat pengembangan desa wisata.⁵⁴
3. Dewi Winarni Susyanti tahun 2013 dengan judul “Potensi Desa Melalui Pariwisata Pedesaan”, dalam penelitian ini menunjukkan dari hasil survey lapangan ke beberapa desa wisata dapat diketahui bahwa masyarakat desa belum memiliki pengetahuan dan keterampilan yang memadai dalam mengelola desa wisata. Berangkat dari hal tersebut, maka ada suatu

⁵³Sekar Indah Putri Barus, *et.al*, *Analisis Potensi Obyek Wisata dan Kesiapan Masyarakat dalam Pengembangan Desa Wisata Berbasis Masyarakat di Kawasan Danau Linting Kabupaten Deli Serdang*, Jurnal Agrowisata dan Agribisnis, ISSN. 1412-4467, Vol. 2, No. 2, Juni 2013, hlm. 151.

⁵⁴Stefie Hendric Alexander, *Pengembangan Desa Wisata dalam Meningkatkan Pendapatan Masyarakat di Kabupaten Maluku Tenggara (Studi di Kecamatan Kei-Kecil Kabupaten Maluku Tenggara)*, Jurnal Manajemen dan Bisnis, ISSN. 2088-6217, Vol. 2, No. 2, Juli 2013, hlm. 16-18.

indikasi bahwa pengetahuan tentang pengelolaan desa wisata merupakan suatu keterampilan yang sebenarnya dibutuhkan oleh masyarakat desa wisata yang sudah ada ataupun bagi masyarakat yang ingin mengembangkan desanya menjadi sebuah desa wisata. Untuk itu maka perlu dikembangkan suatu pengetahuan yang dapat meningkatkan pengetahuan dan keterampilan masyarakat dalam mengelola desa wisata. dengan dikembangkannya suatu model desa wisata, maka diharapkan akan menjadi pedoman bagi wilayah lain untuk turut mengembangkan desanya menjadi desa wisata.⁵⁵

4. Eko Murdiyanto tahun 2011 dengan judul “Partisipasi Masyarakat dalam Pengembangan Desa Wisata Karanggeneng, Purwobinangun, Pakem, Sleman” dalam penelitian ini menunjukkan bahwa desa wisata Karanggeneng memiliki potensi yang besar dalam sejarah, lingkungan alam atau kondisi geografis dan bentang alam, sosial ekonomi dan budaya, arsitektur dan struktur tata ruang bagi pengembangan desa wisata. Di samping itu masyarakat masih malu-malu untuk berpartisipasi dalam pemikiran, tenaga dan materi untuk pengembangan desa wisata namun siap untuk berpartisipasi apabila diajak secara aktif oleh pengelola untuk berpartisipasi. Selain itu Desa wisata Karanggeneng dalam kegiatannya berbasis pada pengelola dan pemuda karang taruna.⁵⁶
5. I Made Adi Dharmawan, I Made Sarjana, I Dewa Ayu Sri Yudhari tahun 2014 dengan judul “Strategi Pengembangan Desa Wisata di Desa Belimbing Kecamatan Pupuan Kabupaten Tabanan” dalam penelitian ini menunjukkan bahwa berdasarkan hasil analisis faktor internal dan analisis faktor eksternal diidentifikasi potensi yang dimiliki desa wisata di Desa Belimbing Kecamatan Pupuan ditinjau dari kekuatan (keindahan SDA, keunikan SDA, kelestarian SDA, atraksi wisata, kondisi lingkungan yang

⁵⁵Dewi Winarni Susyanti, *Potensi Desa Melalui Pariwisata Pedesaan*, Jurnal Ekonomi dan Bisnis, Vol. 12, No. 1, Juni 2013, hlm. 36.

⁵⁶Eko Murdiyanto, *Partisipasi Masyarakat dalam Pengembangan Desa Wisata Karanggeneng, Purwobinangun, Pakem, Sleman*, Jurnal, ISSN. 1829-9946, Vol. 7, No. 2, Februari 2011, hlm. 100-101.

sejuk, berbagai jenis usaha masyarakat local, aksesibilitas, sikap masyarakat, pendapat masyarakat luas, pengamanan pihak perangkat), kelemahan (sarana dan prasarana, layanan pegawai pemerintah daerah, keterampilan masyarakat dalam berbahasa Inggris yang fasih, manajemen pengelolaan objek, dukungan dana, kebersihan lingkungan, pemanfaatan SDM sebagai pemandu wisata, dan penataan lingkungan), peluang (kunjungan wisatawan, letak strategis dengan objek wisata lain, adanya kepastian hukum, konsep pengembangan pariwisata alami, lahan pertanian yang dijadikan objek wisata, kebutuhan wisata alternatif, daerah tujuan wisata di Bali, terjalinnya kerjasama, dukungan pelaku wisata, otonomi daerah yang diberlakukan pemerintah, nilai budaya masyarakat setempat), ancaman (persaingan dengan daerah lain dalam pengembangan desa wisata, berubahnya pola pikir dan perilaku masyarakat, adanya pedagang acung, adanya penduduk pendatang, dan tercemarnya lingkungan). Di samping itu berdasarkan kesimpulan dari matriks SWOT menunjukkan bahwa prioritas yang dapat dilakukan adalah mengembangkan desa wisata dan mempertahankan daya tarik dengan mempersiapkan paket wisata, mempersiapkan rute atau peta tracking, dan penataan kawasan.⁵⁷

Dalam penelitian skripsi ini terdapat perbedaan dari penelitian terdahulu, yaitu di antaranya lokasi dan kondisi objek penelitian. Selain itu, dalam penelitian ini membahas juga pengembangan yang difokuskan pada pengembangan komponen-komponen wisata syariah dalam meningkatkan pendapatan masyarakat setelah ditetapkan sebagai desa wisata oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Kudus.

⁵⁷I Made Dharmawan, *et.al*, *Strategi Pengembangan Desa Wisata di Desa Belimbing Kecamatan Pupuan Kabupaten Tabanan*, Jurnal Agribisnis dan Agrowisata, ISSN. 2301-6523, Vol. 3, No. 1, Januari 2014, hlm. 10.

C. Kerangka Berpikir

Berdasarkan landasan teori yang telah diuraikan secara ringkas pada bagian terdahulu, berikut disajikan kerangka pemikiran penelitian:

Gambar 2.1

Kerangka Berpikir



Dari gambar di atas dapat disimpulkan bahwa obyek dan daya tarik wisata masjid Wali Loram Kulon memiliki potensi yang bisa dikembangkan. Untuk mengembangkan potensi obyek wisata di desa tersebut maka dibentuklah desa wisata agar wisatawan dapat menikmati suatu perjalanan yang memuaskan. Potensi tersebut dapat diidentifikasi dengan pendekatan 5 A komponen pariwisata sebagai berikut:

1. *Attractions*/Daya Tarik Wisata

Dalam hal ini menyangkut obyek wisata yang paling bisa diandalkan di desa Loram Kulon yaitu obyek wisata Masjid Wali.

2. *Accessibility*/Aksesibilitas

Salah satu komponen penting dalam kegiatan pariwisata adalah aksesibilitas atau kelancaran perpindahan seseorang dari satu tempat ke tempat lainnya. Dalam hal ini yaitu jalan serta jarak obyek wisata dari kota.

3. *Accommodation*/Akomodasi

Akomodasi adalah sarana untuk menyediakan jasa pelayanan penginapan yang dapat dilengkapi dengan pelayanan makan dan minum serta jasa lainnya

4. *Activity*/Aktivitas Wisata

Aktivitas pariwisata dilakukan oleh wisatawan yang sedang berlibur di suatu daerah tujuan wisata. Dengan adanya beragam aktivitas yang dilakukan oleh wisatawan mancanegara yang berlibur di sana memungkinkan wisatawan tersebut akan tinggal lebih lama di daerah tujuan wisata tersebut.

5. *Amenities*/Pelayanan Pendukung

Pelayanan pendukung dan fasilitas (*facilitation*) atau kemudahan dalam hal ini seperti tempat makan dan minum, tempat belanja, fasilitas olahraga, hiburan, akomodasi atau tempat inap atau hotel, WC umum, peta wisata, dan sebagainya.

Menurut Ngatawi Al Zastrow dalam Hery Sucipto dan Fitria Andayani pengembangan wisata syariah mencakup komponen-komponen sebagai berikut:

- 1) Objek : alam, budaya, heritage, kuliner, tempat ibadah, peninggalan sejarah

- 2) Tujuan : meningkatkan spirit religiusitas dengan cara menghibur
- 3) Target : memenuhi keinginan dan kesenangan serta menumbuhkan kesadaran beragama
- 4) Guide : membuat wisatawan tertarik pada objek sekaligus megembangkan spirit religiusitas wisatawan.
- 5) Fasilitas ibadah : menjadi bagian yang menyatu dengan objek pariwisata, ritual peribadatan menjadi bagian paket hiburan
- 6) Kuliner : spesifik yang halal
- 7) Relasi dengan masyarakat di lingkungan objek wisata : integrated, interaksi berdasar pada prinsip-prinsip syariah
- 8) Agenda perjalanan : memperhatikan waktu

Dalam mengembangkan pariwisata berbasis masyarakat mencakup beberapa komponen sebagai berikut:

1. Partisipasi Masyarakat

Partisipasi mempunyai arti tindakan berupa ikut serta dalam suatu kegiatan atau acara. Keikutsertaan masyarakat atau partisipasi masyarakat merupakan salah satu karakteristik penting dari pariwisata berbasis masyarakat. Selain itu partisipasi disini juga mengandung arti memberikan kesempatan kepada masyarakat lokal untuk mengontrol dan terlibat dalam manajemen dan pembangunan pariwisata.

2. Benefit

Memberikan keuntungan kepada masyarakat yang tidak terlibat langsung dalam usaha-usaha pariwisata.

3. Pemberdayaan Masyarakat

Pemberdayaan dilakukan secara politis dan demokratisasi dengan distribusi keuntungan kepada komunitas yang kurang beruntung di pedesaan.

Pengembangan wisata syariah berbasis masyarakat mencakup komponen-komponen di atas agar pengembangan tersebut sesuai dengan tujuan yang diharapkan yaitu adanya peningkatan pendapatan masyarakat terutama masyarakat sekitar obyek wisata.