**STRATEGI PENGEMBANGAN BISNIS WISATA SYARIAH PADA MASYARAKAT PLURALIS DI KABUPATEN PONOROGO**

**Ika susilawati**

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Ponorogo, Jawa Timur, Indonesia

Email: ika.susilawati79@gmail.com

**Abstract**

*The development of sharia tourism has a multidimensional impact. One of them is employment and poverty alleviation, especially in Ponorogo, considering that is the 11th largest city contributing to Indonesian migrant workers. The development of the sharia tourism business is increasingly attractive, because the Ponorogo community is a pluralistic society, which embraces a variety of cultures, religions and creeds. So that the role of local government as a leading sector is needed to determine the planning and development of regional sharia tourism. For that we need the right strategy in the development of Islamic tourism in accordance with the characteristics of Ponorogo. In the formulation of the right strategy, data from Muslim, non-Muslim and local government communities is needed. The data is analyzed by the SWOT technique which is supported by internal and external factors. With the result has the potential in the development of sharia tourism considering there are still many natural tourism objects that have not been touched and developed by the community or local government. The development of Islamic tourism is approved by Muslim, non-Muslim communities, while maintaining their respective religious sites. The strategy generated from the SWOT analysis formed a map diagram of the development of sharia tourism business in Ponorogo.*

Key words: SWOT, *Attraction, Accessbilities, Amenities, Institution*

**Abstrak**

Perkembangan wisata syariah memberikan dampak multidimensi. Salah satunya adalah penyerapan tenaga kerja dan pengentasan kemiskinan, terutama di ponorogo, mengingat ponorogo merupakan kota urutan ke 11 menyumbang TKI terbesar di Indonesia. Pengembangan bisnis wisata syariah di ponorogo ini semakin manarik, karena masyarakat ponorogo merupakan masyarakat yang pluralism, yang menganut berbagai macam budaya, agama dan aliran kepercayaan. Sehingga diperlukan peran dari pemerintah daerah sebagai *leading sector* menentukan perencanaan dan pembangunan wisata syariah daerah. Untuk itu di perlukan strategi yang tepat dalam pengembangan wisata syariah yang sesuai dengan karakteristik ponorogo. Dalam perumusan strategi yang tepat, di perlukan data dari masyarakat muslim, non muslim dan pemerintah daerah. Data tersebut di analisis dengan teknik SWOT yang di dukung dengan teknik internal dan eksternal faktor. Dengan hasil bahwa ponorogo berpotensi dalam pengembangan wisata syariah mengingat masih banyak obyek wisata alam yang belum tersentuh dan belum di kembangkan oleh masyarakat maupun pemerintah daerah. Pengembangan wisata syariah ini di setujui oleh masyarakat muslim maupun non muslim, dengan tetap mempertahankan situs agama masing-masing. Dalam pengembangannya diperlukan adanya sinergi terutama dari para pemegang saham untuk pembiayaannya. Strategi yang di hasilkan dari analisis SWOT membentuk diagram peta pengembangan bisnis wisata syari’ah di ponorogo.

Kata kunci: SWOT, *Attraction, Accessbilities, Amenities, Institution*

**PENDAHULUAN**

Industri keuangan syari’ah Indonesia mengalami pertumbuhan yang cukup signifikan. Hal ini di tunjukkan dengan jumlah asset keuangan syari’ah Indonesia dari tahun 2013 sejumlah sekitar 500 triliun menjadi sekitar 900 trilliun rupiah pada bulan februari 2017, yang di dominasi oleh sektor pasar modal yeti 50 persen, perbankkan sebesar 40 persen, dan IKNB syari’ah sekitar 10 persen (OJK, 2017). Selain ketiga sektor keuangan tersebut, keberadaan dana sosial juga memiliki peran yang penting dalam perekonomian dan pembangunan di Indonesia, misalkan dana haji di perkirakan memiliki asset lebih dari 93 trilliun rupiah, sementara zakat sekitar 11,5 – 19,3 trilliun rupiah per tahunnya. Sedangkan asset wakaf yang tercatat di kementerian agama seluas 435 juta meterpersegi dan tersebar di 274.061 lokasi (Bappennas, 2015). Kendati pengalami pertumbuhan setiap tahun, namun secara keseluruhan dampak dari industri keuangan syari’ah terhadap ekonomi nasional *relative* sangat kecil jika di bandingkan dengan ekonomi konvensional. Misalkan perbankkan syari’ah baru menguasai pangsa pasar perbankkan nasional sekitar 5,3 persen, begitu juga dengan sector keuangan lain, seperti pasar modal syari’ah, asuransi syari’ah dan industri keuangan non bank juga baru penguasai 5 persen pangsa pasarnya.

*Blue Print* Ekonomi dan Keuangan Syari’ah yang dikeluarkan oleh Bank Indonesia, menyebutkan bahwa aspek utama yang menjadi kekuatan sektor ekonomi islam di Indonesia adalah besarnya pasar domestik industry halal di Indonesia. Hal ini karena, indonesia merupakan negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia yaitu mencapai 230 juta orang atau 87,2 persen dari total penduduk di Indonesia (Nations, World Populations Prospects, 2017). Berdasarkan kekuatan yang ada di Indonesia, maka yang bisa di lakukan adalah mengoptimalisasi pemberdayaan secara total pada *sector riil* (industry halal). Saat ini, variasi usaha halal masih sangat terbatas dan terkonsentrasi pada sector tertentu, seperti makanan dan konsmetik halal. Padahal usaha lain seperti busana muslim syariah, obat-obatan halal dan pariwisata syariah juga berpotensi untuk di kembangkan.

Pengembangan konsep wisata syariah berawal dari adanya jenis wisata jiarah dan religi (*pilgrims tourism/spiritual tourism*). Wisata jiarah merupakan aktivitas wisata yang didasarkan atas motivasi nilai religi tertentu seperti Hindu, Budha, Kristen, Islam, dan religi lainnya. Sekarang ini, fenomena wisata syariah tidak hanya terbatas pada jenis wisata jiarah/religi, namun terjadi pengembangan nilai-nilai yang bersifat universal seperti kearifan lokal, memberi manfaat bagi masyarakat dan dunia pendidikan.

Pada konsepnya pengembangan wisata syariah bukanlah wisata eksklusif karena wisatawan non-Muslim juga dapat menikmati pelayanan yang beretika syariah. Wisata halal bukan hanya meliputi keberadaan tempat wisata ziarah dan religi, melainkan pula mencakup ketersediaan fasilitas pendukung, seperti restoran dan hotel yang menyediakan makanan halal dan tempat shalat. Dalam wisata halal, produk dan jasa serta tujuan wisata adalah sama seperti wisata umumnya selama tidak bertentangan dengan nilai-nilai dan etika syariah. Tetapi sampai saat ini, kearifan lokal dan budaya yang ada di ponorogo belum menjadi daya tarik wisata *living culture* yang diminati oleh wisatawan. Mengapa wisata syariah penting di kembangkan di ponorogo?

Perkembangan wisata syariah memberikan dampak multidimensi. Salah satu dampak positifnya adalah penyerapan tenaga kerja dan pengentasan kemiskinan. Seperti yang kita ketahui bersama bahwa ponorogo merupakan kabupaten yang banyak mengirimkan TKI dan TKW ke luar negeri, pada tahun 2013 jumlah TKI dan TKW ponorogo berjumlah 4.488 orang (BPS, 2017). Sedangkan garis kemiskinan dan penduduk yang ada di kabupaten ponorogo tahun 2016 berjumlah 102.06 ribu jiwa yaitu sekitar 11,75 % penduduk kabupaten ponorogo.

Sehingga di harapkan dengan adanya pengembangan wisata syariah ini maka jumlah penduduk miskin dan penduduk yang menjadi TKI atau TKW kabupaten ponorogo akan berkurang. Pengembangan wisata syariah merupakan merupakan bagian dari rencana dalam upaya memajukan, memperbaiki serta meningkatkan kondisi nyata daerah sehingga mampu memberikan nilai tambah dan manfaat bagi masyarakat daerah, terutama masyarakat sekitar kawasan wisata dan pemerintah daerah. Menurut Kaiser dan Helber dalam Yoenti, menjelaskan bahwa perencanaan wisata syariah di mulai dari pengembangan pariwisata daerah yang mencakup pembangunan fisik objek, atraksi wisata yang akan di jual, pelayanan umum, angkutan wisata, akomodasi, restoran dan perencanaan promosi yang akan di lakukan (Oka, 2008).

Pengembangan bisnis wisata syariah di ponorogo ini semakin manarik, mengingat masyarakat ponorogo merupakan masyarakat yang pluralism. Dimana masyarakat ponorogo menganut berbagai macam budaya, agama dan aliran kepercayaan. Dari jumlah penduduk sebanyak 965.809 ribu jiwa di tahun 2017, yang beragama islam sebanyak 849.127 ribu jiwa, Kristen 3.864 ribu jiwa, Katolik 3.268 ribu jiwa, Hindu 92 ribu jiwa, Budha 271 ribu jiwa dan KH 15 ribu orang (BPS, 2017). Sedangkan aliran kepercayaan atau biasa di sebut sebagai Himpunan Penghayat Kepercayaan (HPK) di ponorogo terdapat 22 organisasi, diantaranya Purwo Ayu Mardi Utomo beranggotakan 11300 jiwa, Ilmu Sejati beranggotakan 6000 jiwa, Aliran kebatinan perjalanan beranggotakan 6400 jiwa, Sapto darmo beranggotakan 2300 jiwa, Pelajar kawruh jiwa beranggotakan 680 jiwa, Kautaman kasampurnan beranggotakan 600 jiwa, Paguyuban wirid sadar beranggotakan 500 jiwa (Rofiq, 2014).

Sehingga pengembangan wisata syariah di ponorogo yang bermasyarakat majemuk, diperlukan peran dari pemerintah daerah sebagai *leading sector* dalam menentukan perencanaan dan pembangunan wisata syariah daerah. Dengan memahami aspek lingkungan internal dan eksternal kabupaten ponorogo, maka identifikasi, analisis dan penentuan pengembangan strategi wisata syariah dapat ditentukan. Ini sesuai dengan konsep yang di kemukakan oleh Wheelen dan Hanger yaitu langkah-langkah di dalam pengembangan destinasi wisata syariah di mulai dari mengidentifikasi faktor lingkungan internal dan eksternal, memformulasi strategi, implementasi strategi dan evaluasi strategi (Wheelen, 2000). Godfrey & Clarke mengemukakan hal pertama yang harus di lakukan untuk strategi pengembangan pariwisata terutama wisata syariah adalah perencanaan pengembangan produk yang ada, mencari peluang untuk ekspansi pasar yang baru, dan menetapkan prioritas jangka panjang bagi industry local (Godfrey, 2000). Pengembangan wisata syariah di mulai dari *to plan for improvements in existing* *products* (merencanakan perbaikan produk yang ada), dalam hal ini ialah peningkatan potensi wisata daerah secara keseluruhan melalui pengembangan potensi daerah yang akan dijadikan sebagai destinasi wisata syariah. Langkah selanjutnya adalah mengidentifikasi *strengths, weaknesses,* *opportunities and threats in the local product*, dalam hal ini menelaah faktor internal dan eksternal pada destinasi wisata, sehingga dapat menentukan rumusan alternative strategi yang akan digunakan dalam pengembangan destinasi wisata syariah daerah.

Walaupun konsep syariah sudah menjadi gaya hidup bagi sebagian besar penduduk Indonesia, namun wisata syariah kurang berkembang di Indonesia dikarenakan fasilitasi, tidak mudah memastikan makanan halal, sertifikasi halal, dan promosi yang kurang. Hal tersebut juga terjadi di kabupaten Ponorogo. Dari segi pariwisata ponorogo masih sangat kurang pengembangannya, terutama wisata alamnya. Selama ini ponorogo hanya di kenal dengan kesenian reognya, padahal masih banyak destinasi wisata yang ada di ponorogo yang perlu di kembangkan.

Terdapat beberapa obyek wisata di kabupaten ponorogo, yaitu obyek wisata budaya, obyek wisata industri, obyek wisata alam dan obyek wisata religi (BPS, 2017). Segenap potensi obyek wisata tersebut tentunya dapat dikembangkan dalam bentuk bisnis wisata syari’ah. Diantaranya adalah: ***Pertama***, Obyek Wisata Budaya. Setiap tanggal 1 muharram (1Suro), pemerintah kabupaten Ponorogo menyelenggarakan Grebeg Suro. Rangkaian acara perayaan Grebeg Suro ini terdapat Kirab Pusaka, Festival Reog Nasional, Larung Risalah Do’a di Telaga Ngebel. Perayaan grebeg sura ini menjadi jadwal kalender wisata jawa Timur. Obyek wisata budaya lainnya yaitu Taman rekreasi singo Pitu, Pentas wayang Kulit dan Reog Bulan Purnama.

***Kedua*,** Obyek Wisata Industri. Di kabupaten ponorogo terdapat beberapa sentra industry, diantaranya sentra industry Seng di Desa Paju kecamatan Ponorogo, Sentra industry Jenang di Desa Josari kecamatan Jetis, Sentra industri kulit di desa Nambangrejo Kecamatan Sukorejo serta sentra industry Holtikultura di kecamatan Pudak kabupaten Ponorogo.

***Ketiga***, Obyek Wisata Alam. Beberapa obyek wisata alam yang terdapat di kabupaten ponorogo, adalah:Telaga Ngebel di kecamatan Ngebel, Taman wisata Ngembak di kelurahan Ronowijayan, kecamatan Siman, Air terjun Pletuk di desa Njuruk kecamatan Sooko, Gunung Bayangkaki di desa temon kecamatan Sawoo, Air terjun Juruk Klenteng, di desa Juruk, di kecamatan Sawoo, Goa Lowo, di kecamatan Sampung, Hutan Wisata Kucur di kecamatan Badegan, Air terjun Toyomerto di desa pupus kecamatan Ngebel, Air terjun Setapak, di desa banaran kecamatan Pulung.

***Keempat***, Obyek wisata Religi. Di kabupaten Ponorogo terdapat dua jenis objek wisata religious yaitu objek wisata ziarah dan obyek wisata agama. Objek wisata ziarah diantaranya adalah makam bathara katong di desa Setono kecamatan jenangan dan makam Gondoloyo di desa Tanjungsari kecamatan Jenangan. Dan objek wisata agama di antaranya adalah mata air sendang waluyo jati yang merupakan tempat ibadah penganut katolik, dengan sebuah patung Maria di desa Klepu Kecamatan Sooko dan Masjid Tegalsari yang dibangun sekitar abad ke-18 oleh Kyai Ageng Besari, beraksitektur Jawa dengan 36 tiang, serta kitab berusia 400 tahun yang di yulis Ronggo Warsito di Desa Tegalsari kecamatan Jetis.

Dengan demikian penulis berharap dapat memberikan masukan yang signifikan tentang strategi pengembangan bisnis wisata syariah di wilayah Ponorogo. Yang bertujuan untuk mengembangkan produk dan pelayanan yang berkualitas, bertahap dan seimbang, yang akan mengangkat potensi local daerah, yang akan berimplikasi pada pengembangan ekonomi masyarakat daerah terutama kabupaten Ponorogo.

**WISATA SYARI’AH**

Menurut President *Islamic Nutrition Council of America*, Muhammad Munir Caudry,“wisata syariah merupakan konsep baru pariwisata, wisata ini bukan wisata religi seperti umroh dan menunaikan ibadah haji. Wisata syariah adalah pariwisata yang melayani liburan, dengan menyesuaikan gaya liburan sesuai dengan kebutuhan dan permintaan traveler muslim”. Dalam hal ini hotel yang mengusung prinsip syariah tidak melayani minuman beralkohol dan memiliki kolam renang dan fasilitas spa terpisah untuk pria dan wanita (Wuryasti, 2013). Menurut Hery Sucipto dan Fitria Andayani, wisata syariah merupakan sebagai upaya perjalanan atau rekreasi untuk mencari kebahagiaan yang tidak bertentangan dan menyalahi prinsip- prinsip ajaran Islam, sertasejak 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 mengagumi keindahan alam sekitar dan amalan positif lainnya yang sesuai dengan ajaran Islam serta memberi manfaat bagi kehidupan umat manusia dan lingkungan sekitar (Hery Sucipto, 2014).

Sedangkan wisata syariah menurut 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 halalan 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 (Bawazir, 2013).

**Perbedaan Wisata Konvensional, Wisata Religi dan Wisata Syariah**

Berikut di sajikan tabel perbedaan antara wisata konvensional, wisata religi dan wisata syariah.

**Tabel 1**

**Perbedaan Antara Wisata Konvensional, Wisata Religi dan Wisata Syariah**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **No** | **Item Perbandingan** | **Konvensional** | **Wisata Religi** | **Wisata Syariah** |
| 1 | **Objek** | Alam, budaya, heritage, kuliner | Tempat ibadah, peninggalan sejarah | Semua |
| 2 | **Tujuan** | Menghibur | Meningkatkan spiritualitas | Meningkatkan spirit religiusitas dengan cara menghibur |
| 3 | **Target** | MenyentuhKesenangan | Aspek spiritualitasyang bisamenenangkan jiwa, semata-mata mencariketenangan batin | Memenuhi Keinginan dan menumbuhkan kesadaran beragama |
| 4 | **Guide** | Memahami dan menguasaiinformasi, sehinggabisa menarikwisatawan ke obyekwisata | Menguasai sejarah tokoh dan lokasitempat wisata | Membuatwisatawan tertarikpada obyeksekaligusmembangkitkanspirit religiuitaswisatawan |
| 5 | **Fasilitas Ibadah** | Sekedar pelengkap | Sekedar pelengkap | Menjadi bagianyang menyatudengan obyekwisata, ritualibadah menjadipaket hiburanwisata |
| 6 | **Kuliner** | Umum | Umum | Spesifik yang halal |
| 7 | **Relasi dengan****masyarakat di lingkungan objek****wisata** | Komplementer dan semata-matamengejarkeuntungan | Komplementer dan semata-matamengejarkeuntungan | Interaksi berdasarpada prinsip-prinsip syariah |
| 8 | **Agenda perjalanan** | Mengabaikan waktu | Peduli perjalanan | Memperhatikan waktu |

“ Dini andriani,et al͘ Laporan awal kajian pengembangan wisata syari’ah͘ Jakarta: Kementrian Pariwisata RI. 2015 ”

**PENGEMBANGAN WISATA SYARI’AH**

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 (Sammeng, 2000).

Dalam kaitannya dengan strategi pengembangan wisata, Arif Yahya, selaku menteri pariwisata, mengemukakan beberapa resep peningkatan kunjungan wisata yang meliputi tiga aspek yakni atraksi, aksessibilitas dan amenitas (Muhammad, 2017). Sedangkan menurut Coper at all dalam Sunaryo, mengemukakan bahwa terdapat 5 unsur/ komponen dalam pengembangan obyek wisata, yaitu: (Objek dan Daya Tarik (*Attraction*), Aksesibilitas (*Accessibilities*), Amenitas (*Amenitie*), yang mencakup fasilitas penunjang maupun pendukung wisata, Fasilitas Pendukung (*Ancillary Services*), dan Kelembagaan (*Institutions*) (Sunaryo, 2013). Adapun penjelasannya sebagai berikut:

1. **Objek dan Daya Tarik (*Attraction)***, yang mencakup: daya tarik yang bias berbasis utama pada kekayaan alam, budaya, mapun buatan/ artificial seperti event atau yang sering disebut sebagai minat khusus (*special interest*).

Menurut Gun dalam Sedarmayanti,dkk, mengemukakan *“the atraction represent the most important reason for travel to destination.”* Atraksi dapat berntuk pemanfaatan alam sebagai wahana atraksi dan atraksi yang memanfaatkan budaya sebagai pertunjukan seni atau apresiasi seni yang dikembangkan oleh masyarakat di suatu destinasi atau nilai tradisional yang merupakan tradisi yang diselenggarakan secara turun temurun yang memiliki nilai budaya tinggi dan dapat didukung wisatawan. Atraksi menjadi amat penting bagi perkembangan destinasi, Chuk Y Gee ‘*The attraction and attributes of a destination are important with respect to sight seeing, recreation, shopping, entertainment, and other fromof pleasure travel*” (Sedarmayanti, 2018).

1. **Aksesibilitas (*Accessibilities*),** yang mencakup dukungan sistem transportasi yang meliputi: rute atau transportasi, fasilitas terminal, bandara, pelabuhan, dan moda transportasi lain. Adapun pengertian aksesibilitas menurut Sedarmayanti dkk, yaitu semua jenis sarana dan prasarana transportasi yang mendukung pergerakan wisatawan dari suatu tempat ke tempat lain dan mendukung perjalanan wisatawan dari tempat asal menuju ke suatu destinasi dan kembali ke tempat asal (Sedarmayanti, 2018). Sedangkan menurur French dalam Bambang Sunaryo, ke faktor- faktor yang penting dan terkait dengan aspek aksesibilitas wisata ini meliputi: “......road signage , access to tourist attraction, regional airport, and ground transport ,..........time taken to reach the destination, the cost of traveling to the destination, and the frequency of transport to the destination”.

Aksesibilitas tidak hanya menyangkut kemudahan transportasi bagi wisatawan untuk mencapai sebuah tempat wisata atau destinasi tertentu, akan tetapi juga waktu yang dibutuhkan, tanda penunjuk arah menuju lokasi wisata dan perangkat terkait lainnya (Sunaryo, 2013).

1. **Amenitas (*Amenitie*),** yang mencakup fasilitas penunjang maupun pendukung wisata, diantaranya: akomodasi, rumah makan (*food and beverage*), retail, toko cinderamata, biro perjalanan, retail, pusat informasi wisata, fasilitas penukaran uang (*money changer*) serta fasilitas kenyamanan lainnya. Menurut Arif Yahya dalam Muhammad Djakfar, aspek ini selain berkaitan dengan fasilitas yang memberi atmosfer kenyamanan, juga berkaitan dengan pelayanan yang memadai. Kiranya aspek amenitas ini juga merupakan ruh kekuatan daya tarik sebuah destinasi wisata yang sejatinya tetap harus mendapat perhatian para pengelola secara berkesinambungan. Karena bagaimanapunpesona objek tidak akan mempunyai nilai yang berarti tanpa diimbangi dengan ketercukupan fasilitas yang dibutuhkan yang disertai pula dengan pelayanan prima. Inilah kiranya kiat yang dimaksud oleh menteri pariwisata (Muhammad, 2017).
2. **Fasilitas Pendukung (*Ancillary Services*),** yaitu ketersediaan fasilitas pendukung yang digunakan oleh wisatawan, seperti bank, telekomunikasi, pos, rumah sakit dan sebagainya.
3. **Kelembagaan (*Institutions***) yaitu terkait dengan keberadaan serta peran dari masing-masing unsur yang mendukung terlaksananya kegiatan pariwisata yang termasuk masyarakat setempat sebagai tuan rumah (*host)*.

Untuk tercapainya pengembangan dan pengelolaan destinasi pariwisata yang berdaya guna dan berhasil guna dan mendukung pembangunan kepariwisataan perlu pengelolaan destinasi pariwisata yang didukung oleh seluruh stakeholder kepariwisataan, baik yang terkait langsung maupun tidak langsung dengan pengembangan dan pengelolaan sebuah destinasi pariwisata. Salah satu bentuk pengelolaan destinasi pariwisata adalah *Destination Management Organization* yang selanjutnya disingkat DMO. DMO memiliki fungsi untuk mengelola dan mengkoordinasikan elemen- elemen sebuah destinasi (daya tarik wisata, SDM, citra, pemasaran, atraksi wisata, harga, lingkungan yang berkelanjutan serta sumber- sumber daya destinasi, fasilitas umum). DMO menjadi sebuah perspektif yang hendak memberikan ruang partisipasi bagi semua pihak untuk terlibat dalam pengembangan dan pengelolaan sebuah destinasi pariwisata (Muhammad, 2017).

Gambar 1

Ilustrasi kontruksi sistem pengembangan tempat wisata syariah

**MANAJEMEN STRATEGI**

Manajemen strategis bertujuan untuk mengeksploitasi serta menciptakan berbagai peluang baru yang berbeda untuk masa mendatang dan perencanaan jangka panjang serta mencoba untuk mengoptimalkan tren-tren sekarang untuk masa datang. Manajemen strategis meliputi pengamatan lingkungan, perusahaan strategi, dan evaluasi serta pengendalian. Manajemen strategis menekankan pada pengamatan dan evaluasi peluang dan ancaman lingkungan dengan melihat kekuatan dan kelemahan perusahaan. Dapat dikatakan bahwa manajemen strategis merupakan cara untuk mengelola semua sumberdaya guna mengembangkan keunggulan kompetitif jangka panjang. Salah satu bentuk dari analisis SWOT adalah analisis Lingkungan.

Analisis lingkungan ini meliputi dari kegiatan memonitor, evaluasi, dan mengumpulkan informasi dari lingkungan eksternal dan internal perusahaan. Tujuannya yaitu untuk mengidentifikasi faktor strategis, elemen eksternal daninternal akan memutuskan strategi dimasa yang akan datang bagi perusahaan (Muhammad, 2017). Untuk melakukan analisis lingkungan ini memerlukan suatu alat analisis yang dinamakan analisis SWOT. SWOT merupakan akronim yang digunakan untuk mendeskripsikan *Strengths* (Kekuatan), *Weaknesses* (Kelemahan), *Opportunities* (Peluang), dan *Threaths* (Ancaman) yang merupakan faktor strategis bagi perusahaan spesifik (Muhammad, 2017).

Analisis SWOT merupakan teknik historis yang terkenal dimana para manajer menciptakan gambaran umum secara cepat mengenai situasi strategis perusahaan. Analisis ini didasarkan pada asumsi bahwa strategi yang efektif diturunkan dari “kesesuaian” yang baik antara sumber daya internal perusahaan (kekuatan dan kelemahan) dengan situasi eksternalnya (peluang dan ancaman). Kesesuaian yang baik akan memaksimalkan kekuatan dan peluang perusahaan serta meminimalkan kelemahan dan ancaman. Jika diterapkan secara akurat, asumsi sederhana ini memiliki implikasi yang bagus dan mendalam bagi desain dari strategi yang berhasil (John, 2008). Dari bahasan mengenai analisis SWOT, maka peluang- peluang dan ancaman- ancaman dari hasil analisis eksternal, bersama dengan kekuatan-kekuatan dan kelemahan-kelemahan perusahaan dari hasil analisis internal akan menjadi masukan dalam menyusun analisis SWOT. Setelah dilakukan analisis SWOT yang memetakan analisis lingkungan eksternal dan internal perusahaan, maka perusahaan tentunya memikirkan bagaimana perusahaan menggunakan analisis SWOT dalam menuangkan strategi yang akan dilakukan. Dalam penyusunan strategi, perusahaan tidak selalu harus mengejar semua peluang yang ada. Tetapi, perusahaan dapat membangun suatu keuntungan kompetitif dengan mencocokkan kekuatannya dengan peluang masa depan yang akan dikejar. Untuk dapat membangun strategi yang mempertimbangkan hasil dari analisis SWOT, dibangunlah TOWS Matriks. TOWS Matriks (TOWS hanya kebalikan atau kata lain dalam ungkapan SWOT) mengilustrasikan bagaimana peluang dan ancaman pada lingkungan eksternal dapat dipadukan dengan kekuatan dan kelemahan dari perusahaan, sehingga hasil yang diperoleh dapat digambarkan melalui empat set alternatif strategi (Hunger, 2015).

Gambar 2

Skema proses Strategi pengembangan wisata syari’ah di ponorogo

****

**POTENSI MARKET WISATAWAN DI PONOROGO**

Jumlah kunjungan wisatawan ke ponorogo dalam waktu 3 ntahun terakhir terius mengalami peningkatan. Dalam Statistik ponorogo menunjukkan di pertengahan tahun 2019 ini jumlah wisatan ponorogo mengalami kenaikan, yaitu 500 ribu wisatan di tahun 2019. Meningkat dua kali libat di bandingkan tiga tahun terakhir yeti 100 ribu wisatawan. Data pusat statistic menunjukkan kemaikan jumlah wisatawan yang berkunjung di ponorogo, yeti tahun 2016 sebanyak 100 ribu orang, 2017 sebanyak 150 ribu orang, tahun 2018 sebanyak 300 orang dan akhir tahun 2019 ini sudah menunjukkan jumlah 625 ribu orang. Kenaikan jumlah wisatawan ini tidak lepas dari pengembangan destinasi wisata rintisan dan kegiatan seni budaya yang terus di galakkan.

**DAMPAK WISATA TERHADAP PAD DAERAH KABUPATEN PONOROGO**

Geliat pariwisata di ponorogo di samping menaikkan jumlah destinasi alam di ponorogo juga berdampak pada kenaikan Pendapatan Asli Daerah (PAD) kabupaten ponorogo. Pada tahun 2018 ini PAD Ponorogo mengalami kebaikan 200% dari tahun sebelumnya, dan melebihi target yang telah di tentukan. Pada tahun 2018 ini PAD ponorogo dari sector pariwisata sebesar RP. 1,45 Milyar, yang mana target di tahun itu hanya 845 juta rupiah. Penyumbang terbesar Pendapatan daerah dari sector wisata ini adalah kecamatan ngebel yeti telaga ngebel. Dan kecamatan Sooko dan Pudak yaitu Mloko sewu dan pemandian air hangat Tirto Usodo.

**PENGEMBANGAN WISATA SYARI’AH DI PONOROGO**

***(1). Attraction***, Pengembangan Wisata di lihat dari Kekayaan Alamnya

Kabupaten Ponorogo adalah sebuah kabupaten yang terletak di propinsi Jawa timur, yang terletak di koordinat 111◦17’ - 111◦52’ BT dan 7◦49’ - 8◦20’ LS dengan ketinggian antara 92 sampai dengan 2.563 meter atas permukaan laut dan memiliki luas wilayah 1.371,78 km2. Menurut Dinas Pariwisata kabupaten ponorogo, terdapat banyak potensi wisata dan budaya yang ada di kabupaten ponorogo, yaitu:

1. Gua, berada di kecamatan sampung, bungkal dan sawoo
2. Makam religi, berada di kecamatan slahung, pulung, jetis, bagedan dan jenangan.
3. Telaga, berada di kecamatan ngebel
4. Taman/hutan wisata, berada di kecamatan ponorogo, ngebel, slahung, badegan.
5. Mata air/sumber air, berada di kecamatan bungkal, Sukoo, Sambit dan Siman.
6. Air terjun, berada di Sawoo, suko dan Balong
7. Gunung, berada di Slahung, Sawoo

***(2) Accessbilities****,* yang mencakup dukungan sistem transportasi.

Kabupaten ponorogo terletak di 27 km sebelah selatan kota madiun dan berada di jalur Madiun Pacitan, serta jalur Madiun Trenggalek. Sehingga untuk saat ini ponorogo hanya bisa di tempuh melalui jalur darat. Baik menggunakan fasilitas bus umum, maupun kendaraan pribadi, maupun kendaraan tradisional. Kendaraan tradisional yang ada di ponorogo bernama dokar. Dokar biasa di gunakan di daerah pedesaan, yang biasa di gunakan untuk mengangkut pedagang maupun sayur untuk menuju pasar tradisional. Bus Dalam kota, Bus ini di gunakan untuk menghubungkan pusat kabupaten dengan kecamatan-kecamatan di pinggiran, bus kota ini merupakan bus mini dengan tarif yang sangat ekonomis. Angkodes, angkutan sejenis angkot yang merupakan transportasi umum Bus antar kota, berpusat di terminal seloaji, bus antar kota menghubungkan kota-kota yang ada di jawa timur.

***(3). Amenities,***yang mencakup fasilitas penunjang maupun pendukung wisata diantaranya: akomodasi, rumah makan (*food* *and beverage)*, toko cendramata. Ponorogo merupakan salah satu daerah tujuan wisata di wilayah Madiun Raya. Keberadaan hotel dan penginapan sangat penting dalam menunjang kegiatan pariwisata di kota reog. Jumlah hotel yang ada di wilayah ponorogo sebanyak 67 hotel baik kelas berbintang maupun melati, dari 67 hotel tersebut 33 hotel berada di wilayah telaga ngebel, hal ini karena ngebel merupakan icon wisata ponorogo.

Dari 67 hotel tersebut ada 13 hotel berbintang dua atau satu, yang lainnya adalah kelas melati. Namun, 80% hotel yang ada di ponorogo belum memiliki hotel syari’ah, walaupun banyak yang menerapkan prinsip syari’ah. Untuk rumah makan ponorogo memiliki 57 tempat kuliner makan di ponorogo, baik restoran dengan harga mahal maupun harga murah. Untuk sertifikasi produk halal, BPPOM MPU perlu sosialisasi adanya sertifikat halal . Toko cenderamata juga banyak tersebar di wilayah ponorogo, terutama jajanan khas ponorogo yeti dodol dan sate ayam, begitu juga toko penjual pernak pernik reog banyak tersebar di wilayang ponorogo.

***(4). Ancillary Services***, yang mencakup seperti rumah sakit, bank, pos, telekomunikasi dan lainnya. Untuk melayanan kesehatan dan perputaran uang di ponorogo sudah sangat bagus, dalam pelayanan kesehatan terdapat 6 rumah sakit besar bertaraf nasional, yang berada di pusat kota Ponorogo, sedangkan untuk pukesmas dan klinik kesehatan sudah tersebar di setiap desa dan kelurahan di seluruh wilayah ponorogo. Jadi untuk pelayanan kesehatan, sudah menjangkau desa-desa di seluruh kabupaten ponorogo.

Sedangkan untuk perbankan juga sdh tersebar di setiap akses atau jantung perekonomian di setiap kecamatan yang ada di wilayang kabupaten ponorogo, pelayanan ATM pun juga berada di setiap jantung perekonomian setiap kecamatan yang ada di wilayah ponorogo. Sedangkan untuk sarana telekonomikasi, seluruh wilayah ponorogo bisa di jangkau semua jaringan telekonomikasi yang ada.

**ANALISIS SWOT PENGEMBANGAN WISATA SYARI’AH DI PONOROGO**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Faktor** **Internal** | Kekuatan (S) | Kelemahan (W) |
| 1. Ponorogo mempunyai potensi untuk menjadi salah satu destinasi wisata syari’ah di indonesia, hal ini karena banyak wisata religi dan pondok poesantren yang ada di ponorogo, serta wisata alam yang belum di kembangkan.
2. Walaupun belum banyak pengetahuan masyarakat terhadap sertifikat halal, tetapi produk halal sudah menjadi kewajiban dan kehidupan sehari-hari masyarakat ponorogo.
3. Tradisi grebeg reog yang diadakan setiap tahunnya di Ponorogo, merupakan even budaya internasional yang bisa di kembangkan dan di kemas kedalam even-even yang bersyariah, misalkan melarang penggunaan minuman keras di even tersebut.
 | 1. Sebagian besar pelaku industri belum menyantumkan sertifikasi halal.
2. Belum siapkan ponorogo dalam pengembangan wisata halal, hal ini karena SDM yang terbatas, di samping itu pembangunannya memerlukan biaya yang besar.
3. Masyarakat ponorogo tidak memperdulikan dalam pengembangan wisata syari’ah, sehingga destinasi alam di ponorogo banyak yang rusak dan tidak terawat.
4. Minimnya anggaran daerah di dalam pengembangan wisata syari’ah di ponorogo, terutama di pengembangan sektor alamya.
 |

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Faktor Eksternal** | Peluang (O) | Ancaman (T) |
| 1. Mayoritas penduduk Ponorogo adalah muslim, di samping itu di ponorogo juga terdapat banyak pesantren dan situs-situs reliqi.
2. Banyaknya induistri kecil dan menengah, sehingga hal ini mempunyai peluang untuk sertifikasi halal di ponorogo.
3. Semakin meningkatnya pendapatan kelas menengah, hal ini mengindikasikan bahwa pelaku ekonomi di ponorogo akan semakin konsumtif, sehingga produk-produk halal dapat berkembang.
4. Adanya kebutuhan masyarakat adanya tempat rekreasi yang nyaman dan halal
 | 1. Belum adanya konsep yang jelas adanya penerapan wisata syari’ah di ponorogo.
2. Belum adanya regulasi penerapan wisata syari’ah yang ada di indonesia.
 |

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| **Strategi SO** | **Strategi WO** | **Strategi ST** | **Strategi WT** |
| 1. Disediakan tempat ibadah Mushola dan kamar mandi bersih di setiap destinasi wisata.
2. Membuat paket-paket wisata syariah, untuk destinasi syariah yang ada di ponorogo.
3. Meningkatkan promosi di media sosial elektronik maupun cetak.
4. Bekerjasama dengan dinas pariwisata terkait untuk menerbitkan sertifikat halal
 | 1. Memperbaiki sarana dan fasilitas pendukung adanya pariwisata syari’ah.
2. Dinas terkait memfasilitasi adanya penerbitan sertifikat halal bagi rumah makan dan hotel dan wisata syari’ah.
 | 1. Menjadikan ponorogo, sebagai kabupaten benchmark wisata syariah yang ada di karisidenan madiun.
2. Pengembangan destinasi syari’ah terutama pada destinasi yang sudah ada menjadi lebih menarik dan mempunyai perbedaan yang unik di banding dengan destinasi di daerah lain.
3. Bekerjasama dengan stakeholder maupun dinas yang lain dalam pengembangan wisata syari’ah
 | 1. Melakukan promosi di daerah jawa timur dan jawa barat, melalui media sosial
2. Mendorong penduduk ponorogo untuk lebih bisa berbahasa yang baik, terutama pada bahasa internasional.
 |

**KESIMPULAN**

Pengembangan wisata syari’ah di ponorogo apabila di lihat dari Persepsi masyarakat ponorogo baik masyarakat muslim, masyarakat non muslim maupun pemerintah daerah ponorogo, di lihat dari destinasi alam ponorogo yang mengalami peningkatan, assebilitas, akomodasi dan dukungan dari pemerintah daerah maka pemerintah ponorogo siap dengan adanya pengembangan wisata syariah di ponorogo, hal ini di dukung oleh ketersediaan makanan halal, jumlah hotel dan penginapan serta adanya kerjasama dari stakeholder. Dari unsur ketersediaan makanan halal, ponorogo siap menyajikan makanan halal hal ini karena jumlah penduduk muslim, jumlah pesantren yang ada di ponorogo, serta budaya”gak neko-neko” maka dari unsur makanan maka wilayah ponorogo siap menyajikan makanan halal di kabupaten ponorogo. Tetapi masih adanya kendala yaitu sebagian besar UMKM Makanan di ponorogo belum tahu adanya sertifikat halal, sehingga ini merupakan tantangan dari berbagai pihak terutama pemerintah daerah untuk lebih bekerja keras dalam mensosialsisasi sertifikat halal dalam makanan. Dari unsur jumlah penginapan dan hotel yang ada di ponorogo, serta persepsi masyarakat baik muslim maupun non muslim, di simpulkan bahwa ponorogo dari sisi Akomodasi hotel dan penginapan di nilai belum siap, menyanangkan hotel syari’ah hal ini karena dari dari 67 hotel yang ada di ponorogo, 80% masih hotel melati yang sifatnya “remah-remang”, sehingga belum mempunyai sertifikat halal. Sehingga perlu adanya kerjasama di semua unsur masyarakat, baik hal ini masyarakat ponorogo sendiri sebagai obyek pengembangan wisata halal, ulama, akademisi dan pemerintah agar pariwisata ponorogo dapat terwujub, hal ini memerlukan waktu yang cukup lama, mengingat bahwa saat ini ponorogo masih dalam taraf pengembangan destinasi wisata (memperbanyak destinasi wisata).

Tabel 2

Hasil FGD dan Wawancara

|  |  |
| --- | --- |
| **Variabel** | **Kesimpulan pembahasan** |
| Terminologi | 1. Masyarakat lebih banyak mengenal istilah wisata halal daripada wisata syari’ah
2. Wisatawan luar negeri belum begitu banyak, lebih banyak wisatawan domestik
 |
| Tempat Wisata | 1. Destinasi wisata alam sangat beragam di wilayah ponorogo, lebih dari 20 jenis destinasi wisata halal di ponorogo.
2. Belum semua tempat wisata di lengkapi dengan tempat ibadah terutama untuk umat muslim.
 |
| Akomodasi | 1. Belum terdapat hotel syariah, kebanyakan hotel melati yang bersifat “remang-remang”.
2. Hanya ada 1 hotel yang mempunyai sertifikat halal dari MUI, yeti penginapan milik Pondok Pesantren Gontor.
 |
| Rumah makan dan makanan | 1. Sekitar 5% rumah makan yang mempunyai sertifikat halal dari MUI, padahal menu yang di sajikan halal.
2. Kendala biaya dalam sertifikasi
3. Belum adanya pengetahuan tentang sertifikat halal
 |
| BPW Pramuwisata | 1. Belum adanya Guide syariah di ponorogo
 |
| kelembagaan | 1. Belum adanya lembaga sertifikat halal yang ada di ponorogo, adanya baru BPOM di dinas kesehatan.
2. Lembaga sertifikasi halal daru ada di wilayah karisidenan Madiun.
 |

**REKOMENDASI**

1. Kelembagaan
2. Memasukkan dalam PERDA tentang wisata Syariah kabupaten Ponorogo.
3. Di bentuknya RESTRA pencanangan wisata syariah yang ada di Ponorogo.
4. Membentuk lembaga sertifikasi halal yang melibatkan MUI, dinas kesehatan dan dinas pariwisata.
5. Aksibilitas
6. Melakukan sosialisasi tentang pariwisata syari’ah baik itu konsep dan tujuan di pentingnya pengembangan wisata syari’ah ponorogo.
7. Mempromosikan Ponorogo sebagai kota dengan wisata syari’ah
8. Daya tarik Wisata
9. Melengkapati tempat wisata dengan sarana ibadah yang bersih
10. Melengkapi dengan rumah makan halal yang mempunyai sertifikat halal.
11. Akomodasi (Hotel)
12. Menghimbau kepada hotel dan penginapan yang ada di ponorogo dengan hotel yang berlayanan syari’ah.
13. Melengkapi kamar hotel untuk tempat wudhu maupun arah kiblat.
14. Mentertibkan hotel yang “remang-remang”
15. Rumah Makan
16. Menghimbau kepada UMKM agar melengkapi usaha mereka dengan sertifikat halal.
17. Pemerintah memfasilitasi agar rumah makan agar dapat dengan mudah dan cepat mengurus sertifikasi halal.
18. Biro Perjalanan Wisata
19. Menghimbau pada pemerintah daerah lebih memberikan ijin kepada biro wisata syari’ah.
20. Bekerja sama dengan biro wisata syari’ah yang sudah terkenal di masyarakat.
21. Pramuwisata
22. Lebih banyak melakukan sosialisasi pentingnya wisata syari;ah di ponorogo.
23. Menyusun pramuwisata untuk lebih mengfokuskan pada wisatawan muslim dan wisata syari’ah.

**DAFTAR PUSTAKA**

Ahmad Choirul Rofiq, *Kebijakan pemerintah terkait hak sipil aliran penghayat kepercayaan dan implikasinya terhadap perkembangan penghayat kepercayaan di ponorogo.* Kodifikasia.Vol 8.No.1, tahun 2014

Amir M. Taufiq, Manajemen Strategik Konsep dan Aplikasi ,2011, Jakarta : PT Raja grafindo Persada.

Andriani Dini,et al͘ ,Laporan awal kajian pengembangan wisata syari’ah͘ ,2015,Jakarta: Kementrian Pariwisata Ri

Bawazir Thohir, Panduan Praktis Wisata Syariah,2013, Jakarta: Pustaka Al- Kausar

BPS kabupaten ponorogo. 2017

David Fred R, Manajemen Strategi, 2006,Ed ke-10, Jakarta: Salemba Empat

Dikutip dari Masterplan Arsitektur Keuangan Syari’ah Indonesia

Dini andriani,et al. *Laporan awal kajian pengembangan wisata syari’ah*. Jakarta: Kementrian Pariwisata Ri.2015

Djakfar Muhammad, Rariwisata Halal Perspektif Multidimensi, 2017, Malang: UIN-Maliki Press.

Djakfar, Muhammad. *Pariwisata halal perspektif multidimensi*. Menteri Pariwisata Republik Indonesia. 2015

Estimasi World Population Prospects,UN.2017.

Godfrey, K. , dan Clarke, J. The Tourism development Handbook: *A practical Approach to planning and marketing*. London: Continuum. 2000

Hamzah, Maulana. M., & Yudiana, Yudi. *Analisis Komparatif Potensi Industri Halal dalam Wisata Syariah dengan Konvensional*.Republika.2015

Hunger J David dan Wheelen Thomas L, Manajemen Strategis, 2015, Yogyakarta:Andi Offset.

Irwanto.*Focused Group Discussion (FGD)* : Sebuah Pengantar Praktis. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.2006.

Kilinç, Akyol. &.“*Internet and Halal Tourism Marketing*”. International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic Volume 9/8 Ankara-Turkey.2014.

Murdaningsih, Dwi., & Pratiwi, Fuji.*Wisata Halal Indonesia Kalah Dibanding Malaysia dan Thailand*. Republika.2015

*OJK Peran OJK dalam Penguatan Ekonomi Umat. Presentasi pada Kongkres Ekonomi Umat Islam* yang diadakan oleh MUI di Jakarta pata tanggal 22 april 2017.

Pearce John A dan Robinson Richard B.Manajemen Strategis, 2008, Jakarta: Salemba Empat

Pendit Nyoman S, Ilmu Pariwisata Sebuah Pengantar Perdana,2006, Jakarta: Pradnya Paramitha

Priyadi,unggul. *Pariwisata Syari’ah: Prospek dan pengembangannya*. UPP STIM YKPM.2016

Sammeng Andi Mappi, Cakrawala Pariwisata2000, Jakarta:Balai Pustaka

Sedarmayanti,dkk. Pembangunan dan Pengembangan Pariwisata, 2018, Bandung: PT Refika Aditama.

Sucipto Hery dan Andayani Fitria, Karakter, Potensi, Prospek dan Tantangan Wisata Syariah, 2014, Jakarta: Group Grafindo Khasanah Ilmu.

Sugiyono. *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif dan RD*. Bandung. Alfabeta. 2012

Sunaryo Bambang, Kebijakan pembangunan destinasi pariwisata , konsep dan aplikasinya di Indonesia, 2013,Yogyakarta:Gava Media.

Sunaryo Bambang. *Kebijakan pembangunan destinasi pariwisata* , konsep dan aplikasinya di Indonesia. Yogyakarta.2013.

Undang-Undang tahun 2009 tentang Kepariwisataan

Wheelen,T. dan Hunger. *Strategic management and business policy*, 6th edition, Reading: Addison-wesley.2000

Wuryasti, F, Wisata halal konsep baru kegiatan wisata di Indonesia, Retrieved from http://travel.detik.com. 2013

Wuryasti, F. *Wisata halal konsep baru kegiatan wisata di Indonesia*. Retrieved from <http://travel.detik.com>. 2013

Yoenty, Oka A. *Perencanaan dan pengembangan pariwisata*. Cetakan kedua. Jakarta. PT.Pradnya paramita. 2008

Yoeti Oka A, Pengantar Ilmu Pariwisata, 1982, Bandung: Angkasa