



## **Strategi Pemerintah Daerah Kota Langsa dalam Mengembangkan Obyek Wisata Halal**

### *The Strategy of the Langsa City Government in Developing Halal Tourism Objects*

**Iskandar Budiman<sup>1)</sup>, Safwan Kamal<sup>2)</sup>, Andi Tarlis<sup>3)</sup>**

<sup>1,2,3)</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Langsa, Kota Langsa

*e-mail korespondensi:* [safwankamal@iainlangsa.ac.id](mailto:safwankamal@iainlangsa.ac.id)

<b>Info Artikel</b>	<b>Abstrak</b>
<p><i>Riwayat Artikel :</i> Diterima: 21 Oktober 2019 Disetujui: 28 November 2019 Dipublikasikan: Januari 2020</p>	<p>Penelitian ini bertujuan mengetahui strategi Pemerintah Kota Langsa Provinsi Aceh dalam mengembangkan obyek wisata Halal di Kota Langsa. Penelitian fenomenologi ini melibatkan tiga informan kunci dengan teknik pengumpulan data wawancara, observasi dan dokumentasi. Penelitian ini mengidentifikasi beberapa strategi pemerintah kota Langsa mengembangkan wisata halal. Pertama, merealisasikan ide-ide dari kepala daerah dengan mempertimbangkan potensi daerah dan masyarakat setempat. Kedua, merealisasikan ide dengan metode pembangunan berkelanjutan dan terus menerus. Ketiga, mengembangkan hutan mangrove dan hutan kota sebagai destinasi utama saat ini, dan akan dibangun hutan serba guna di masa depan. Keempat, menciptakan manfaat bagi masyarakat dengan keberadaan destinasi wisata halal. Kelima, menjamin seluruh wisata berbasis syariah dan terlindung dari hal-hal yang melanggar norma dan etika serta adat istiadat masyarakat. Keenam, melakukan promosi dengan berbagai media sosial dan cetak serta mengikuti ajang Pesona Indonesia serta kegiatan lainnya berlevel nasional maupun internasional untuk memasarkan destinasi wisata halal. Ketujuh, membangun kesadaran masyarakat untuk terbiasa memuliakan wisatawan.</p> <p><b>Kata Kunci:</b> Strategi, Pemerintah Daerah Kota Langsa, Wisata Halal.</p>
<p><i>Nomor DOI :</i> 10.33059/jseb.v11i1.1659</p> <p><i>Cara Mensitasi :</i> Budiman, I., Kamal, S. &amp; Tarlis, A. 2020. Strategi Pemerintah Daerah Kota Langsa dalam Mengembangkan Obyek Wisata Halal. <b>Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis</b>. 11(1): 16-28.</p>	

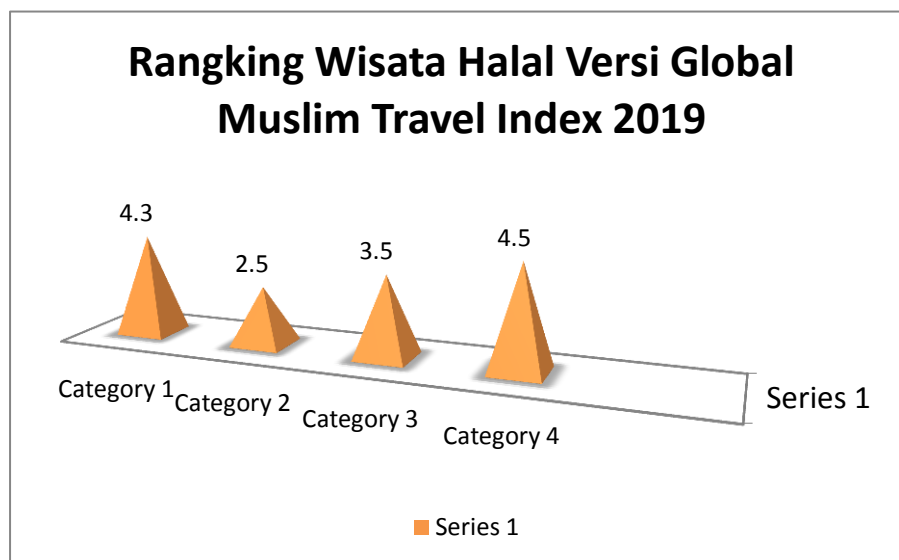
<b>Article Info</b>	<b>Abstract</b>
<p><i>Article History :</i> Received: 21 October 2019 Accepted: 28 November 2019 Published: January 2020</p>	<p><i>This study aims to determine the strategy of the Langsa City Government of Aceh Province in developing Halal tourism objects in Langsa City. This phenomenological research involved three key informants with interview, observation and documentation data collection techniques. This research identifies several strategies of the Langsa city government to develop halal tourism. First, realizing ideas from the regional head by considering the potential of the region and the local community. Second, realize ideas with sustainable and continuous development methods. Third, develop mangrove forests and urban forests as the main destination at this time, and multipurpose forests will be built in the future. Fourth, creating benefits for the community in the presence of halal tourist destinations. Fifth, guarantee all sharia-based tourism and be protected from things that violate the norms and ethics and customs of the community. Sixth, do promotions with various social media and print and take part in the Indonesian Enchantment event and other national and international level activities to market halal tourist destinations. Seventh, building public awareness to get used to glorifying tourists.</i></p> <p><b>Keywords:</b> Strategy, Government of the Langsa City, Halal Tourism.</p>
<p><i>DOI Number :</i> 10.33059/jseb.v11i1.1659</p> <p><i>How to cite :</i> Budiman, I., Kamal, S. &amp; Tarlis, A. 2020. Strategi Pemerintah Daerah Kota Langsa dalam Mengembangkan Obyek Wisata Halal. <b>Jurnal Samudra Ekonomi dan Bisnis</b>. 11(1): 16-28.</p>	

## PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu sumber devisa negara yang mempunyai potensial dan andil besar dalam meningkatkan pertumbuhan perekonomian suatu negara. Sektor pariwisata di Indonesia merupakan hal yang sangat mudah dikembangkan dengan melakukan perbaikan infrastruktur, keamanan serta manajemen yang terlaksana baik agar mampu menciptakan sektor pariwisata yang diminati wisatawan lokal maupun asing dengan rasa kepuasan yang baik. Dalam hal ini maka akan menciptakan rasa yang ingin berwisata

kembali, dengan kata lain akan menciptakan dampak positif bagi masyarakat dan Negara.

Indonesia adalah salah satu negara yang memiliki prestasi gemilang dalam aspek wisata halal, sebagaimana dipublikasikan oleh Global Muslim Travel Index 2019 (Gambar 1). Perjuangan Indonesia untuk menjadi destinasi wisata halal terbaik di dunia versi Global Muslim Travel Index (GMTI) 2019 membuahkan hasil. Indonesia berhasil menggeser posisi Malaysia yang pada tahun lalu menempati posisi peringkat pertama. ([www.Liputan6.com](http://www.Liputan6.com)).



**Gambar 1. Ranking Wisata Halal Versi Global Muslim Travel Index 2019**

Sumber: [www.Liputan6.com](http://www.Liputan6.com), 2019.

Fenomena perkembangan pada dunia pariwisata di dalam era globalisasi ini menunjukkan banyak perubahan yang sangat signifikan dari aspek bisnis akomodasi, kuliner, atraksi wisata, transportasi udara, transportasi darat, transportasi laut, serta bisnis travel, serta paket-paket wisata yang ada di berbagai daerah di Indonesia. Dampak yang terjadi adalah tidak seimbang-sarannya sarana prasarana pariwisata dengan meningkatnya wisatawan yang ada. Efek negatif yang terjadinya adalah kemacetan di berbagai jalur lalu lintas di seluruh kota di Indonesia, sehingga wisatawan asing menjadi

berfikir untuk datang mengunjungi Indonesia. Namun hal tersebut belum banyak disikapi oleh sebagian pemangku kebijakan dari pemerintah daerah dengan solusi penanganan aksesibilitasnya yang lebih memadai. Banyak jalur lalu lintas menuju destinasi wisata yang sangat potensial belum memadai (sempit) untuk dua jalur apalagi untuk bus wisata di saat liburan selalu menghadapi hambatan kemacetan, sehingga mempengaruhi minat wisatawan selanjutnya. Permasalahan faktor fisik lingkungan tersebut biasanya sangat berpengaruh langsung pada “sikap” dari wisatawan dan menumbuhkan motivasi

tertentu. Motivasi ini merupakan dasar penyebab dari timbulnya kegiatan wisatawan yang sering disebut dengan “motif”, yakni motif perjalanan. Motif tersebut merupakan perwujudan konkrit dari keinginan-keinginan yang harus dipenuhi. (Isdarmanto, 2017).

Kebijakan pemerintah daerah dalam pembangunan pariwisata sangat penting peranannya dalam menunjang keberhasilan pembangunan sektor pariwisata nasional (Badan Pusat Statistik, 2008). Perkembangan dan pertumbuhan pariwisata perlu diantisipasi agar perkembangannya tetap pada jalurnya dan daya dukungnya. Pembangunan dalam wilayah objek wisata akan memberikan sumbangan yang sangat besar apabila dikelola secara profesional, karena sumbangan bagi daerah yang bersangkutan. Pariwisata dapat memacu pertumbuhan kawasan sekitar objek wisata itu (Daryanto & Hafizrianda, 2010).

Dalam perkembangan perekonomian daerah, perubahan paradigma pembangunan dari era sentralisasi menuju desentralisasi yang tertuang dalam konsep otonomi daerah dengan landasan hukumnya pada UU No. 32 Tahun 2004 dan Qanun Aceh Nomor 8 Tahun 2013 (Qanun Aceh Nomor 8 Tahun 2013), memberi konsekuensi pada daerah untuk dapat menggali dan memberdayakan seluruh potensi yang dimiliki sebagai penerimaan daerah yang dapat digunakan sebagai modal pembangunan tanpa harus bergantung pada pemerintah pusat. Dengan pemberian kewenangan yang luas kepada Kabupaten atau Kota, maka Kabupaten/Kota dituntut harus benar-benar berpikiran jauh ke depan untuk dapat mengembangkan semua potensi sumber daya alam yang akan bermuara pada peningkatan kesejahteraan masyarakat.

Pemerintah Kota Langsa saat ini sedang menggali dan mengembangkan obyek wisata yang berada di Kota Langsa Provinsi Aceh untuk menarik wisatawan domestik maupun mancanegara. Obyek wisata yang berada di

Kota Langsa terkait tujuan pemerintah untuk menjadikan wisata religi yang sesuai dengan daerah Aceh Serambi Mekah pada umumnya untuk meningkatkan prospek budaya dan ekonomi kreatif masyarakat Aceh, khususnya Kota Langsa.

Pemerintah Kota Langsa merupakan kotamadya yang berada di wilayah administratif Propinsi Aceh memiliki potensi dan sumber daya yang dapat dikembangkan untuk menunjang program otonomi daerah di bidang pariwisata, sehingga berpotensi untuk dikembangkan sebagai daerah wisata. Pemerintah Kota Langsa memiliki wewenang sendiri untuk mengelola sumberdaya yang terdapat di wilayahnya, termasuk di dalamnya adalah potensi sumber daya sektor pariwisatanya. Kota Langsa memiliki sektor pariwisata yang potensial untuk dikembangkan serta dipasarkan, mulai dari wisata alam, wisata budaya, dan wisata religi guna meningkatkan ekonomi kreatif masyarakat Kota Langsa.

Perlunya upaya pengembangan objek wisata di Kota Langsa, agar dapat bermanfaat lebih optimal, dapat memberikan pendapatan tambahan bagi masyarakat setempat yang berusaha di sektor wisata itu. Objek wisata di Kota Langsa masih banyak sarana dan prasana yang masih kurang sehingga dapat dikatakan prasarana dan sarana pariwisata belum memadai.

Dari latar belakang permasalahan tersebut, dinilai sangat menarik untuk membuat suatu kajian mendalam tentang bagaimana Pemerintah Kota Langsa Provinsi Aceh mengembangkan wisata halal atau berbasis syariah yang begitu besar dengan tujuan prospek budaya dan ekonomi kreatif. Menjadikan Kota Langsa sebagai daerah Destinasi Pariwisata satu-satunya di Provinsi Aceh terkenal di manca negara, bahkan menjadi *pilot project* bagi daerah-daerah lain di Aceh untuk mengembangkan pariwisata yang dimilikinya.

## Konsep Dasar Pariwisata

Wisatawan merupakan individu yang melakukan perjalanan pariwisata atau sebagai aktor dari kegiatan wisata. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, Pariwisata adalah yang berhubungan dengan perjalanan untuk rekreasi dan pelancongan; wisatawan adalah orang yang berwisata; pelancong; turis (Setiawan, KBBI Offline).

Menurut Undang Undang, Pariwisata adalah segala sesuatu yang berhubungan dengan wisata termasuk pengusaha, daya tarik dan atraksi wisata serta usaha-usaha yang berhubungan dengan penyelenggaraan pariwisata. Pengertian tersebut meliputi: semua kegiatan yang berhubungan dengan perjalanan wisata, sebelum dan selama dalam perjalanan dan kembali ke tempat asal, pengusaha daya tarik atau atraksi wisata (pemandangan alam, taman rekreasi, peninggalan sejarah, pagelaran seni budaya). Usaha dan sarana wisata berupa: jasa, biro perjalanan, pramuwisata, usaha sarana, akomodasi dan usaha lain yang berkaitan dengan pariwisata (Undang-undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009).

Secara etimologi, kata pariwisata berasal dari bahasa Sansekerta yang terdiri atas dua kata yaitu “pari” dan “wisata”. Pari berarti “banyak” atau “berkeliling”, sedangkan wisata berarti “pergi” atau “bepergian”. Atas dasar itu, maka kata “pariwisata” seharusnya diartikan sebagai perjalanan yang dilakukan berkali-kali atau berputar-putar, dari suatu tempat ke tempat lain, yang dalam bahasa Inggris disebut dengan kata “*tour*”. Sedangkan untuk pengertian jamak, kata “Kepariwisataan” digunakan pada “*tourisme*” atau “*tourism*” (Yoeti, 1996; Sari, 2013).

Pada Kamus Besar Bahasa Indonesia dikemukakan bahwa pariwisata adalah suatu kegiatan yang berkaitan dengan perjalanan rekreasi. Istilah pariwisata pertama kali digunakan pada tahun 1959 dalam acara

Musyawarah Nasional Turisme II di Tretes, Jawa Timur. Istilah ini dipakai sebagai pengganti kata Turisme sebelum kata pariwisata diambil dari bahasa Sansekerta (Sawena & Widyatmaja, 2017).

Ragam pengertian pariwisata pun datang dari para pakar, diantaranya menurut Soekadijo (1997) yang menyatakan bahwa pariwisata adalah gejala yang kompleks dalam masyarakat, di dalamnya terdapat hotel, objek wisata, souvenir, pramuwisata, angkutan wisata, biro perjalanan wisata, rumah makan dan banyak lainnya.

Pariwisata secara etimologis berasal dari kata “Pari” yang berarti berputar-putar, dan “Wisata” yang berarti perjalanan. Atas dasar itu maka pariwisata diartikan sebagai perjalanan yang dilakukan berputar-putar dari suatu tempat ke tempat lain (Yoeti, 1996; Hadiwijoyo, 2012). Pada dasarnya, pariwisata itu motif kegiatannya adalah untuk mengisi waktu luang, untuk bersenang-senang, bersantai, studi, kegiatan agama, dan mungkin untuk kegiatan olahraga. Selain itu, semua kegiatan tersebut dapat memberi keuntungan bagi pelakunya baik secara fisik maupun psikis baik sementara maupun dalam jangka waktu lama, serta prospek jangka panjangnya (*sustainable tourism*) (Isdarmanto, 2017).

Menurut definisi yang luas, pariwisata adalah perjalanan dari satu tempat ke tempat lain, bersifat sementara, dilakukan perorangan maupun kelompok, sebagai usaha mencari keseimbangan atau keserasian dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup dalam dimensi sosial, budaya, alam dan ilmu. (Isdarmanto, 2017).

Bahwa batasan pariwisata hendaknya memperlihatkan anatomi dari gejala-gejala yang terdiri dari tiga unsur, yaitu manusia (*human*) merupakan orang yang melakukan perjalanan pariwisata; ruang (*space*) berupa daerah atau ruangnya lingkup tempat melakukan perjalanan; serta waktu (*time*) yakni waktu

yang digunakan selama perjalanan dan tinggal di daerah tujuan wisata (Hadiwijoyo, 2012; Yoeti, 1996).

Berdasarkan ketiga unsur tersebut, Wahab merumuskan pengertian pariwisata sebagai suatu aktifitas manusia yang dilakukan secara sadar dan mendapat pelayanan secara bergantian orang-orang di suatu negara itu sendiri (di luar negeri) yang meliputi pendiaman di daerah lain (daerah tertentu; suatu negara atau benua) untuk sementara waktu dalam mencari kpuasan yang beraneka ragam dan berbeda dengan apa yang dialaminya dimana dia memperoleh pekerjaan tetap.

Dalam pengertian lain, pariwisata (*tourism*) adalah suatu perjalanan yang dilakukan untuk sementara waktu yang diselenggarakan dari suatu tempat ke tempat lain, dengan maksud bukan untuk berusaha atau mencari nafkah di tempat yang dikunjungi, tapi semata-mata demi menikmati perjalanan itu untuk memenuhi keinginannya yang beraneka ragam.

Maka untuk lebih jelasnya pengertian pariwisata adalah: (a) semua kegiatan yang terkait perjalanan wisata; (b) pengusaha obyek wisata, seperti kawasan wisata, taman rekreasi, kawasan peninggalan sejarah (candi, makam benteng), museum, waduk, pegelaran seni budaya, tata kehidupan masyarakat; serta, (c) bersifat alamiah, seperti keindahan alam, gunung berapi, danau, pantai indah dan sebagainya. Sedangkan menurut UU No. 10/2009 tentang Kepariwisata, yang dimaksud dengan pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah.

Menurut Sawena dan Widyatmaja (2017), ciri dari perjalanan pariwisata itu adalah sama atau dapat disamakan (walaupun

cara pernyataannya relatif berbeda-beda), yaitu di dalam pengertian kepariwisataan terdapat beberapa faktor penting, yaitu: (a) Perjalanan itu dilakukan sementara waktu; (b) Perjalanan itu dilakukan dari suatu tempat ke tempat lain; (c) Perjalanan itu, walau apapun bentuknya, harus selalu dikaitkan dengan pertamasyaan atau rekreasi; (d) Orang yang melakukan perjalanan tersebut tidak mencari nafkah di tempat yang dikunjunginya dan semata-mata sebagai konsumen di tempat itu (Sawena & Widyatmaja, 2017).

### Sejarah Pariwisata

World Tourism Organization (WTO) secara sepintas membagi perkembangan atau sejarah pariwisata ini ke dalam tiga jaman: (1) Jaman kuno; (2) Jaman pertengahan; dan, (3) Jaman modern. Uraian dari masing-masing sejarah itu adalah sebagai berikut.

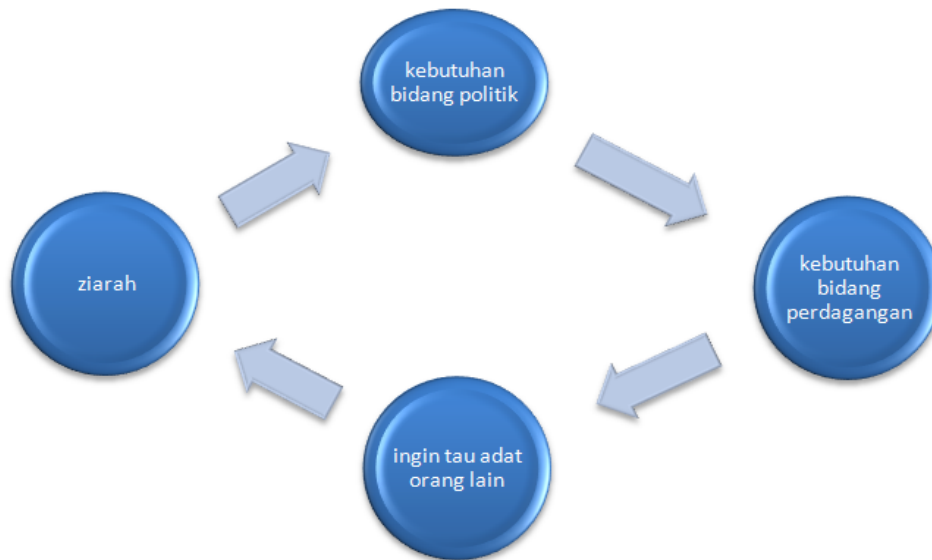
#### *Jaman Kuno*

Pariwisata pada jaman kuno ditandai oleh motif perjalanan yang masih terbatas dan sederhana. Motif tersebut yaitu adanya dorongan karena kebutuhan praktis dalam bidang politik dan perdagangan, dambaan ingin mengetahui adat istiadat dan kebiasaan orang lain atau bangsa lain, dorongan yang berhubungan dengan keagamaan, seperti melakukan ziarah dan mengunjungi tempat-tempat ibadah.

#### *Jaman Pertengahan*

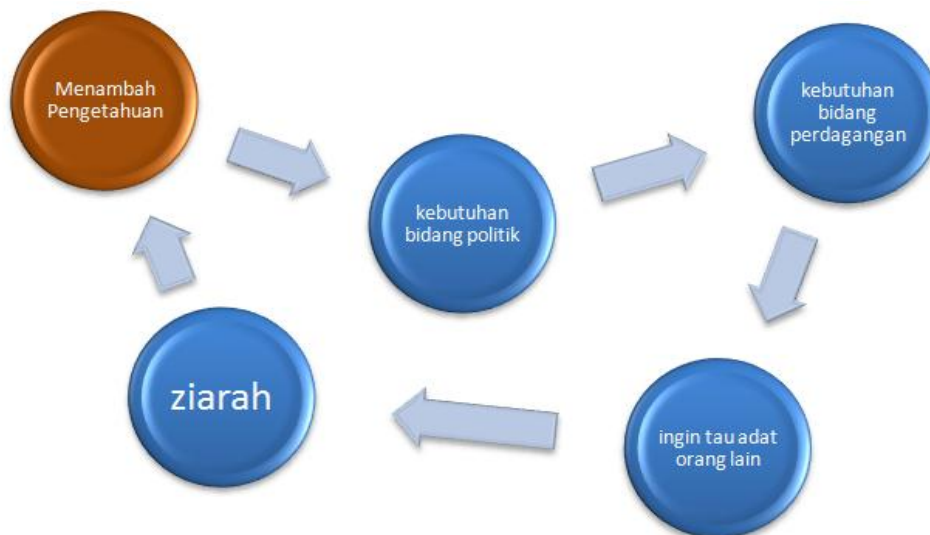
Motivasi dan motif perjalanan pada abad pertengahan lebih luas dari motivasi dan motif perjalanan pada jaman kuno. Di samping motif perjalanan untuk keperluan perdagangan, keagamaan dan dambaan ingin tahu, pada jaman ini telah berkembang motif untuk tujuan yang berhubungan dengan kepentingan negara (*mission*) dan motif untuk menambah pengetahuan.





**Gambar 2. Dorongan Masyarakat Zaman Kuno melakukan Wisata**

Sumber: Sawena dan Widyatmaja, 2017.



**Gambar 3. Dorongan Masyarakat Zaman Pertengahan melakukan Wisata**

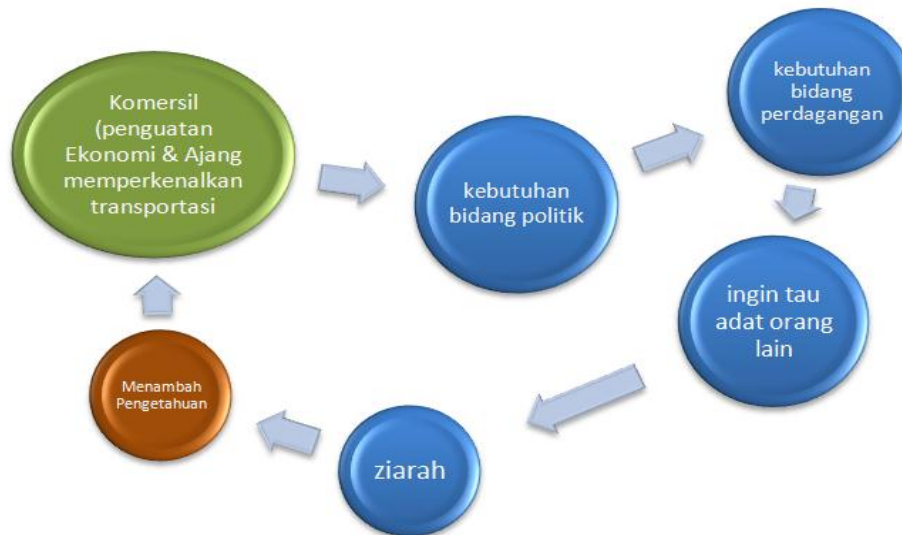
Sumber: Sawena dan Widyatmaja, 2017.

### ***Jaman Modern***

Perkembangan pariwisata pada jaman modern, ditandai dengan semakin beraneka ragamnya motif dan keinginan wisatawan yang harus dipenuhi sebagai akibat meningkatnya budaya manusia. Formalitas atau keharusan para pelancong untuk membawa identitas diri bila mengunjungi suatu negara mulai diterapkan. Tempat-tempat penginapan (akomodasi) yang dikelola

secara komersial tumbuh dengan subur. Fasilitas yang digunakan semakin lengkap.

Timbulnya revolusi industri di negara-negara Barat telah menciptakan alat angkut yang sangat penting dalam perkembangan pariwisata. Ditemukannya mesin uap, mulai diperkenalkan angkutan kereta api dan kapal uap, dan menggantikan alat angkut yang menggunakan binatang.



**Gambar 4. Dorongan Masyarakat Zaman Modern melakukan Wisata**

Sumber: Sawena dan Widyatmaja, 2017.

Perkembangan selanjutnya ditemukan alat angkut yang menggunakan mesin motor, yang jauh lebih cepat dan fleksibel dalam angkutan melalui darat. Teknologi mutakhir yang sangat penting dalam jaman modern adalah dengan digunakannya angkutan udara yang dapat menempuh jarak jauh dalam waktu yang lebih cepat. Sejak permulaan abad modern, ditandai pula oleh adanya badan atau organisasi yang menyusun dan mengatur perjalanan.

Dewasa ini pariwisata telah menjadi salah satu industri andalan utama dalam menghasilkan devisa di berbagai negara seperti Thailand, Singapura, Filipina, Fiji, termasuk Indonesia. Dengan pentingnya peranan pariwisata dalam pembangunan ekonomi berbagai negara, pariwisata sering disebut sebagai “*passport to development*”.

### Sejarah Pariwisata di Indonesia

Sejarah menerangkan bahwa kebiasaan untuk mengadakan perjalanan telah dijumpai sejak lama. Dalam buku Nagara Kartagama, pada abad XIV, Raja Hayam Wuruk dilaporkan telah mengelilingi Maajapahit dengan diikuti oleh para pejabat negara. Ia

menjelajahi daerah Jawa Timur dengan mengendarai pedati.

Pada awal abad XX, Susuhunan Pakubuwono X dikenal sebagai raja yang sangat suka mengadakan perjalanan. Hampir setiap tahun beliau mengadakan perjalanan ke Jawa Tengah sambil memberikan hadiah berupa uang. Dalam tradisi kerajaan Mataram, raja atau penguasa daerah harus melakukan unjuk kesetiaan pada keraton dua kali setiap tahunnya, sambil membawa para pejabat, pekerja yang mengangkut logistik dan barang persembahan untuk raja. Dari sinilah, pariwisata Indonesia terus berkembang sesuai dengan keadaan politik, sosial, dan budaya masyarakatnya.

Kemajuan pesat pariwisata Indonesia sendiri tidak terlepas dari usaha yang dirintis sejak beberapa dekade yang lalu. Berdasarkan kurun waktu perkembangan, sejarah dari pariwisata Indonesia dapat dibagi menjadi tiga periode penting, yaitu periode masa penjajahan Belanda, periode pendudukan Jepang, dan periode setelah Indonesia merdeka (Utama, 2016; Sari, 2013; Yoeti, 1996).

## Konsep Dasar Wisata Syari'ah

Dewan Syari'ah Nasional MUI telah mengeluarkan fatwa tentang pedoman penyelenggaraan pariwisata berdasarkan prinsip syariah terdapat sejumlah ketentuan terkait standardisasi dan SDM seperti yang akan dijelaskan (Fatwa Nomor 108/DSN-MUI/X/2016). Meskipun pada dasarnya memiliki kesamaan dengan konsep dasar pariwisata konvensional, selain adanya aturan syari'ah.

Pariwisata syari'ah menurut Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dan BPH DSN-MUI pariwisata Syari'ah mempunyai kriteria umum sebagai berikut (Sofyan, 2012): (a) Berorientasi pada kemaslahatan umum; (b) Berorientasi pada pencerahan penyegaran dan ketenangan; (c) Menghindari kemusyrikan dan kufarat; (d) Menghindari maksiat seperti zina; (e) Pornografi pornoaksi minuman keras, narkoba dan judi; (f) Menjaga perilaku etika nilai luhur kemanusiaan seperti menghindari perilaku hedonis dan asusila; (g) Menjaga amanah keamanan dan kenyamanan; (h) Bersifat universal dan inklusif; (i) Menjaga kelestarian lingkungan; serta, (j) Menghormati nilai-nilai sosial budaya dan kearifan lokal.

## METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif dengan menggunakan metode manajemen strategik untuk mengungkapkan isu-isu strategi yang tepat bagi pengembangan sektor pariwisata di Kota Langsa Provinsi Aceh.

## Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian, jenis penelitian dapat dilihat berdasarkan beberapa aspek, seperti bidangnya, tempatnya, penggunaannya, tujuan umumnya, tarafnya, pendekatannya,

dan paradigmanya (Wolcott, 1994). Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif deskriptif yang bertujuan mendeskripsikan apa-apa yang saat ini berlaku, dan menggunakan pendekatan *phenomenology*.

## Pengumpulan Data

Data merupakan unsur penting dalam penelitian. Semua hal berpotensi menjadi data, namun tidak ada data tanpa adanya intervensi dari peneliti yang melakukan pengumpulan data. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dari wawancara, observasi dan dokumentasi.

## Informan/Subyek Penelitian

Untuk mendapatkan penelitian yang representatif, maka peneliti menentukan informan sebagai sumber data. Informan dimintai keterangan dalam sebuah kegiatan FGD (*Focus group discussion*) dan penggalian data mendalam dilakukan di tempat lokasi wisata dengan tetap mewawancarai informan sekaligus melakukan observasi.

Penetapan informan dilakukan dengan beberapa pertimbangan atau persyaratan yang ditetapkan peneliti. Syarat tersebut adalah: (1) Memiliki wewenang atau jabatan tertentu dalam instansi pemerintah yang berkaitan dengan pengembangan wisata; (2) Bertempat tinggal di seputar wilayah observasi yang bersangkutan; serta, (3) Tokoh masyarakat yang memahami kondisi pariwisata halal di kota Langsa. Berdasarkan ketetapan tersebut, maka peneliti berhasil menemukan informan yang dirasa memenuhi persyaratan tersebut. Para informan itu ditampilkan dalam Tabel 1.

## HASIL ANALISIS

### Implementasi Strategi

Implementasi Strategi adalah jumlah keseluruhan aktivitas dan pilihan yang dibutuhkan untuk dapat menjalankan



perencanaan strategis. Implementasi strategis merupakan proses dimana beberapa strategi dan kebijakan diubah menjadi tindakan melalui pengembangan program, anggaran dan prosedur. Walaupun implementasi biasanya baru dipertimbangkan setelah strategi dirumuskan, akan tetapi implementasi merupakan kunci suksesnya dari manajemen strategik yang telah dirumuskan dan ditetapkan. Perumusan strategi dan implementasi strategi harus dilihat seperti dua sisi mata uang (Hunger & Wheelen, 2011).

Tujuan dan strategis perusahaan atau organisasi akan mudah untuk diimplementasikan dengan baik apabila tujuan dan strategi tersebut dituangkan ke dalam rangkaian

bentuk program yang terjadwal dengan jelas serta memperoleh alokasi sumber daya yang memadai yang telah dituangkan dalam bentuk anggaran yang membentuk setiap programnya. Program-program yang dibuat perusahaan selanjutnya didukung oleh prosedur yang menjelaskan secara rinci bagaimana suatu strategi seharusnya dilakukan. Melalui prosedur tersebut, akan menjelaskan berbagai aktivitas yang harus dilakukan sebagai upaya untuk menyelesaikan suatu program. Perusahaan selanjutnya harus berusaha mengembangkan struktur organisasi yang memudahkan implementasi strategi yang telah dipilih perusahaan atau organisasi.

**Tabel 1. Daftar Nama Informan Kunci Penelitian**

<b>Informan ke-</b>	<b>Nama Informan/ Narasumber</b>	<b>Asal Tempat Tinggal</b>	<b>Status dalam Penelitian</b>
I	Syafrizal	Langsa	Kepala Disporapar Kota Langsa
II	Rhoma Dhana	Langsa	Perwakilan dan Geuchik Paya Bujok Seuleumak
III	Rusmahdi	Langsa	Geuchik Kuala Langsa

Sumber: Data primer (diolah), 2019

### **Strategi Pemerintah Kota Langsa dalam Mengembangkan Obyek Wisata Halal** *Realisasi Ide dan Analisis Prospek*

Pengembangan sebuah destinasi wisata tidak terlepas dari sebuah idea tau gagasan yang dilahirkan oleh kelompok, organisasi bahkan pemerintahan itu sendiri. Dalam pengembangan wisata di Kota Langsa, ide pengembangan wisata yang berbasis “wisata halal” menurut Bapak Drs. Syafrizal selaku Kepala Dinas Pariwisata bahwa:

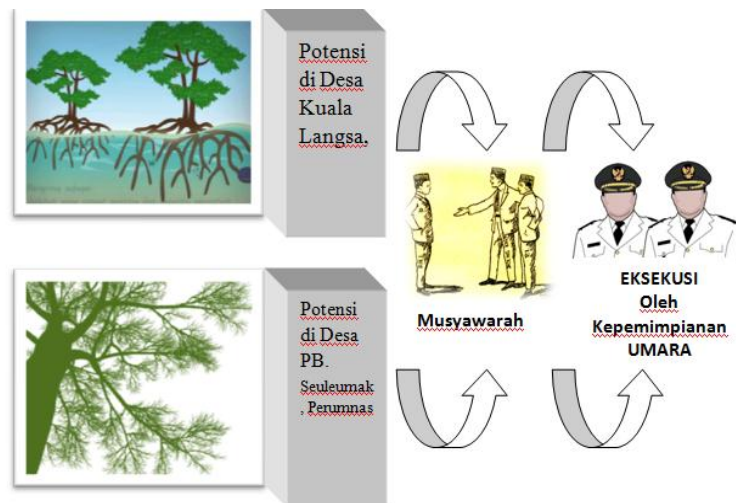
“Program Langsa sebagai destinasi wisata atau kota wisata murni diprakarsai oleh program UMARA (Usman Abdullah dan Marzuki Hamid) sebagai walikota; dan hingga masuk ke periode kedua, program ini berlanjut

semakin pesat. Program itu sebenarnya satu di antara program lainnya, yaitu kesehatan, jasa, pendidikan, dan pariwisata...” (Syafrizal, 2019)

Berdasarkan pernyataan tersebut, menurut Syafrizal, pengembangan wisata di Kota Langsa murni diprakarsai oleh kepala daerah yaitu Walikota Langsa dan Wakil Walikota Langsa yang dikenal dengan sebutan “UMARA”. Program pengembangan wisata dibuat beberapa tahapan dan berlanjut pada masa pemerintahan Umara yang ke II. Disamping konsep wisata, Umara juga merancang sejumlah program unggulan lainnya, yaitu kesehatan, jasa dan pendidikan.

Dengan demikian, dapat dimaknai bahwa ide atau gagasan pembentukan hutan kota dan hutan mangrove sebagai salah satu destinasi wisata di kota Langsa lahir dari potensi desa tersebut yang sudah ada, artinya Desa Kuala Langsa memiliki Hutan Mangrove-nya dan Desa Paya Bujuk Seuleumak memiliki Hutan Kota-nya. Kedua

potensi ini kemudian dipandang bagus oleh pemerintah dalam hal ini UMARA untuk kemudian menjadikannya sebagai destinasi wisata di Kota Langsa yang berprinsipkan wisata halal. Dengan demikian dapat kita cermati skema ide seperti terlihat dalam Gambar 5.



**Gambar 5. Skema Ide Pembentukan Hutan Kota dan Hutan Mangrove sebagai Destinasi Wisata Halal di Kota Langsa**

Sumber: Sawena dan Widyatmaja, 2017.

### ***Penggalian Potensi***

Potensi merupakan salah satu aspek penting dalam mengembangkan obyek wisata di dalam sebuah wilayah atau daerah. Menurut Rhoma serta Rusmahdi, penggalian potensi diarahkan kepada dua aspek sebagaimana diterangkan dalam pernyataan berikut:

“... Yang menjadi karakteristik dari mangrove di Kota Langsa terletak pada bermacam-macam jenis dari pohon Mangrove, yaitu sekitar 38 jenis bahkan lebih. Dan ini bisa dikatakan pohon Mangrove paling lengkap dibandingkan daerah lainnya ...” (Dhana, 2019).

Berdasarkan pernyataan di atas, potensi wisata di Kota Langsa lahir dari aspek penggalian sumber daya alam yang ada. Potensi wisata tersebut diantaranya adalah pengembangan hutan mangrove yang terletak di Kuala Langsa.

### ***Konsep Wisata Halal Berbasis Syariah***

Pengembangan wisata khususnya di Provinsi Aceh sangat mempertimbangkan aspek sisi “halal” ataupun berbasis syariah. Ini hal penting dikarenakan Aceh adalah wilayah yang menerapkan syariat Islam. Beberapa penjelasan yang diungkapkan informan terkait hal tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

“..Untuk wisata kita seluruhnya tidak ada yang bertentangan dengan syariat, justru kita sangat menjauhi jika ada wisata yang berbau melanggar syariat sebagaimana daerah lain. Bahkan, mohon maaf, untuk hiburan musik pun kita larang. Intinya jika ada hal-hal yang melanggar atau sifatnya tidak etis dan itu dilarang oleh ulama/tokoh setempat, tentu kita tiadakan.” (Syafrizal, 2019).

Berdasarkan pernyataan tersebut, dapat dimaknai bahwa Kota Langsa membangun iklim wisatanya berbasis syariah. Iklim tersebut dibangun dengan mempertimbangkan aspek hukum syari’ah dan larangan-rangan yang muncul dari ulama setempat. Dalam pandangan informan, wisata di Kota Langsa justru diarahkan berbasis ibadah. Prinsip ini juga sejalan dengan pemikiran Rusmahdi, yang menyatakan bahwa:

“... Dengan mempromosikan di media massa dan media sosial bahwa wisata Kota Langsa mengedepankan kenyamanan bagi para pengunjung. Karena para pengunjung terutama dari luar daerah tidak akan balik lagi kalau kenyamanan tidak didapatkan di tempat wisata ...” (Rusmahdi, 2019).

### ***Konsep Pemasaran Wisata Halal***

Alat atau media sangat penting dalam hal pemasaran suatu produk, demikian juga terhadap obyek wisata. Obyek wisata akan di ketahui masyarakat atau wisatawan jika dipromosikan dengan menggunakan berbagai media. Pemasaran obyek wisata Kota Langsa yang telah dilakukan turut dijelaskan oleh informan sebagai berikut:

“... Kita saat ini optimalkan segala media yang ada, melalui instagram, Youtube, saling *share* Whatshapps dan disamping itu kitapun di dukung oleh

Pemprov. Ada juga Provinsi turut mempromosikan ini, sehingga saat ini wisata kita sangat dikenal. Dan kemarin kita juga ikut ajang Anugrah Pesona Indonesia untuk memperkenalkan destinasi wisata yang kita miliki, dan kita masuk dari 10 nominasi yang ada. Tentu hal ini sangat membantu sekali. Dan saat inipun sudah ada pengunjung asing walaupun belum begitu banyak.” (Syafrizal, 2019).

“... Hal tersebut bisa dilakukan dengan cara mempromosikan dan memamerkan keunggulan serta karakteristik dari wisata kota itu sendiri agar menambah minat calon wisatawan, bukan hanya didalam daerah, namun juga diluar daerah ...” (Dhana, 2019).

Kedua pernyataan itu menunjukkan bahwa dalam memperkenalkan destinasi wisata di Kota Langsa, pemerintah Kota Langsa menggunakan berbagai upaya dan alat promosi, diantaranya Instagram, Youtube, Whatshapp, dan promosi oleh Pemerintah Provinsi. Disamping itu, destinasi wisata di kota Langsa pun salah satunya termasuk dalam nominasi Ajang Anugrah Pesona Indonesia (API).

### ***Ancaman Pengelolaan Wisata***

Salah satu unsur penting dalam pengembangan lokasi wisata adalah dengan mempertimbangkan ancaman yang mungkin terjadi di masa yang akan datang. Dalam hal ancaman, informan memberikan argumen sebagai berikut:

“... Dalam pengembangan wisata ini sebenarnya terkendala dari sisi masyarakatnya. Hingga saat ini banyak masyarakat yang belum menyadari manfaat wisata yang sesungguhnya dapat menjadi mata pencaharian baru

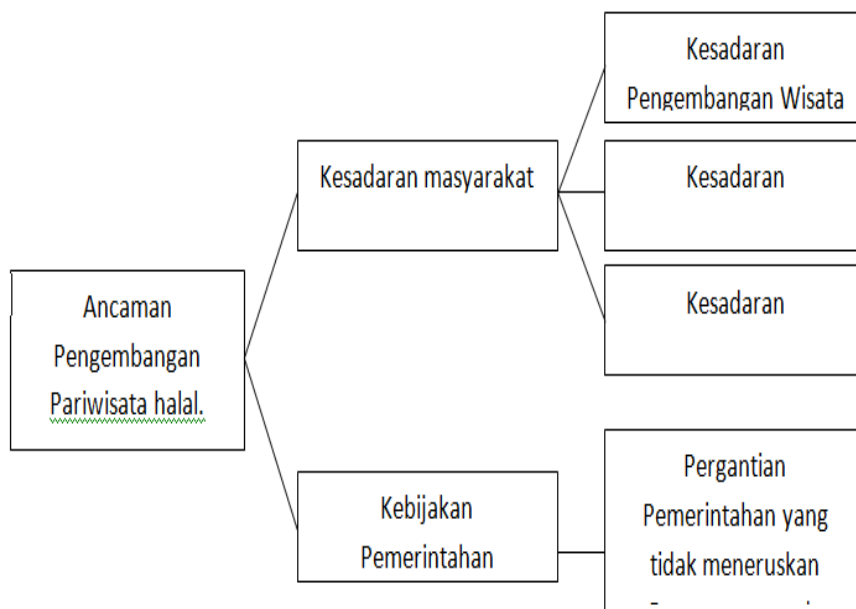
bagi mereka ..... Mereka menganggap bahwa ini sebagai sesuatu yang menguntungkan satu pihak dan kadang sikap-sikap mereka kadang justru merugikan konsep wisata kita ...” (Syafrizal, 2019).

Pernyataan itu menunjukkan bahwa hingga saat ini ancaman yang dirasakan informan lebih kepada kesadaran masyarakat di seputar lingkungan wisata. Fenomena yang terjadi bahwa banyak masyarakat yang belum menyadari adanya *multiple effect* yang terjadi jika pariwisata berjalan dengan baik dan memiliki banyak pengunjung.



**Gambar 6. Dokumentasi Keikutsertaan Destinasi Kota Langsa pada Ajang Anugerah Pesona Indonesia (API)**

Sumber: [www.serambinews.com](http://www.serambinews.com), 2019



**Gambar 7. Ancaman Pengembangan Pariwisata Halal**

Sumber: Data primer (diolah), 2019

## SIMPULAN

Strategi pemerintah Kota Langsa dalam mengembangkan wisata halal telah ditempuh dengan berbagai upaya yang dilakukan. Pertama, merealisasikan ide-ide yang lahir dari kepala daerah dengan mempertimbangkan potensi di daerah dan masyarakat setempat. Kedua, merealisasikan ide dengan mengimplementasikan metode pembangunan berkelanjutan dan terus menerus.

Berikutnya, menjadikan hutan sebagai destinasi utama sebagai mana yang saat ini dikembangkan, yaitu hutan mangrove dan hutan kota, dan kedepan juga akan dibangun hutan serba guna. Keempat, menciptakan *multiplier effect* bagi masyarakat dengan keberadaan destinasi wisata halal. Kelima, menjamin seluruh wisata berbasis syariah dan terlindung dari hal-hal yang melanggar norma dan etika serta adat istiadat masyarakat.

Keenam, melakukan promosi dengan berbagai media sosial seperti Youtube, Instagram, Facebook dan WhatsApp; media cetak, dan mengikuti ajang Pesona Indonesia serta kegiatan lainnya berlevel nasional maupun internasional untuk memasarkan destinasi wisata halal. Ketujuh, membangun kesadaran masyarakat untuk terbiasa memuliakan wisatawan.

## REFERENSI

Badan Pusat Statistik. 2008. **Sistem Neraca Sosial Ekonomi Indonesia 2005**. Jakarta: Badan Pusat Statistik.

Daryanto, A. & Hafizrianda, Y. 2010. **Analisis Input-Output dan Social Accounting Matrix untuk Pembangunan Ekonomi Daerah**. Bogor: IPB Press.

## Fatwa Nomor 108/DSN-MUI/X/2016

Hadiwijoyo, S.S. 2012. **Perencanaan Pariwisata Perdesaan Berbasis Masyarakat; Sebuah Pendekatan Konsep**. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Hunger, J.D. & Wheelen, T.L. 2011. **Manajemen Strategis**. Jakarta: Andi.

Isdarmanto. 2017. **Dasar-Dasar Pariwisata dan Pengelolaan Destinasi Pariwisata**. Yogyakarta: Gerbang Media Aksara.

Qanun Aceh Nomor 8 Tahun 2013 tentang **Kepariwisataan**, Propinsi Aceh.

Sari. P.L.P. 2013. Analisis Variabel-Variabel yang Mempengaruhi Pendapatan Asli Daerah (PAD) Provinsi Bali. **Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Humanika (JINAH)**. 2(2): 715-737.

Sawena, I.K. dan Widyatmaja, I.G.N. 2017. **Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata**. Denpasar: Pustaka Larasan.

Setiawan, E. 2019. *KBBI Offline*. <http://pusatbahasa.kemendiknas.go.id/kbbi/>. Diakses tanggal 5 Oktober 2019.

Soekadijo, R.G. 1997. **Anatomi Pariwisata**. Jakarta: PT.Gramedia Pustaka Utama.

Sofyan, R. 2012. **Prospek Bisnis Pariwisata Syariah**. Jakarta: Buku Republika.

Undang-undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang **Kepariwisataan** [www.Liputan6.com](http://www.Liputan6.com). Diakses tanggal 5 Oktober 2019

Utama, I.G.B.R. 2016. **Pengantar Industri Pariwisata**. Jakarta: Deepublish.

Wolcott, H. 1994. **Transforming Qualitative Data: Description, Analysis and Interpretation**. CA: Thousand Oaks.

Yoeti, O.A. 1996. **Pengantar Ilmu Pariwisata**. Jakarta: PT. Perca.