

ARTIKEL 3

by Hartomi Maulana

Submission date: 16-Feb-2021 06:48PM (UTC+0530)

Submission ID: 1510695625

File name: JMBR_paper_R1.docx (163.92K)

Word count: 3403

Character count: 22031

Sikap Pelaku Pariwisata Terhadap Potensi Wisata Syariah di Obyek Wisata Telaga Ngebel
Ponorogo (Hartomi Maulana, Ahmad Setiyono, Lathiefa Rusli, Rahma Yudi Astuti)

SIKAP PELAKU PARIWISATA TERHADAP POTENSI WISATA SYARIAH DI OBYEK WISATA TELAGA NGEBEL PONOROGO

Hartomi Maulana

Universitas Darussalam Gontor, Ponorogo Indonesia
mhartomi@unida.gontor.ac.id

Ahmad Setiyono

Universitas Darussalam Gontor, Ponorogo Indonesia
ahmadsetiyono@unida.gontor.ac.id

Lathiefa Rusli

Universitas Darussalam Gontor, Ponorogo Indonesia
lathiefarusli@unida.gontor.ac.id

Rahma Yudi Astuti

Universitas Darussalam Gontor, Ponorogo Indonesia
rahmayudi69@unida.gontor.ac.id

ABSTRAK

Wisata Syariah didasari pertimbangan bahwa pariwisata memiliki nilai potensi pasar yang sangat besar dan akan memberikan kemanfaatan yang besar bagi umat. Bahkan segmen wisata halal bukan hanya untuk wisatawan muslim melainkan juga wisatawan non-muslim. Tujuan dari studi ini adalah untuk menguji sikap *pelaku* pariwisata terhadap potensi wisata halal di obyek wisata Telaga Ngebel, Ponorogo. Dalam mencapai tujuan yang dimaksud, pendekatan kualitatif diterapkan dalam penelitian ini. Studi ini menggunakan data primer yang dikumpulkan melalui *semi-structure interview* dengan melibatkan sekitar 10 responden yang terdiri dari wisatawan, pelaku usaha di bidang restoran, penginapan dan juga pemangku kebijakan (pemerintah). Tematik analisis digunakan sebagai teknik analisis. Hasil studi mengungkapkan secara umum, responden pada wisata Telaga Ngebel memberikan dukungan yang positif terhadap potensi penerapan wisata Syariah. Studi juga menemukan bahwa kesiapan penerapan wisata Syariah di obyek wisata Telaga Ngebel terlihat dari tersedianya layanan fasilitas yang ramah muslim seperti makanan halal, tempat ibadah (musholla/ masjid), tanda arah kiblat dan juga akomodasi yang ramah muslim. Selain itu, srategi sosialisasi terhadap wisata Syariah perlu diterapkan. Studi menyarankan perlunya sosialisasi terhadap pentingnya label sertifikasi halal terutama pada produk-produk makanan dalam rangka untuk memberikan kenyamanan wisatawan yang datang di Telaga Ngebel sehingga akan berimplikasi pada peningkatan wisatawan.

Kata Kunci: Sikap, Wisata Syariah, Pelaku Wisata, Telaga Ngebel

ABSTRACT

Islamic tourism is based on the consideration that tourism has a very large potential market value and will provide great benefits to the people. Even the halal tourism segment is not only for Muslim tourists but also for non-Muslim tourists. This study examines the attitudes of tourism stakeholders toward the potential for Islamic tourism in Ngebel Lake tourism site, Ponorogo. To achieve the objectives, a qualitative approach is applied in this study. This study uses primary data collected through semi-structured interviews involving around 9 respondents consisting of tourists, business actors in the fields of restaurants, hotels and also policy makers (government). Thematic analysis is used as an analysis technique. The results of the study revealed that in general, respondents showed positive support for the potential for implementing Islamic tourism. The study also found that the readiness of implementing Islamic tourism in Ngebel tourism can be seen from the availability of Muslim-friendly facilities such as halal food, places of worship (musholla / mosque), Qibla direction signs and also Muslim friendly accommodation. In addition, the socialization strategy for Islamic tourism needs to be implemented. The study suggests the need to socialize the importance of the halal certification label, especially on food products in order to provide comfort for tourists who come to Ngebel as result it will have implications for increasing tourists.

Keywords: Attitude, Islamic Tourism, Stakeholders, Ngebel lake

PENDAHULUAN

Dewasa ini diversifikasi sektor wisata telah berkembang pesat selama beberapa dekade. Salah satunya adalah wisata Syariah (*Islamic tourism*). Wisata Syariah merupakan penyediaan produk dan jasa pariwisata yang memenuhi kebutuhan wisatawan muslim sesuai dengan ajaran agama Islam (Mohsin, Ramli, & Alkhulayfi, 2016). Pengetahuan dan kesadaran akan wisata halal semakin berkembang sejalan dengan perkembangan industri pariwisata. Saat ini wisatawan muslim mulai selektif dalam menggunakan produk dan jasa (Jafari & Scott, 2014) dan kesadaran diantara mereka mulai meningkat dalam memenuhi keperluan mereka (Battour & Ismail, 2014).

Beberapa negara seperti Malaysia, Brunei dan Indonesia sudah mempunyai tempat-tempat terpilih yang di jadikan sebagai wisata halal. Di Malaysia misalnya, banyak hotel yang berada di negara tersebut memiliki sertifikat halal yang secara tidak langsung mengindikasikan sebagai hotel Syariah (Khan & Callanan, 2017). Ini berarti bahwa hotel tersebut menyediakan makanan yang halal, tidak ada alkohol dan tidak ada diskotik. Di Indonesia, minat terhadap wisata halal

dirasakan semakin meningkat. Provinsi Aceh dan Nusa Tenggara Barat (NTB) diantara provinsi yang telah agresif mengembangkan wisata halal untuk wisatawan muslim manca negara (Satriana & Faridah, 2018). Gubernur NTB Muhammad Zainul Majdi (2018) mengungkapkan segmentasi wisata halal didasari pertimbangan bahwa pariwisata memiliki nilai potensi pasar yang sangat besar dan akan memberikan kemanfaatan yang besar bagi umat. Bahkan segmen wisata halal bukan hanya untuk wisatawan muslim melainkan juga wisatawan non-muslim (Battour, Hakimian, Ismail & Bogan, 2018).

Di Jawa Timur bagaimanapun partisipasi obyek wisata yang terlibat di sektor wisata halal masih sangat rendah meskipun tempat-tempat wisata di provinsi Jawa Timur memiliki potensi untuk dikembangkan Sutaningtyas (2019). Masyarakat Jawa Timur belum begitu familiar dengan wisata halal. Begitu juga di Ponorogo misalnya, walaupun beberapa obyek wisata seperti wisata telaga Ngebel berpotensi menjadi wisata Syariah, masyarakat terutama pelaku UMKM atau pelaku pariwisata, wisatawan dan pemangku kebijakan (*stakeholders*) disekitar telaga Ngebel belum sepenuhnya menyadari hal ini.

Pertanyaanya adalah seberapa jauh sikap mereka terhadap potensi wisata Syariah di Telaga Ngebel. Studi terkait sikap merupakan hal yang penting.

Beberapa studi sebelumnya tentang sikap terhadap pemilihan wisata Syariah, misalnya penelitian yang dilakukan oleh Permadi, Darwini, Retnowati, Negara, & Septia, (2018). Permadi menjelaskan bahwa sebagian besar masyarakat memiliki sikap yang baik dan positif terhadap penerapan wisata Syariah. Devi & Firmansyah (2019) mengungkapkan bahwa wisatawan di Jawa Barat tergantung pada travel halal dan wisata halal sebagai faktor penentu dalam berwisata.

Namun studi tentang sikap terhadap pemilihan wisata Syariah dengan pendekatan kualitatif masih terbatas. Penelitian sebelumnya dibatasi dalam lingkup kuantitatif. Demikian, studi ini akan mencoba mengeksplorasi sikap *stakeholder* terhadap potensi wisata Syariah di salah satu obyek wisata di Ponorogo dengan pendekatan kualitatif. Secara khusus, tujuan penelitian studi ini adalah untuk menganalisa sikap dan kesiapan dari para *stakeholder* terhadap potensi wisata Syariah di Obyek Wisata Telaga Ngebel, Ponorogo.

TINJAUAN TEORI

a. Wisata Syariah (*Islamic Tourism*)

Pertumbuhan pasar wisatawan muslim mendorong potensi besar fasilitas yang ramah Muslim (Yusof, Muhammad, Muhammad, & Amboala, 2013). Meningkatnya minat muslim dalam melakukan *travelling* telah mendorong praktisi dan peneliti untuk mengembangkan dan memasarkan fasilitas ramah muslim berdasarkan prinsip Syariah (Battour & Ismail, 2014). Menurutnya, wisatawan muslim menjadi lebih peduli tentang fasilitas ramah muslim terutama ketika mereka bepergian jauh dari negara mereka sendiri.

Fasilitas ramah muslim dapat didefinisikan sebagai semua jenis layanan dan fasilitas yang ditawarkan, untuk memenuhi kebutuhan wisatawan muslim dan harus halal dan sesuai dengan peraturan Syariah. Misalnya, layanan dan fasilitas yang ramah muslim harus terdiri dari pilihan tempat makan halal, akses mudah ke lokasi shalat, layanan dan fasilitas bandara, dan pilihan akomodasi (*Global Tourism Lifestyle Tourism Market*, 2016).

Mohsin, Ramli, & Alkhulayfi, (2016) menyebutkan bahwa wisata Syariah merupakan penyediaan produk dan jasa

pariwisata yang memenuhi keperluan wisatawan muslim sesuai dengan prinsip Syariah. Sementara itu, wisata Syariah menawarkan paket wisata and tujuan yang khusus untuk memenuhi pertimbangan dan keperluan wisatawan muslim.

Studi yang dilakukan oleh Muslim Travel Index Europe (2014) mengungkapkan bahwa layanan dan fasilitas ramah Muslim diindikasikan menjadi faktor penting bagi wisatawan muslim ketika mempertimbangkan untuk bepergian ke luar negeri. Karena itu, penting bagi destinasi wisata untuk mengembangkan dan menawarkan produk dan layanan khususnya untuk pasar perjalanan muslim. Sebagai contoh, shalat adalah ibadah wajib bagi umat Islam, untuk melakukan sholat mereka bisa di mana saja.

Terkait dengan ini, diperlukan wisatawan muslim untuk mengetahui arah kiblat dan dengan demikian, mereka akan meminta tempat untuk sholat dan fasilitas lainnya untuk melakukan *wudhu* di mana pun mereka berada. Selain itu, wisatawan muslim akan mencari Masjid atau tempat yang cocok untuk melakukan sholat jamaah serta akomodasi yang dapat memenuhi kebutuhan mereka saat berwisata. Selain itu, penyajian

minuman beralkohol, makanan non-halal adalah salah satu masalah utama bagi wisatawan muslim, di mana konsumsi semua barang beralkohol dan non-halal dilarang untuk semua muslim. Tidak ada keraguan bahwa pariwisata Syariah adalah peluang bisnis yang baik yang dapat memuaskan wisatawan muslim dan non-muslim dari waktu ke waktu (Battour & Ismail, 2014).

b. Sikap Pelaku Pariwisata

Sikap dan Persepsi dipengaruhi beberapa komponen seperti pendidikan, umur, karakteristik psikologi, sehingga faktor-faktor ini harus selalu dipertimbangkan sementara dalam melakukan produksi (Shaharuddin, Kassim, Yusof, Bakar & Talib, 2018). Hubungan antara perilaku, pengalaman dan persepsi dapat membantu sebuah organisasi untuk memahami secara *real time* apa yang benar-benar dipikirkan, dialami, dan dilakukan oleh pelanggan. Salah satu kekuatan budaya yang memiliki pengaruh pada persepsi dan perilaku adalah agama (Zamani & Musa, 2012). Karena itu, agama mempengaruhi persepsi dan sikap orang terhadap orang lain.

Apalagi operasional industri pariwisata, pembuatan kebijakan dan pengembangan destinasi pariwisata berdampak pada

pengalaman tuan rumah obyek wisata dan wisatawan (Battour, Hakimian, Ismail & Bogan, 2018). Hal ini adalah penting dalam mempertimbangkan sikap dan persepsi pelaku pariwisata terhadap wisata halal akan membangun penerimaan pelaku tersebut.

Dalam sebuah kajian dilakukan oleh Devi & Firmansyah (2019) terkait dengan pengembangan halal travel dan halal tourism di Jawa Barat, mengungkapkan bahwa sebagian wisatawan tergantung pada pemasaran halal, travel halal dan wisata halal sebagai faktor penentu dalam berwisata. Suherlan (Kementrian Pariwisata, 2016) mengungkapkan bahwa sikap masyarakat Jakarta terhadap wisata Syariah sangat baik terutama dari segi destinasi ramah keluarga, lingkungan yang aman, makanan halal yang mudah ditemukan dan akses mudah dalam menemukan tempat sholat.

Begitu juga Permadi, Darwini, Retnowati, Negara, & Septia, (2018) menunjukkan bahwa masyarakat Nusa Tenggara Barat memiliki persepsi yang baik terhadap rencana penerapan wisata halal dan juga sikap yang positif terhadap rencana penerapan wisata halal di daerah tersebut. Dari segi pelaku usaha (pariwisata), Permadi

menyarankan bahwa diantara pelaku pariwisata seharusnya menerapkan adaptasi yang berbeda terhadap kebutuhan wisatawan muslim. Ini karena berbeda karakteristik juga akan mempengaruhi perbedaan pada derajat pemahaman keagamaan mereka.

c. Potensi Wisata Syariah di Ponorogo

Ponorogo sebagai salah satu kabupaten di Jawa Timur yang memiliki potensi wisata yang besar. Disamping wisata budaya berupa kesenian Reog, kota ini juga memiliki beberapa obyek wisata yang cukup bagus. Diantaranya adalah wisata religi Masjid Tegalsari dan Makam Batharo Katong (Dinas Pariwisata, 2019). Sebagaimana dilansir di situs web Dinas Pariwisata Ponorogo, kawasan Masjid Tegalsari terdiri dari masjid, komplek makam, dan bangunan rumah peninggalan berbentuk joglo. Kegiatan keagamaan di Masjid Tegalsari berlangsung sepanjang tahun. Terdapat kegiatan rutin harian, mingguan, bulanan, dan tahunan. Ratusan peziarah mendatangi Tegalsari dari seluruh Indonesia.

Selain itu, Makam Bataro Katong merupakan makam pendiri Ponorogo yang bmerupakan salah satu putra Prabu Brawijaya V, Raja Majapahit (Dinas Pariwisata, 2019). Ia

juga adik beda ibu dari Raden Patah, Sultan Demak pertama. Makam Batara Kathong sampai saat ini masih terus ramai diziarahi (Dinas Pariwisata, 2019). Selain wisata religi, Ponorogo juga terkenal dengan wisata alamnya. Salah satunya adalah obyek wisata Telaga Ngebel. Obyek wisata ini terletak di kecamatan Ngebel sekitar 30 KM dari pusat kota Ponorogo dan merupakan salah satu andalan sumber pendapatan daerah dari sektor wisata. Kawasan obyek wisata Telaga Ngebel mempunyai potensi alam yang cukup menarik, meliputi atraksi wisata berupa pesona pemandangan alam pegunungan, sumber air hangat, air terjun, atraksi utama berupa telaganya.

Selain tempat kuliner halal yang terdapat restoran di sekeliling telaga, fasilitas akomodasi seperti hotel dan resort dan homestay juga terdapat di sekitar Telaga Ngebel. Walaupun disana ada puluhan penginapan, sedikit yang menyediakan fasilitas yang ramah muslim seperti tempat ibadah (mushola), sedikit yang memasang tanda arah kiblat dan sebagainya. Isu-isu fasilitas tidak ramah muslim secara tidak langsung bisa menurunkan jumlah wisatawan

yang merupakan mayoritas wisatawan lokal yang sebagian besar beragama Islam.

Demikian untuk mengatasi ini diperlukan kesadaran pelaku pariwisata akan pentingnya fasilitas yang ramah muslim demi meningkatkan jumlah wisatawan. Pertanyaanya adalah seberapa jauh sikap pelaku pariwisata terhadap potensi wisata Syariah di obyek wisata Ngebel ini. Oleh karena itu, studi ini akan menguji isu tersebut.

METODE RISET

Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisa sikap pelaku pariwisata terhadap potensi Wisata Syariah di sekitar Telaga Ngebel, Ponorogo. Untuk mencapai tujuan penelitian, pendekatan kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui triangulasi dilakukan. Teknik triangulasi merupakan teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data (wawancara, observasi dan dokumentasi) dan sumber data yang telah ada (Sugiyono, 2018). Triangulasi digunakan untuk menguji tingkat keabsahan data dengan berbagai teknik pengumpulan data dan berbagai sumber data. Sugiyono (2018)

menyebut triangulasi teknik berarti teknik pengumpulan data yang berbeda-beda dari sumber yang sama, sementara triangulasi sumber berarti mendapatkan data dari sumber yang berbeda-beda dengan teknik yang sama.

Dalam pengumpulan data, pelaku pariwisata terlibat di sekitar obyek wisata Telaga Ngebel dipilih karena mereka pelaku utama dalam rangka untuk mensukseskan wisata Syariah di obyek pariwisata tersebut.

Sepuluh pelaku pariwisata yang terdiri dari pelaku usaha makanan dan restoran, perhotelan, wisatawan, akademisi dan pemerintah akan diwawancarai. Sementara itu, dalam data kualitatif, *judgment sampling* yang merupakan teknik pengambilan sampel non-probabilitas digunakan dalam penelitian ini. Meskipun bukan *sampling probabilitas*, *judgment sampling* memerlukan upaya khusus untuk menemukan dan mendapatkan akses ke individu yang memiliki informasi yang diperlukan (Sekaran, 2003). Akibatnya, meskipun informasi yang diperoleh tidak dapat digeneralisasi, itu adalah desain pengambilan sampel terbaik terutama ketika ada populasi terbatas yang dapat memberikan informasi yang dibutuhkan.

Semi-structured interview didesain dalam penelitian ini untuk tujuan melakukan wawancara. Ini digunakan untuk memungkinkan pertanyaan tambahan dan menanggapi apa yang dilihat sebagai jawaban yang signifikan (Bryman & Bell, 2015).

Pertanyaan dalam *semi-structured interview* dihubungkan dengan pandangan dan pengalaman pelaku pariwisata, wisatawan dan pemangku kebijakan yang lebih familiar dengan kondisi dan lingkungan disekitar wisata Telaga Ngebel dan niat mereka mencoba pengalaman menghasilkan wisata Syariah.

Semua wawancara direkam secara digital. Kemudian rekaman wawancara ditranskripsi menjadi teks. Data disusun untuk mempermudah mengklasifikasikan dan menganalisis data secara sistematis. Akhirnya, tematik analisis digunakan sebagai teknik data analisis.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Analisis data kualitatif digunakan untuk mencapai tujuan penelitian yang berkaitan dengan pandangan pelaku pariwisata terhadap potensi pengembangan wisata Syariah di

sekitar Telaga Ngebel, Ponorogo. Masing-masing tiga pengusaha rumah makan dan tiga wisatawan termasuk masing-masing satu pengusaha hotel, pengusaha minimart dan pemerintah menyetujui untuk menjadi narasumber. Profil Responden digambarkan secara ringkas dalam Tabel 1 dibawah ini. Setiap kutipan yang diwawancarai diberi nomor (R1-R10) untuk memudahkan referensi ke profil responden.

Tabel 1. Profil Responden

Kode	Responden	Jenis Responden
R1	Responden 1	Hotel
R2	Responden 2	Rumah Makan 1
R3	Responden 3	Rumah Makan 2
R4	Responden 4	Rumah Makan 3
R5	Responden 5	Wisatawan 1
R6	Responden 6	Wisatawan 2
R7	Responden 7	Wisatawan 3
R8	Responden 8	Usaha minimart
R9	Responden 9	Akademisi
R10	Responden 10	Pemerintah

Sumber: Hasil Olahan Peneliti (2020)

Sebagaimana dijelaskan sebelumnya, studi ini menguji sikap pelaku pariwisata terhadap potensi pengembangan wisata Syariah di sekitar Telaga Ngebel, Ponorogo. Dari hasil wawancara dari beberapa responden, hasil studi ini dibagi ke dalam tiga tema, yaitu dukungan, kesiapan dan strategi.

a. Dukungan

Ketika ditanya terkait dengan sikap dan pandangan terhadap wisata Syariah, sebagian

besar responden menjawab secara datar. Artinya mereka mengatakan baik meskipun sebagian besar mereka baru dengar apa itu wisata Syariah. Sepanjang itu bermanfaat kepada semua orang, mereka mendukung.

Ketika ditanya lebih jauh terkait dengan rencana pengembangan wisata Syariah di Ngebel, sebagian besar responden mengatakan setuju asalkan untuk meningkatkan wisatawan yang berimplikasi pada mata pencahariannya.

Gambar 1.1 Persentase Dukungan dari Responden



Sumber: Hasil Olahan Peneliti (2020)

Sebagian besar responden memberikan dukungan terhadap penerapan wisata Syariah di wisata Telaga Ngebel Ponorogo. Pihak Hotel dan Rumah Makan terutama yang menjadi tujuan dari para wisata yang mencari fasilitas – fasilitas yang memadai. Pihak kampus dan Pemerintah berlaku netral dikarenakan keterbatasan kemampuan administratif, misalnya dalam pembuatan label halal MUI. Proses birokrasi pembuatan label halal MUI harus bertahap,

sehingga pihak kampus harus mempelajari lebih lanjut pemerintahan apa saja yang memiliki keterkaitannya.

Sedangkan untuk pihak pemerintah juga berlaku netral dikarenakan pada penerapan wisata Syariah dapat berpotensi positif dan negatif mengingat tidak semua wisatawan beragama Muslim.

Dukungan dari masing – masing responden dapat berupa fasilitas seperti ketersediaan makanan yang halal tidak mengandung alcohol dan babi, toilet bersih serta terpisah antara laki – laki dan perempuan, tempat ibadah, serta hal – hal yang sesuai dengan kaidah Syariah. Sebagian besar memiliki fasilitas – fasilitas sesuai kaidah Syariah. Meski demikian, responden yang tidak mendukung tidak berniat untuk mengembangkannya.

Hasil terkait kesiapan pengembangan wisata halal di tempat wisata Telaga Ngebel dalam studi ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Global Tourism Lifestyle Tourism Market (2016). Mereka mengungkapkan bahwa layanan dan fasilitas yang ramah muslim harus terdiri dari pilihan tempat makan halal, akses mudah ke lokasi shalat, layanan dan fasilitas bandara, dan

pilihan akomodasi (Global Tourism Lifestyle Tourism Market, 2016).

b. Strategi

Berdasarkan hasil analisis diatas, secara garis besar responden (baik pengusaha maupun wisatawan) yang diinterview memiliki respon yang positif terhadap penerapan pengembangan wisata Syariah di wisata Telaga Ngebel. Bagaimanapun, tidak semua dari responden (terutama pengusaha di sekitar Ngebel) siap untuk menjadi *agent of change* terhadap penerapan wisata Syariah ini.

Terdapat sekitar 60% dari responden memiliki kesiapan terhadap penerapan wisata Syariah menyesuaikan dengan fasilitas yang mereka miliki. Beberapa responden mengungkapkan bahwa sosialisasi perlu dintensifkan sejak sebagian besar mereka masih “asing” dengan kata Syariah. Mereka menganggap kata Syariah terlihat aneh dan harus mengikuti “hukum Syariah” ketika itu diterapkan.

Padahal kata Syariah dalam konteks wisata Syariah disini artinya layanan dan fasilitas yang ramah muslim seperti tersedianya makanan halal, musholla/ masjid, tanda kiblat, kamar mandi terpisah, akomodasi

dan sebagainya (Battour & Ismail, 2014; Jafari & Scott, 2014; Devi & Firmansyah, 2019).

Sebagian besar responden mengungkapkan bahwa strategi sosialisasi bisa melalui saluran eksternal kelompok masyarakat kecil (POKMAS), mempelajari budaya kearifan lokal dan harus dibuat secara informal. Selain itu, pemberian pelatihan kepada pelaku usaha disekitar area Telaga Ngebel merupakan salah satu strategi sosialisasi efektif untuk meningkatkan kesadaran mereka terhadap potensi wisata Syariah di Ngebel.

KESIMPULAN DAN SARAN

Secara umum, 10 responden pada wisata Telaga Ngebel memberikan dukungan yang positif terhadap potensi penerapan wisata Syariah meskipun masih terlihat belum *familiar* ketika mendengar kata Syariah. Mereka mengungkapkan sepanjang itu bisa meningkatkan kualitas pelayanan, kenyamanan dan kebersihan tidak ada masalah. Terkait kesiapan, umumnya responden baik dari pelaku usaha maupun wisatawan menyatakan siap kalau nanti obyek wisata telaga Ngebel dijadikan wisata Syariah. Kesiapan ini dapat dilihat dari tersedianya

layanan fasilitas yang ramah muslim seperti makanan halal, tempat ibadah (musholla/masjid), tanda arah kiblat dan juga akomodasi yang ramah muslim.

Bagaimanapun strategi sosialisasi terhadap wisata Syariah perlu diterapkan. Strategi sosialisasi seperti melalui organisasi masyarakat setempat, pelatihan wirausaha, mempelajari budaya lokal diantara strategi yang bisa meningkatkan kesadaran pelaku wisata terhadap potensi pengembangan wisata Syariah. Studi ini juga menyarankan, perlunya sosialisasi terhadap pentingnya label sertifikasi halal terutama pada produk-produk makanan dalam rangka untuk memberikan kenyamanan wisatawan yang datang di telaga Ngebel sehingga akan berimplikasi pada peningkatan wisatawan.

DAFTAR PUSTAKA

- Battour, M., & Ismail, M. (2014). The Role of Destination Attributes in Islamic Tourism. *SHS Web of Conferences*, Vol. 12.
- Battour, M., Hakimian, F., Ismail, M., & Bogan, E. (2018). The Perception of Non - Muslim Tourists Towards Halal Tourism: Evidence from Turkey and Malaysia. *Journal of Islamic Marketing*.
- Bryman, A., & Bell, E. (2015). *Business Research Methods*. USA: Oxford University Press.
- Devi, A., & Firmansyah, I. (2019). Developing Halal Travel and Halal Tourism to Promote Economic Growth: a Confirmatory Analysis. *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance*, Vol. 5, No. 1., page 193 - 214.
- Dinas Pariwisata. (2019). Wisata Religi. *Dinas Pariwisata: Ponorogo*.
- Jafari, J., & Scott, N. (2014). Muslim World and Its Tourism. *Annals of Tourism Research*, page 1 - 19.
- Kementrian Pariwisata. (2016). Laporan Akhir Kajian Pengembangan Wisata Syariah. *Kementrian Pariwisata: Jakarta*.
- Khan, F., & Callanan, M. (2017). The 'halalification' of Tourism. *Journal of Islamic Marketing*, page 558 - 577.
- Mohsin, A., Ramli, N., & Alkhulayfi, B. (2016). Halal Tourism: Emerging Opportunities. *Tourism Management Perspective*, page 137 - 143.
- Permadi, L., Darwini, S., Retnowati, W., Negara, I., & Septia, E. (2018). Persepsi dan Sikap Masyarakat Terhadap Rencana Dikembangkannya Wisata Syariah di Provinsi NTB. *Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*, Vol. 2 No. 1 page 34 - 53.
- Rowley, J. (2012). Conducting Research Interviews. *Management Research Review*, Vol. 35, No. 3, page 260 - 271.
- Satriana, E., & Faridah, H. (2018). Wisata Halal: Perkembangan, Peluang dan Tantangan. *Journal of Halal Product and Research*, Vol. 01 No. 02.
- Sekaran, U. (2003). *Research Methods for Business: A Skill Building Approach*. New York: John Wiley and Sons, Inc.
- Shaharuddin, N., Kassim, S., Yusof, A., Bakar, N., & Talib, N. (2018). The Customer's Perception Towards Shariah - Compliant Hotel in Malaysia. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, Vol 8, No. 15, page 109 - 130.
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Bisnis*, Edisi 3. Bandung: Alfabeta
- Yusof, M., Muhammad, M., Muhammad, M., & Amboala, T. (2013). Introducing Shariah - Compliant Hotels as a New Tourism Product: The Case of Malaysia. *International Business Information Journal of Global Business and Social Entrepreneurship*, Vol. 1, No. 4, page 103 - 111.
- Zamani, F., & Musa, G. (2012). The Relationship Between Islamic Religiosity and Residents' Perception of Socio - Cultural Impacts of Tourism in Iran: Case Studies of Sare'in and Masooleh. *Tourism Management*, Vol. 33, No. 4, page 802 - 814.

ACKNOWLEDGEMENT

Terima kasih penulis sampaikan kepada Direktorat Riset dan Pengabdian Masyarakat Direktorat Jenderal Penguatan Riset dan Pengembangan Kementerian Riset, Teknologi/ Badan Riset dan Inovasi Nasional (Kemenristek-BRIN) yang telah memberikan dana hibah penelitian melalui skema penelitian dosen pemula (PDP) tahun anggaran 2020

ARTIKEL 3

ORIGINALITY REPORT

18%

SIMILARITY INDEX

18%

INTERNET SOURCES

11%

PUBLICATIONS

10%

STUDENT PAPERS

MATCH ALL SOURCES (ONLY SELECTED SOURCE PRINTED)

3%

★ www.emeraldinsight.com

Internet Source

Exclude quotes Off

Exclude bibliography Off

Exclude matches Off

ARTIKEL 3

GRADEMARK REPORT

FINAL GRADE

/0

GENERAL COMMENTS

Instructor

PAGE 1

PAGE 2

PAGE 3

PAGE 4

PAGE 5

PAGE 6

PAGE 7

PAGE 8

PAGE 9

PAGE 10

PAGE 11

PAGE 12