

POTENSI DAN PROSPEK WISATA SYARIAH DALAM MENINGKATKAN EKONOMI DAERAH (STUDI KASUS: KOTA BANDUNG)

Nouvanda Hamdan Saputram^{1,*}, Lusi Kholisiah¹, Erda Nuraini¹

¹Universitas Islam Bandung

*Email: nouvanhmdn13@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini membahas tentang pariwisata syariah sebagai instrumen diplomasi publik Indonesia untuk meningkatkan kunjungan wisatawan dan meningkatkan ekonomi daerah, karena potensi wisata syariah yang besar diharapkan dapat memiliki pengaruh terhadap perekonomian daerah terutama bagi Kota Bandung sebagai destinasi wisata syariah. Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan pendekatan konsep diplomasi publik dan konsep pariwisata syariah. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa diplomasi publik Indonesia dengan menampilkan diri sebagai destinasi wisata syariah dianggap berhasil dapat menarik kunjungan wisatawan mancanegara terutama wisatawan Muslim dan menarik investasi, serta perkembangan wisata syariah juga mengalami peningkatan yang positif, sehingga dengan meningkatnya kunjungan wisata dan investasi dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan perekonomian daerah seperti Kota Bandung sebagai destinasi wisata syariah.

Kata Kunci: *Diplomasi Publik, Ekonomi Daerah, Kota Bandung, Wisata syariah*

PENDAHULUAN

Pariwisata Indonesia yang pertumbuhan sektor wisatanya tercepat dan menjadi sektor ekonomi terbesar karena kontribusi terhadap devisa Negara terbesar kedua setelah industri kelapa sawit yang mencapai USD 15.965 Miliar pada tahun 2016 sedangkan pariwisata menduduki kedua mencapai USD 13.568 Miliar pada tahun 2016, sedangkan pada tahun 2015 sektor pariwisata berada di posisi keempat yang memberikan kontribusi terhadap devisa dengan capaian USD 12.225 Miliar di bawah Minyak dan Gas (USD 18.574 Miliar), Kelapa Sawit (USD 16.427 Miliar), Batu Bara (USD 14.717 Miliar) (Subarkah, 2018).

Hal ini juga menjadikannya sektor unggulan karena beberapa hal, yaitu: jumlah destinasi dan investasi pariwisata

yang meningkat menjadikannya faktor kunci dalam menciptakan lapangan kerja, infrastruktur, pengembangan usaha, hingga pendapatan dari ekspor. Indonesia memproyeksikan pada tahun 2019 sektor ini dapat meningkatkan Produk Domestik Bruto (PDB) sebesar 15 persen, dengan kunjungan 20 juta wisatawan mancanegara, 275 juta perjalanan yang dilakukan wisatawan nusantara, dan diharapkan mampu menyerap tenaga kerja hingga 13 juta (Subarkah, 2018).

Dalam mewujudkan sasaran pembangunan tersebut, dilakukan berbagai upaya pembangunan pariwisata, sektor ini memiliki perkembangan dalam segmentasinya, saat ini yang cukup pesat perkembangannya dan menjadi trend di dunia internasional adalah pembangunan wisata syariah. Segmen wisata yang

memberikan pelayanan terhadap wisatawan Muslim yang ingin melakukan perjalanan wisata sesuai dengan prinsip-prinsip Islam, sehingga wisatawan Muslim menjadi merasa lebih nyaman dan aman dalam menikmati perjalanan wisata, serta dapat melaksanakan kewajibannya sebagai seorang Muslim sesuai dengan ajaran Islam seperti wajib mengkonsumsi makanan dan minuman halal, melaksanakan solat fardu di tempat yang representatif, dan tempat tinggal yang terhindar dari maksiat dengan adanya hotel syariah.

Percepatan pengembangan wisata syariah di Jawa Barat dimulai sejak tahun 2016. Dari 26 Kota/Kabupaten yang ada di Jawa Barat, Kota Bandung dianggap paling berpotensi dan mampu merepresentasikan wisata syariah. Kota ini dinilai memiliki kelengkapan infrastruktur dan program wisata yang dapat mendukung percepatan wisata syariah. Selain itu, Kota Bandung juga mengalami peningkatan jumlah wisatawan selama kurun 4 tahun terakhir (Ratna Pratiwi, Dida, & Sjafirah, 2018).

Tabel 1. Jumlah wisatawan mancanegara dan domestik di Kota Bandung tahun 2016

Tahun	Wisatawan		Jumlah
	Mancanegara	Domestik	
2011	225 585	6 487 239	6 712 824
2012	176 855	5 080 584	5 257 439
2013	176 432	5 388 292	5 564 724
2014	180 143	5 627 421	5 807 564
2015	183 932	5 877 162	6 061 094
2016	173 036	4 827 589	5 000 625

Sumber/Source : Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung

Adapun data jumlah wisatawan mancanegara dan domestik di Kota Bandung yang diperoleh dari situs resmi Badan Pusat Statistik (BPS) www.bps.go.id. (Statisik, 2018)

Kota Bandung memiliki banyak peluang yang dapat dimanfaatkan pada pengembangan wisata syariah, seperti mayoritas penduduk beragama Islam, akses ke berbagai destinasi pariwisata yang semakin berkembang, dan daya tarik wisata yang meningkat. Wisata syariah mampu berperan dalam mendorong pertumbuhan ekonomi di Kota Bandung. Di balik peluang yang dimiliki oleh Kota Bandung, terdapat masalah yang menjadi hambatan dalam mempersiapkan Kota Bandung sebagai destinasi wisata syariah.

Kota Bandung memperoleh penghargaan dari Kementerian Pariwisata pada acara Wonderful Indonesia syariah Tourism Meeting and Conference, di Hotel Bidakara, Jakarta, Selasa (9/4/18). Kemenpar menilai Kota Bandung telah mampu mengembangkan wisata syariah. (Hafiz, 2019) Selain menerima penghargaan, pada acara tersebut Pemerintah Kota menandatangani Memorandum of Understanding dengan Kemenpar tentang peningkatan pengembangan wisata syariah di Kota Bandung. Sementara itu, Kepala Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung, wisata syariah merupakan gaya hidup yang memudahkan wisatawan muslim ke suatu destinasi wisata.

Dengan adanya wisata syariah, para wisatawan muslim akan memperoleh kemudahan untuk menjangkau segala sesuatu yang diyakininya. Mulai dari kemudahan untuk memperoleh makanan dan minuman halal, menjalankan ibadah, hingga untuk kebutuhan pribadi seperti toilet. Akan tetapi, pengetahuan dan wawasan akan konsep maupun prinsip pariwisata ini belum begitu menggaung,

baik di kalangan pemerintah setempat maupun pelaku industrinya. (Ratna Pratiwi, Dida, & Sjafirah, 2018) Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung saat ini belum memiliki konsep terkait pengembangan wisata syariah dan belum ada kebijakan atau regulasi khusus mengenai pengembangan wisata syariah.

Hingga kini penanganan wisata syariah masih berada pada tingkat provinsi yaitu oleh Dinas Pariwisata dan Kebudayaan Provinsi Jawa Barat. Hambatan lainnya adalah produk wisata terutama kuliner di Kota Bandung cenderung menjadi halal dengan sendirinya atau halal 'by default' karena penduduknya yang mayoritas adalah muslim. Akibatnya timbul perasaan aman dan sikap kurang kritis terhadap aspek halal dan thayyib pada produk yang dikonsumsi. Berdasarkan regulasi, diperlukan sertifikat halal yang dikeluarkan oleh MUI untuk menjamin kehalalan dan thayyibnya suatu produk. Halal sendiri telah menjadi konsep yang universal, konsep ini tidak hanya terbatas pada pembantaian hewan, namun juga mencakup produk dan layanan dengan kualitas terbaik, yang memenuhi peningkatan kesadaran dan kebutuhan konsumen masing-masing di pasar global (Hasan, 2016).

Ada dua konsep yang dapat menjelaskan tentang fenomena yang diteliti, yaitu diplomasi publik sebagai upaya untuk menampilkan diri di dunia internasional agar menarik wisatawan dan investasi, dan konsep pariwisata syariah sebagai upaya untuk menciptakan iklim wisata ramah terhadap wisatawan Muslim yang sesuai dengan nilai-nilai dan ajaran Islam.

1. Diplomasi publik

Diplomasi publik adalah cara suatu negara untuk menampilkan diri di pentas internasional dengan tujuan memberikan informasi atau pengetahuan terkait negara tersebut kepada publik melalui berbagai media. Namun, aktor dari diplomasi publik tidak hanya negara atau bersifat statesentris, pemerintah daerah atau sub-state dapat melaksanakan diplomasi publik (Indraswari, 2015).

Sedangkan Tony Dian Effendi (Ratna Pratiwi, Dida, & Sjafirah, 2018) menjelaskan perbedaan antara diplomasi publik dan diplomasi tradisional dilihat dari target yang dituju oleh pelaku diplomasi, diplomasi publik dapat menjadikan individu, perusahaan multinasional, serta aktor non-negara lainnya sebagai sasaran dan aktor dalam melakukan diplomasi dan diplomasi tradisional lebih kepada hubungan antar negara sebagai aktor dan target diplomasi. Lebih lanjut, Effendi menjelaskan ada empat bagian dalam upaya melakukan diplomasi publik, yaitu: *introducing*, yaitu upaya memperkenalkan dapat melalui pameran, atau mengikuti event internasional; *increasing a positives appreciation*, dapat dilakukan untuk memenuhi pelayanan dan fasilitas; *engaging*, yaitu meningkatkan rasa keterkaitan dengan wisatawan dengan melakukan *familiarization trip* untuk mengenalkan wisata dan budaya; *influencing*, agar dapat meningkatkan kerjasama dalam bidang pariwisata. Diplomasi publik dapat dijadikan alternatif bagi negara agar lebih menarik dalam menampilkan diri di dunia internasional dengan melibatkan publik demi terciptanya hubungan yang baik antar

negara.

Salah satu unsur dari diplomasi publik adalah diplomasi budaya karena dalam diplomasi kebudayaan tersebut terjadi pertukaran ide, informasi, dan aspek budaya lainnya mewakili ide atau gagasan dari suatu negara sehingga terjadi saling pengertian antar negara. Unsur dari diplomasi budaya sebagai instrumen dari diplomasi publik salah satunya pariwisata, karena melalui kegiatan wisata terjadi interaksi budaya yang membuat orang menjadi lebih dekat dan paham tentang negara itu sendiri, dan pariwisata merupakan diplomasi publik yang dapat menggerakkan sektor-sektor ekonom (Ratna Pratiwi, Dida, & Sjafirah, 2018).

Hal ini menjadikan diplomasi publik sebagai upaya yang lebih soft dalam menjalin hubungan sesama negara untuk mencapai tujuannya, hal ini menggunakan pariwisata untuk mencapai tujuan sektor ekonomi dengan meningkatkan kunjungan wisata.

Ada pun beberapa hal yang dapat dicapai oleh diplomasi publik, yaitu: masyarakat lebih mengetahui tentang suatu negara, persepsi terhadap negara tersebut melalui pembangunan image positif dapat mengubah opini publik terhadap suatu negara. Masyarakat domestik dapat terlibat langsung dalam membangun citra yang baik sehingga masyarakat internasional tertarik untuk berkunjung (Ratna Pratiwi, Dida, & Sjafirah, 2018).

Media dalam diplomasi publik yaitu dapat melalui televisi, radio, film, musik, culture, dan yang lain-lain. Saat ini lebih luas lagi karena aktor

diplomasi publik pun bisa individu, sosial media menjadi alat yang cukup baik untuk melakukan diplomasi publik, karena sosial media menjangkau berbagai kalangan, dari berbagai daerah serta dapat dengan cepat sampai kepada target (Ratna Pratiwi, Dida, & Sjafirah, 2018).

Dalam konteks penelitian ini diplomasi publik dengan membangun wisata syariah dilakukan oleh pemerintah daerah Kota Bandung sebagai representasi Indonesia dalam menampilkan diri sebagai negara yang ramah terhadap wisatawan Muslim terutama kepada wisatawan yang berasal dari kawasan Timur Tengah, maupun wisatawan Muslim dari berbagai belahan dunia lainnya, sehingga destinasi wisata syariah ini diharapkan mampu tidak hanya menarik kunjungan wisatawan Muslim, tetapi juga menarik investasi untuk meningkatkan ekonomi daerah menuju arah yang positif.

2. Konsep Pariwisata Syariah

Berdasarkan fatwa dewan syariah nasional No. 108/DSN-MUI/X/2016 tentang pedoman penyelenggaraan pariwisata berdasarkan prinsip syariah, Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah dan pemerintah daerah. Pariwisata Syariah adalah pariwisata yang sesuai dengan prinsip syariah. Destinasi Wisata Syariah adalah kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang di dalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas ibadah dan umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan yang sesuai dengan prinsip syariah.

Tabel 2. Kriteria umum pariwisata syariah

Kategori	Indikator
Destinasi Pariwisata (Alam, Budaya, Buatan)	Tersedia pilihan aktivitas wisata, seni, dan budaya yang tidak mengarah pada pornoaksi, dan kemusyrikan
	Bila memungkinkan menyelenggarakan minimal satu festival <i>halal life style</i>
	Pramuwisata berpakaian dan berperampilan sopan
	Tersedia pilihan daya tarik wisata pantai dan pemandian yang terpisah untuk pria dan wanita dan/atau mempunyai aturan pengujung tidak berpakaian minim
Hotel	Tersedia makanan halal
	Tersedia fasilitas yang memudahkan untuk benbadah, seperti Masjid, Mushola dan fasilitas bersuci
	Tersedia playanan saat bulan Ramadhan untuk memenuhi kebutuhan sahur dan buka puasa
	Tidak adanya aktivitas non-halal seperti perjudian, minuman beralkohol, dan kegiatan diskotik
	Tersedia fasilitas rekreasi kolam renang dan fasilitas kebugaran/ <i>gym</i> yang terpisah antara pria dan wanita
	Bila hotel menyediakan fasilitas spa, maka terapis pria untuk pelanggan pria dan terapis wanita untuk pelanggan wanita. Terapi tidak menggunakan bahan yang mengandung babi, alkohol maupun produk turunannya
Biro Perjalanan	Menyediakan paket wisata yang sesuai dengan kriteria umum Pariwisata Halal
	Tidak menawarkan aktivitas non-halal
	Memiliki daftar usaha penyedia makanan dan minuman halal

Pemandu wisata memahami dan mampu melaksanakan nilai-nilai syariah dalam menjalankan tugas
Berperampilan sopan dan menarik sesuai dengan etika Islam

Sumber : Tim Percepatan Pariwisata Halal (Widhasti, 2017)

Dapat diambil kesimpulan istilah wisata syariah, yaitu wisata yang ingin memberikan layanan dan fasilitas wisata kepada wisatawan Muslim yang juga dapat dinikmati oleh wisatawan non-Muslim, di mana setidaknya memenuhi tiga kebutuhan dasar dalam wisatawan Muslim, yaitu: adanya fasilitas dan layanan ibadah yang memadai, tempat tinggal yang ramah terhadap wisatawan Muslim (hotel syariah), makanan dan minuman dengan jaminan halal melalui sertifikasi badan tertentu yang memiliki kewenangan untuk melakukan itu, serta destinasi wisata seperti wisata alam, budaya, wisata buatan yang dilengkapi dengan fasilitas atau infrastruktur untuk ibadah, seperti adanya masjid atau musholla di sekitar tempat wisata.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan konsep diplomasi publik dan konsep pariwisata syariah yang akan membahas kebijakan luar negeri Indonesia dalam menggunakan potensi wisata syariah yang dijadikan sebagai instrumen diplomasi publik demi mencapai kepentingan nasional untuk menarik kunjungan wisata, investasi, dan membangun citra sebagai negara yang ramah terhadap wisatawan Muslim terutama bagi negara sebagai target pasar wisata di Timur Tengah.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hubungan Antara Pariwisata Sebagai Alternatif Pembangunan Ekonomi

Kebijakan luar negeri dengan melakukan diplomasi publik melalui pembangunan wisata halal tentunya secara rasional ingin memenuhi kepentingan nasional, dalam hal ini adalah mencapai kepentingan dalam bidang 7 ekonomi dengan menarik kunjungan wisatawan Muslim sebagai target pasar utama.

Pariwisata dan ekonomi memiliki keterkaitan yang kuat, seiring berkembangnya pariwisata di suatu daerah sangat memungkinkan untuk berkembangnya perekonomian di daerah tersebut. Hubungan keduanya saling melengkapi, ekonomi akan tumbuh jika ditopang oleh perkembangan wisata yang semakin maju, terutama bagi pelaku usaha sekitar destinasi wisata, baik pelaku usaha kecil, menengah, maupun yang besar.

Menurut Cooper dalam model ekonomi pariwisata ada tiga unsur yang terkait, yaitu: (Ratna Pratiwi, Dida, & Sjaifarah, 2018)

- 1) konsumen dalam hal ini adalah wisatawan;
- 2) mata uang yang beredar sebagai unsur dalam transaksi ekonomi;
- 3) adanya barang dan jasa dari sektor ekonomi.

Hipotesis menarik yang dikemukakan oleh Muhammad Afdi Nizar tentang hubungan antara pariwisata dan ekonomi yang kausalitas, yakni: (Ratna Pratiwi, Dida, & Sjaifirah, 2018)

- a) pertumbuhan ekonomi ditopang oleh pariwisata, maka dari itu pertumbuhan ekonomi dipengaruhi oleh perkembangan pariwisata (tourism-led economic growth hypothesis);
- b) pariwisata ditopang oleh ekonomi, sehingga perkembangan wisata dipengaruhi oleh pertumbuhan ekonomi (economic-driven tourism hypothesis);
- c) keduanya (ekonomi dan pariwisata) memiliki manfaat satu sama lain dan bersifat dua arah (reciprocal causal hypothesis).

Lalu, Nizar berpendapat bahwa ada dua hal yang membangun adanya hubungan antara pariwisata dan ekonomi, yakni:

- 1) pariwisata berdampak pada ekonomi karena dapat menciptakan lapangan kerja, berpengaruh terhadap pendapatan, neraca pembayaran, penerimaan devisa dari beberapa hal, seperti belanja wisatawan, pembangunan pariwisata, impor maupun ekspor barang dan lain-lain;
- 2) pariwisata dapat menjadi efek stimulus bagi produk-produk tertentu dan dapat membentuk komunitas-komunitas yang diharapkan hal tersebut dapat menggerakkan ekonomi daerah ke arah yang positif dengan diciptakannya lapangan kerja baru dan meningkatnya pendapatan bagi daerah.

Secara garis besar, pariwisata memiliki peran penting dalam meningkatkan sektor ekonomi, usaha lokal akan tumbuh, pekerjaan dapat tercipta, pendapatan juga beragam, hal ini yang menjadikan bahwa pariwisata sangat berdampak terhadap ekonomi suatu daerah. Jadi, ekonomi dan pariwisata memiliki keterkaitan yang sangat kuat dan saling satu dengan yang lainnya. Pariwisata dapat dijadikan sebagai penggerak ekonomi daerah wisata yang tahan terhadap krisis ekonomi, mudah dan murah untuk dikembangkan, serta ekonomi menjadi unsur dalam membantu perkembangan wisata, terutama wisata halal diharapkan mampu sebagai tonggak perekonomian daerah Kota Bandung dengan potensi wisata halal dunia yang terus mengalami peningkatan sebagai alternatif penggerak perekonomian dengan meningkatkan kunjungan wisata dan investasi ke Kota Bandung.

Wisata Syariah Sebagai Diplomasi Publik Indonesia

a) Introducing Dengan Mengikuti Event Internasional

Upaya pertama dalam melakukan diplomasi publik yaitu memperkenalkan diri, dalam hal ini melalui kegiatan internasional seperti pameran, table top atau event internasional lainnya. Indonesia memperkenalkan diri di Timur Tengah sebagai wisata halal dengan mengikuti kegiatan World Halal Travel Awards 2015 suatu kegiatan internasional yang memberikan penghargaan bagi pelaku wisata halal di dunia, acara tersebut berlangsung di Abu Dhabi, 20 Oktober 2015,

Indonesia berhasil meraih penghargaan pada tiga kategori, yaitu: World's Best Halal Tourism Destination untuk Lombok; World's Best Halal Honeymoon Destination untuk Lombok; dan World's Best Family Friendly Hotel untuk Sofyan Hotel Betawi, Jakarta. (Summit, 2015)

Pada tahun 2016 Indonesia kembali meraih penghargaan dalam acara World Halal Tourism Award 2016 yang diumumkan di Abu Dhabi pada 7 Desember 2016 meraih 12 penghargaan hasil dari pemilihan sejumlah 1,9 juta pemilih dari 116 negara. (Indonesia.Travel) Selain itu, Indonesia memperkenalkan diri dalam acara Jeddah International Tourism and Travel Exhibition (JITTE) merupakan bursa pameran pariwisata terbesar berlangsung di Arab Sudi pada 28 Februari hingga Maret 2018 (Aprilyani, 2018). Hal ini menambah nilai positif bagi Indonesia dengan penghargaan yang diraih pada kegiatan internasional tersebut sebagai upaya dalam memperkenalkan pariwisata halal Indonesia, terutama bagi negara sebagai target pasar wisata di Timur Tengah.

b) Increasing Positives Appreciation dengan Pemenuhan Fasilitas dan Layanan Wisata Halal

Dalam memperlihatkan tampilan yang baik untuk menarik kunjungan wisata sangat diperlukan, maka dari itu Pemerintah Kota Bandung sebagai destinasi wisata syariah Indonesia melakukan pemenuhan dalam hal layanan dan fasilitas yang dapat memudahkan wisatawan Muslim dalam melakukan kegiatan wisatanya. Pemenuhan tersebut diantaranya tempat ibadah, produk dengan jaminan halal, hotel syariah, dan paket perjalanan wisata halal.

Tempat ibadah seperti masjid atau musholla di Kota Bandung dapat dikatakan mudah untuk menemukannya baik itu di pusat perbelanjaan atau masjid di sekitar tempat wisata. Tak hanya itu bahkan di Kota Bandung sendiri memiliki beberapa hotel yang sudah berbasis syariah dan restoran-restoran di Bandung sudah bersertifikasi halal.

HOTEL NOOR	<ul style="list-style-type: none">• Tersedia makanan halal• Tersedia fasilitas yang memudahkan untuk beribadah seperti masjid, mushola dan
-------------------	---

	<p>fasilitas bersuci</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tidak adanya aktivitas non-halal seperti perjudian, minuman beralkohol, dan kegiatan diskotik • Tersedia pelayanan saat bulan ramadhan untuk memenuhi kebutuhan sahur, dan berbuka puasa • Tersedia berbagai hidangan khas timur tengah seperti nasi biryani, roti canai, dan nasi pilaf • Memperkenankan tamu yang menginap sesama muhrim • Memiliki 33 kamar yang menyediakan perlengkapan shalat lengkap serta kitab suci Al-Quran pada 		<p>setiap kamarnya</p> <ul style="list-style-type: none"> • Hotel ini menawarkan program manasik haji, muhasabah, dan ruqyah yang bekerja sama dengan <i>event organizer</i> dari pondok pasantren <i>Daarut Tauhid Bandung</i>
		<p>Restoran Royal Kashimura Jepang</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Semua pelayan perempuan menggunakan hijab • Makanan yang disediakan tentunya halal dan sedang dalam proses halal dari MUI • Adanya tempat ibadah, dan memiliki tempat wudhu terpisah, serta disediakan alat-alat untuk beribadah • Membandrol dengan harga

	<p>murah, sebab dalam ajaran islam juga diajarkan “sebaik-baiknya amalan adalah yang memberi makan”</p>
Destinasi Wisata	<ul style="list-style-type: none"> • Kolam renang Al-Masoem • Muslim Friendly City • Haura Salon & spa Muslimah

c) Engaging dengan membuat event Internasional

Membuat event internasional terkait wisata halal memberikan daya tarik tersendiri bagi wisatawan Muslim dalam mengenal destinasi wisata, melalui event internasional tersebut diharapkan rasa ketertarikan dan terjadi saling memahami antara wisatawan, masyarakat tentang tempat wisata itu sendiri. Upaya yang dilakukan oleh pemerintah Kota Bandung adalah rencana deklarasi “Muslim Friendly City” untuk pengembangan wisata halal di kota bandung menuai pro dan kontra. Sebagian pihak menilai rencana itu tidak mendesak dan sebagian lagi menilai sebagai upaya untuk meningkatkan potensi 11 pariwisata. Kepala Dina Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung (Disbudpar) Dewi Karnia sari menyatakan langkah ini sebagai upaya menarik wisatawan dari berbagai negara muslim untuk berkunjung ke Kota Bandung. Wisata halal ini sudah diwacanakan pusat dan Pemprov Jabar juga sudah mengeluarkan pedoman wisata

halal, dan pihak dari pemerintah Kota Bandung berupaya untuk terus mengembangkan potensi wisata syariah yang ada di Bandung, dan menjadikan Bandung sebagai destinasi wisata favorit dari semua pihak. Dan seperti yang kita ketahui sudah banyak hotel, restoran, spa, dan salon yang sudah berbasis syariah.

d) Influencing dengan melakukan kerjasama internasional

Kerjasama internasional dapat dilakukan terjadi dengan adanya pengaruh dari pemerintah setelah melakukan berbagai upaya diplomasi publik, karena merasa bahwa negara tersebut layak sebagai rekan dalam menjalin hubungan kerjasama. Bidang transportasi salah satu bidang yang penting dalam pariwisata untuk memudahkan akses menuju destinasi wisata. Bagi Kota Bandung sebagai destinasi wisata syariah, wisatawan yang datang menggunakan transportasi udara sebagai pintu masuk. Pemkot bandung dan Kemempar segera tanda tangani MoU terkait pengembangan wisata halal, dalam pertemuan tersebut kementerian pariwisata menyampaikan empat program terkait pariwisata halal salah satunya yakni:

1. pemasangan label halal pada setiap makanan dan minuman untuk memastikan kehalalan produk yang dijual,
2. tentang kepastian air bersih untuk masyarakat yang hendak menyucikan diri
3. berbicara mengenai penyediaan rumah-rumah ibadah yang layak
4. bagaimana usaha para pengusaha betul-betul ada usahanya

e) Dampak Wisata Syariah Sebagai Alat Diplomasi Publik

Diplomasi publik sesuai dengan tujuannya untuk meningkatkan citra positif agar publik tertarik dengan negara tersebut dalam hal ini terhadap wisatawan dianggap berhasil terlihat dari Tabel 3. jumlah kunjungan wisatawan mancanegara yang berkunjung ke Indonesia dan terutama Kota Bandung sebagai destinasi wisata halal mengalami peningkatan berdasarkan pintu masuk bandara Husain Sastranegara.

Tabel 3. Jumlah kunjungan wisatawan mancanegara per bulan ke Indonesia

Pintu Masuk	Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara per bulan ke Indonesia Menurut Pitu Masuk, 2017 - sekarang (Kunjungan)		
	2019	2018	2017
	Januari	Januari	Januari
Husein Sastranegara	12 496	11 463	8 51

Sumber : Badan Pusat Statistik (Statistik, 2018)

Upaya diplomasi publik Indonesia melalui pemerintah Nusa Tenggara Barat pun sudah mulai terlihat hasilnya, wisatawan asal Timur Tengah pada tahun 2017 mencapai 851 wisatawan, naik hingga 11.645 wisatawan pada tahun 2019 per Januari.

SIMPULAN

Diplomasi publik dengan introducing, increasing positive appreciation, engaging, influencing yang dilakukan oleh Indonesia melalui pembangunan wisata halal di Kota Bandung dianggap berhasil terlihat dari kunjungan wisatawan Muslim yang mengalami peningkatan dan menarik perhatian investor asing dalam mengembangkan wisata. Jika dilakukan dengan baik dan melihat dari perkembangan wisata Indonesia, kepentingan nasional seperti meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan pada tahun 2019 menjadi 20

juta wisatawan mancanegara akan berhasil.

Wisata Syariah dapat dijadikan sebagai alternatif dalam meningkatkan perekonomian daerah karena potensi pasar yang terus mengalami peningkatan, serta wisatawan millennial dengan karakteristik tersebut daerah seperti Kota Bandung dapat melakukan memenuhi indikator dalam memenuhi kebutuhan fasilitas dan layanan bagi wisatawan Muslim, dengan target pasar utama wisatawan Timur Tengah yang menghabiskan uang untuk berwisata cukup tinggi. Namun perlu diingatkan bahwa wisata halal ini tidak hanya diperuntukkan bagi wisatawan Muslim, wisatawan non-Muslim pun dapat menikmati produk, fasilitas dan layanan wisata halal tersebut.

DAFTAR PUSTAKA

- Aprilyani, J. (2018, Maret 12). Dipetik Desember 30, 2019, dari Indonesia Bidik Pasar Wisatawan Timur Tengah: <https://lifestyle.kontan.co.id/news/indonesia-bidikpasar-wisatawantimur-tengah>
- Hafiz, M. N. (2019, April 9). Dipetik Desember 30, 2019, dari AyoBandung.com: <https://www.ayobandung.com/read/2019/04/09/49244/raihpenghargaan-kota-bandungmantapkan-wisata-halal>
- Hasan, A. (2016). A study on awareness and perception towards halal foods among muslim students in kota kinabalu. *Jurnal*, 803-811.
- Indonesia.Travel. (t.thn.). Dipetik Desember 30, 2019, dari Dominates World Halal

Tourism Awards:
<https://www.indonesia.travel/gb/en/news/indonesia-dominatesworldhalal-tourism-awards-2016-winning-12-top-categories>

Indraswari, R. &. (2015). Diplomasi Publik dan Nation Branding. *Jurnal*, 52.

Ratna Pratiwi, S., Dida, S., & Sjafirah, N. A. (2018). Strategi Komunikasi dalam Membangun Awareness Wisata Halal di Kota. *Jurnal*, 1-13.

Statisik, B. P. (2018, April 20). Dipetik Desember 30, 2019, dari Badan Pusat Statistik:
<https://bandungkota.bps.go.id/static/table/2017/08/29/120/jumlahwisatawan-mancanegara-dandomestik-di-kota-bandung-2016.html>

Subarkah, A. R. (2018). Potensi dan Prospek Wisata Halal Dalam Meningkatkan Ekonomi. *Jurnal*, 1-24.

Summit, W. H. (2015). *Post Show Report World Halal Travel Summit 2015*. Abu Dhabi: Committee World

Widhasti, G. B. (2017). Diplomasi Publik Pemerintah Republik Indonesia. *Jurnal*, 8.

