

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 LATAR BELAKANG

Pariwisata merupakan kegiatan kompleks multidimensi, multidisiplin dan multisektoral pemerintah dan masyarakat berperan penting dalam sector pariwisata di daerahnya masing-masing.

Pariwisata merupakan salah satu sector industry yang paling cepat berkembang. Dan sebagai sector pendukung ekonomi daerah paling diunggulkan, pada tahun ke tahun persentase wisatawan dunia meningkat 4% di tahun 2012 di banding tahun-tahun sebelumnya, dan lebih dari 1 miliar wisatawan yang pergi ke luar negara mereka masing-masing (UNWTO, 2012).

Saat ini pariwisata hamper menjadi lifestyle bagi orang-orang sebagai aktualisasi diri dan menambah pengalaman, pengetahuan baru, pembelajaran dan sebagai penghilang kelelahan dalam rutinitas sehari-hari (refreshing), dampak pariwisata juga di rasakan oleh umat islam di seluruh dunia, banyaknya publikasi dan promosi pariwisata yang beredar di internet menjadikan para wisatawan muslim mulai tertarik untuk bepergian untuk berwisata. Menurut Crecentrating, konsultan perjalanan dan pariwisata rumah halal, potensi pasar pariwisata syariah (muslim) di dunia menjadi pasar yang akan banyak di gemari dan di kunjungi, bisa di lihat populasi umat muslim di dunia yaitu sebesar lebih dari 1,7 miliar atau sekitar 30% dari total populasi manusia di dunua yang tersebar di lebih dari 148 negara. Dari semua total keseluruhan muslim di dunia , sekitar 65% berasal dari Asia Pasifik seperti Indonesia Malaysia dll. Oleh karena itu pengembangan wisata syariah akan menjadi tran pariwisata kedepannya.

Indonesia merupakan negara ke 4 dengan populasi terbanyak di

dunia sekitar 237 juta orang dengan jumlah penduduk muslim terbanyak di dunia (13,1% dari total jumlah penduduk muslim dunia), diikuti oleh India, Pakistan, Bangladesh, Nigeria, Mesir, Iran, Turki, Algeria, dan Maroko sebagai 10 negara dengan populasi Muslim terbesar.

Selain itu, Indonesia sudah mempunyai modal dasar yang lebih baik dibanding negara lain dengan populasi muslim terbesar di dunia, sehingga sangat kondusif dalam menyambut wisatawan muslim. Dengan mengangkat *branding* “*Wonderful Indonesia*” menggambarkan bahwa Indonesia memiliki potensi yang beragam dan menarik dengan kekayaan alam dan budaya yang dimiliki oleh Indonesia. Hal tersebut tidak menutup kemungkinan menjadikan Indonesia menjadi tujuan utama wisatawan muslim mancanegara. Jumlah wisatawan muslim mancanegara yang mengunjungi Indonesia melalui 19 pintu masuk ke Indonesia pada tahun 2012, Indonesia menerima wisatawan mancanegara sebanyak 8.044.462 wisatawan, dengan jumlah kunjungan wisatawan muslim mencapai 1.434.041 orang atau 18,24% dari total jumlah wisatawan tahun 2012. Wisatawan Muslim terbanyak yang mengunjungi Indonesia menurut Direktorat Jendral Pariwisata Kemenparekraf (2012) yaitu Malaysia, sebanyak 684.952 wisatawan, kemudian Singapura dengan jumlah 189.445 wisatawan. Saudi Arabia juga cukup banyak dengan jumlah 84.046 wisatawan, India berjumlah 23.744 wisatawan serta Australia mencapai 15.456 wisatawan. (Kemenparekraf, 2012) Peluang dari pengembangan wisata syari’ah (islami) yaitu potensi pasar baik wisatawan domestik (penduduk Indonesia 90% beragama Islam) maupun mancanegara (khusus Timur Tengah dan Malaysia cukup menjanjikan). Potensi yang menjanjikan terhadap pengembangan wisata islami atau wisata syariah di Indonesia semakin diperkuat dengan *launching* pariwisata syari’ah pada tanggal 30 Oktober 2013 pada acara Indonesia Halal Expo (INDEX) di Jakarta *Internasional*

Expo yang didukung oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) dan Majelis Ulama Indonesia.

Melihat peluang tersebut, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif telah mencanangkan 11 Destinasi yang akan dikembangkan menjadi pariwisata syariah di Indonesia. Salah satu daerah yang akan dikembangkan menjadi wisata syariah yaitu Jawa Barat. Hal ini cukup beralasan karena Jawa Barat telah menjadi pusat bagi industri baju muslim dan berbagai kuliner halal. Menurut Mantan Wakil Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif tahun 2009 - 2014, Sapta Winandar dalam Seminar Nasional Pariwisata Syariah (27/03/2014) memaparkan, “Jumlah penduduk muslim Malaysia hanya 16 juta tetapi mereka bangga dan memaksimalkan potensi besar tersebut untuk mengembangkan pariwisata syariah. Bandingkan dengan Indonesia, di Jawa Barat saja jumlah muslimnya mencapai 27 juta. Sesuai dengan Penelitian Profil Produk Pariwisata Jawa Barat, jumlah potensi pariwisata di Jabar sebanyak ± 426 destinasi yang tersebar di 26 Kota/kabupaten. Berikut Potensi Daya Tarik Syariah di Jawa Barat menurut Kemenparekraf.

Tabel 1. 1 Potensi Daya Tarik Wisata Syariah Jawa Barat

Daya Tarik Wisata alam dan buatan	Bangunan Bersejarah	Wisata Belanja	Kuliner
Lembang dan Kawah Tangkuban Perahu	Bandung Tempoe Doele	Jalan Cihampelas	Nasi Timbel
Air Panas Ciater	Teropong Bintang Boscha	Factory Outlet	Nasi Liwet
Taman Bunga Cihideung	Keraton Cirebon	Paris Van Java	Karedok
Taman Bunga Nusantara	Gedung Sate	Pasar Baru	Soto Bandung
Curug Cimahi Cisarua	-	-	Surabi
Kawah Putih-Ciwidey	-	-	-
Kebun Raya Cibodas	-	-	-
Taman Safari Indonesia	-	-	-

Sumber : Rencana Strategis Pariwisata Syariah Kemenparekraf, (2013).

Berdasarkan rencana strategis pada tabel 1.1 terdapat beberapa daya tarik wisata khususnya di wilayah Bandung Raya, seperti Lembang dan Kawah Tangkuban Perahu, Taman Bunga Cihideung, Bandung Tempoe Doeloe, Teropong Bintang Boscha, dan Gedung Sate. Sedangkan untuk wisata belanja keempat tempat tersebut posisinya di Bandung. Serta wisata kuliner yang hampir semuanya ada di kota Bandung.

Bandung merupakan Ibukota Jawa Barat, memiliki banyak destinasi dan atraksi wisata yang menarik. Wisatawan datang ke Bandung untuk menikmati beragam tempat mulai dari wisata kuliner hingga belanja produk fesyen. Berikut data jumlah kunjungan wisatawan ke Bandung dari tahun 2010 - 2014 :

Tabel 1. 2 Jumlah Kunjungan Wisatawan Ke Kota Bandung Tahun 2010 - 2014

Wisatawan	Tahun				
	2010	2011	2012	2013	2014
Wisman	228.449	225.585	176.855	176.132	180.143
Wisdos	4.951.439	6.487.239	5.080.584	5.388.292	5.627.421
Total	5.179.888	6.712.824	5.257.439	5.565.147	5.807.564

Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung, (2015)

Dari tabel dapat dilihat bahwa tingkat kunjungan wisatawan domestik ke kota Bandung mengalami peningkatan dari tahun ke tahun. Namun berbeda dengan jumlah kunjungan wisatawan mancanegara yang mengalami fluktuatif kunjungan. Pada tahun 2011 mengalami peningkatan dari tahun sebelumnya namun mengalami penurunan pada tahun 2012 dan mengalami peningkatan kembali namun tidak signifikan pada tahun-tahun selanjutnya. Hal tersebut menunjukkan bahwa sedikitnya *repeater guest* / kunjungan yang *intens* dari wisatawan mancanegara ke Bandung yang disebabkan oleh beberapa faktor. Wisatawan mancanegara yang sering ke Bandung adalah dari Malaysia yang mayoritas beragama Islam. Berikut daftar daya tarik wisata kota Bandung :

Tabel 1. 3 Data Potensi Dan Daya Tarik Wisata Kota Bandung

Jenis Wisata	Daya Tarik Wisata
Wisata Alam	Kebun Binatang Bandung, Taman Lalu Lintas Ade Irma Suryani, Karangsetra
Wisata Budaya	Museum Sri Baduga, Saung Angklung Udjo,
Wisata Mina t Khusus	Museum Geologi, Museum Pos Indonesia, Museum KAA, Mandala Wangsit Siliwangi, Menara Masjid Raya, Da'arut Tauhid

Sumber : Disnas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung (2015)

Berdasarkan Tabel 1.3 Bandung sudah mempunyai potensi Wisata Alam, Sejarah, Budaya, Rekreasi, dan Wisata Khusus yang dapat mendatangkan wisatawan domestik maupun wisatawan mancanegara untuk mengunjungi Kota Bandung. Selain itu, mayoritas penduduk Bandung beragama muslim serta mempunyai beberapa masjid dan pesantren yang potensial untuk dijadikan daya tarik wisata syariah. Salah satu contoh pengembangan pariwisata syariah adalah dengan memberikan kemudahan kepada wisatawan muslim untuk tetap menjalankan kewajibannya untuk beribadah sesuai ajarannya yang syar'i. Seperti makanan yang halal dan ketersediaan tempat ibadah yang nyaman.

Hal tersebut menunjukkan bahwa potensi pasar wisata syariah di Bandung besar sekali, tetapi belum banyak pelaku usaha yang sadar akan potensi ini karena wisata syariah terkesan eksklusif hanya untuk orang muslim. Persepsi inilah yang akan diklarifikasi terhadap pengembangan konsep dan prinsip wisata syariah, agar pasar tidak hanya terbatas karena perbedaan keyakinan. Menurut data jumlah dan klasifikasi hotel beijing Disbudpar Kota Bandung tahun 2015, saat ini tercatat ada 382 hotel dengan berbagai klasifikasi yang tersebar di Bandung. Dengan total 16.582 kamar. Rata-rata hotel tersebut adalah hotel konvensional, masih

sangat sedikit yang menerapkan hotel syariah. Selain itu, dari sekitar 12 ribu restoran dan rumah makan yang ada di Kota Bandung, hanya sedikit di antaranya yang memiliki sertifikasi halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI). Hal itu dikemukakan Ketua MUI Jawa Barat Bidang Ekonomi dan Produk Halal, Mustofa Djamaludin.

Meskipun dirasa tertinggal, diharapkan pariwisata syariah dapat menjadi salah satu pengembanagan dalam sektor pariwisata di Kota Bandung. Perlu digaris bawahi kembali, bahwa wisata syariah berbeda dengan wisata religi. Wisata syariah bukan hanya wisata untuk bersenang- senang, melainkan memperkaya wawasan keagamaan dan memperdalam rasa spiritual. Perjalanan keagamaan yang ditujukan untuk memenuhi rasa spiritual yang berisikan hikmah-hikmah dalam berwisata. Dengan demikian, maka semestinya tujuan wisata syariah tidaklah sempit, namun memiliki cakupan yang sangat luas, artinya tempat yang menjadi tujuan wisata syariah tidak terbatas makam para wali saja, namun mencakup setiap tempat yang bisa menggairahkan cita rasa religius, baik itu pemakaman para wali, masjid peninggalan kesejarahan islam, tempat bersejarah, atau tempat-tempat yang dapat menyampaikan pada tujuan yang dikehendaki dalam pariwisata syariah. Kita seharusnya sadar dan dapat melihat peluang dari potensi pariwisata syariah yang dimiliki Kota Bandung.

Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti tertarik melakukan penelitian dengan judul “***Strategi Pengembangan Pariwisata Syariah untuk Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Muslim Domestik dan Mancanegara di Kota Bandung.***”

