



warta

WACANA

Wisata Syariah

oleh *Asad Farag*

WASKITA

Potensi Pasar Wisata Syariah

oleh *Rikeu Rugarmika*

WAS-WAS

Pariwisata dalam Sudut Pandang Islam

oleh *Bambang Pranggono*

WARUGA

Hotel Sofyan : Pelopor Hotel Syariah di Indonesia

oleh *Abadi Raksapati*

**WISATA
SYARIAH**

pariwisata

Penanggung Jawab

Budi Faisal

Staf Redaksi

Ina H. Koswara

Yani Adriani

Rikeu Rugarmika

Asad Farag

Abadi Raksapati

Koordinator Edisi

Asad Farag

Desain Grafis

Hersanti ER

Administrasi

Rita Rosita

Riyanti Yulia

Logistik

Sapta Maulana

Redaksi menerima kiriman artikel yang berkaitan dengan pengembangan kepariwisataan Indonesia. Tulisan yang dimuat akan diedit seperlunya tanpa menghilangkan isi dan pesan tulisan yang disampaikan.

Warta Pariwisatawww.p2par.itb.ac.id/wartae-mail: p2par@p2par.elga.net**Pusat Perencanaan dan Pengembangan Kepariwisata (P-P2Par) Institut Teknologi Bandung**

Alamat:

ex Gd. PAU Lt.3

Jl. Ganesha No.10 Bandung
40132, Tel/Fax (022) 2506285,
2534272.**Dari Redaksi**

Indonesia baru-baru ini telah meluncurkan pariwisata syariah. Sebelum Indonesia, banyak negara lain yang telah lebih dulu menawarkan wisata syariah, diantaranya Jepang, Thailand, China, Malaysia, Singapura, Korea, serta Taiwan.

Apa sebenarnya yang menjadi pendorong munculnya wisata syariah? Selain adanya permintaan dari wisatawan muslim dalam berpergian, hal ini ternyata juga dikarenakan wisatawan non muslim juga menganggap label syariah sebagai daya tarik tersendiri. Hal ini membuat pariwisata syariah memiliki karakteristik produk dan jasa yang universal, keberadaannya dapat dimanfaatkan oleh semua.

Wisata syariah yang lebih memperhatikan sisi pelayanan hingga akomodasi yang sesuai dengan kaidah syar'i secara logika akan dapat diterapkan di Indonesia yang mayoritas penduduknya adalah muslim. Standardisasi usaha wisata yang berprinsip syariah serta pemenuhan sumberdaya manusia yang dapat memenuhi kebutuhan industri wisata syariah, menjadi kebutuhan mendasar dalam pelaksanaan wisata syariah. Dengan memenuhi dua aspek tersebut maka kemungkinan Indonesia untuk sukses dalam menjalankan wisata syariah akan lebih besar.



Wisata Syariah

oleh **Asad Farag***

* Penulis adalah Staf Peneliti di P-P2Par ITB

Pada 30 Oktober Dirjen Pemasaran Pariwisata Kemparekraf melakukan peluncuran wisata syariah yang bertepatan dengan kegiatan Indonesia Halal Expo (Indhex) 2013 dan Global Halal Forum yang digelar pada 30 Oktober-2 November 2013. Mungkin diantara kita semua masih ada yang belum mengerti apa itu wisata syariah? apakah sekedar wisata di tempat-tempat atraksi wisata religi atau ziarah?

Sesungguhnya, wisata syariah telah menjadi tren di banyak negara. Diantara kita mungkin ada yang pernah mendengar Halal Japan Tourism, Halal Thailand

Tourism, dan Halal China Tourism. Malaysia, Thailand, Singapura, Korea, Jepang, Taiwan, bahkan Cina sudah lebih dahulu memulai. Thailand telah berani mengklaim dirinya sebagai Muslim kitchen terbesar di dunia. Korea Selatan yang bukan negara Muslim juga sudah sangat siap melayani wisatawan Muslim.

Kata "syariah" kian disambut ramah. Publik non-muslim tidak selalu alergi terhadap istilah syariah. Bahkan, tambahan kata "syariah" dalam dunia bisnis kini malah menjadi daya tarik pasar. Karena itu, syariah dengan cepat sudah merambah ke mana-

mana, termasuk dalam bidang pariwisata. Wisata Syariah mungkin masih merupakan hal baru dalam pariwisata. Pariwisata Syariah dapat didefinisikan sebagai berbagai macam kegiatan wisata yang didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah yang memenuhi ketentuan syariah.

Pariwisata Syariah memiliki karakteristik produk dan jasa yang universal, keberadaannya dapat dimanfaatkan oleh semua. Semua pelaku usaha pariwisata dapat menyesuaikan atau mengaplikasikan nilai-nilai etika tersebut pada produk dan jasa usahanya sehingga dapat memperluas pasar tanpa meninggalkan pelanggan yang sudah dimilikinya. Produk dan jasa wisata, serta tujuan wisata dalam Pariwisata Syariah adalah sama dengan produk, jasa, dan tujuan pariwisata pada umumnya selama tidak bertentangan dengan nilai-nilai dan etika Pariwisata Syariah, jadi tidak terbatas hanya pada wisata religi saja. Dalam pelaksanaannya pariwisata syariah dapat berupa wisata alam, wisata budaya, maupun wisata buatan yang dibingkai dalam nilai-nilai Islam.

Lebih dari itu, wisata syariah lebih memperhatikan sisi pelayanan hingga akomodasi (yang sesuai dengan kaidah syar'i). Setidaknya, ada dua hal penting yang harus dipenuhi. Pertama, untuk produk harus dibuat standardisasi usaha wisata syariah. Hotel, restoran, spa, biro perjalanan wisata, dan fasilitas lainnya. Penginapan/hotel harus menerapkan konsep syariah: menyediakan Al Quran, sajadah, dan ada petunjuk arah kiblat, bila perlu dilengkapi jadwal shalat serta tidak ada suasana hiburan maksiat. Restorannya pun harus menyediakan makanan halal.

Selain itu, dari pihak pemerintah dan pelaku wisata hendaknya menyiapkan SDM yang memenuhi kebutuhan industri wisata syariah, termasuk lewat pendidikan pariwisata khusus, serta guide dan customer service di hotel yang masuk destinasi wisata syariah harus memiliki sertifikat wisata syariah.

Esensi dari menerapkan prinsip-prinsip syariah adalah memandu agar semua elemen yang berbahaya dan merusak bagi kehidupan manusia dan lingkungannya, dibuang atau dijauhi. Sehingga, semua produk dan jasa yang memenuhi ketentuan syariah atau halal, adalah baik untuk muslim ataupun umum. Menurut Mintel, UK, perusahaan riset pasar di Inggris, penjualan daging halal mencapai 11% dari seluruh penjualan daging di Inggris, di mana populasi Muslim hanya 3% dari seluruh penduduk Inggris. 8% tambahan dikonsumsi non muslim. Konsumsi produk halal tidak terbatas pada pemeluk Islam. Persepsi bahwa daging halal adalah lebih segar, lebih higienis dan mengandung lebih sedikit racun dan bakteri mendorong grup demografis lainnya untuk mengkonsumsi lebih banyak daging Halal.

Lalu bagaimana dengan potensi wisata syariah?. Potensi tersebut ternyata cukup besar. Secara global, populasi muslim dunia saat ini mencapai 1,6 miliar atau 23% dari total populasi dunia. Adapun khusus di bidang pariwisata, tahun lalu kontribusi wisatawan muslim mencapai USD 126 miliar. BPS mencatat, jumlah wisatawan mancanegara muslim yang masuk Indonesia pada 2012 mencapai 1.270.437 orang.

Potensi Pasar Pariwisata Syariah: Mengenal Karakteristik Wisatawan Muslim

oleh Rikeu Rugarmika*

* Penulis adalah Staf peneliti di P-P2Par ITB

PARIWISATA SYARIAH

yang berarti gaya berwisata yang syar'i merujuk pada karakteristik pola perjalanan wisatawan Muslim yang sesuai dengan nilai-nilai agama Islam. UNWTO melansir data wisatawan Muslim saat ini menyumbang 14% terhadap perjalanan wisata internasional dengan pertumbuhan pesat 4,8% melebihi capaian di tingkat global. Selain itu, jumlah wisatawan Muslim diproyeksikan akan meningkat pesat dalam satu dekade ke depan. Tentu saja, segmen pasar ini sangat menggiurkan sehingga negara-negara Islam khususnya sebagai sumber pasar wisatawan Muslim menjadi sasaran target pasar yang potensial.

Karakteristik pasar wisatawan Muslim yang dibahas dalam tulisan ini dibatasi pada data terkait karakteristik wisatawan muslim hasil penelitian DinarStandar bekerja sama dengan Crecentrating dan data lainnya, serta sekilas membahas potensi perjalanan wisatawan Muslim Indonesia.

SUMBER PASAR

PARIWISATA SYARIAH

Jumlah penduduk Muslim dunia mencapai 1,8 miliar atau 28% dari total penduduk dunia dan jumlahnya terus

meningkat. Populasi Muslim terbanyak berada di Asia. Indonesia adalah negara dengan jumlah muslim tertinggi 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 (www.islampos.com). Fenomena lain terjadi, jumlah warga muslim di Eropa naik pesat menjadi hampir 55 juta jiwa dalam lima tahun terakhir. Jerman, Perancis, Austria dan Belanda adalah negara dengan warga muslim terbanyak di Eropa Barat. Pada Desember 2012, sebuah penelitian memproyeksikan bahwa jumlah Muslim Eropa pada tahun 2030 diperkirakan akan meningkat 6-8 persen.

Data tersebut menunjukkan sumber pasar wisatawan Muslim cukup luas, namun, sasaran target pasar utama wisatawan Muslim saat ini baru berasal dari negara-negara teluk timur tengah, antara lain: Bahrain, Kuwait, Oman, Qatar, Arab Saudi, dan Uni Emirat Arab yang mewakili 3% dari populasi Muslim global. Tingkat pengeluaran berwisatanya cukup besar dan menyumbang 37% dari belanja turis Muslim pada tahun 2011. (Laporan Economist Intelligence Unit, 2012). Berikut adalah Negara tujuan wisatawan Muslim dan Negara sumber pasarnya.

Negara Tujuan Wisata	Negara Sumber Pasar Muslim Terbesar
1. Malaysia	Indonesia, Singapura
2. Turki	Iran, Azerbaijan, Rusia, Jerman
3. UEA	Saudi Arabia, Iran, Mesir, Zerbaijan, Pakistan
4. Singapura	Indonesia, Malaysia
5. Rusia	Kazakhstan, Azerbaijan, Iran, Turki
6. Cina	Indonesia, Malaysia, Iran
7. Perancis	Algeria, Maroko, Tunisia
8. Thailand	Malaysia, Indonesia, Singapura, Oman
9. Italia	Jerman, Tunisia, Perancis, Maroko, Mesir

Sumber: Dinas Standar, 2012.

KARAKTERISTIK WISATAWAN MUSLIM DUNIA

Karakteristik wisatawan Muslim dari beberapa penelitian dilihat dari motivasi berwisata, penyediaan fasilitas pariwisata, serta pengeluaran berwisata. Seperti dikutip *The Hurriyet Daily News*, wisatawan Muslim asal Eropa dan Rusia justru paling antusias dengan pariwisata halal. Sementara, wisatawan Muslim asal Timur Tengah relatif kurang antusias dengan pariwisata halal, dan lebih memilih hotel konvensional meski memang tetap mencari makanan halal. Di kawasan lain, wisata halal digandrungi oleh wisatawan asal Turki. Begitu juga dengan wisatawan asal Asia seperti Indonesia dan Malaysia. Wisatawan mencari hotel dengan makanan halal dan minuman non-alkohol serta kolam renang terpisah.

Sejalan dengan itu, penelitian DinarStandar & Crecentrating (2012) di 47 negara menyatakan bahwa wisatawan Muslim berkunjung ke suatu negara ditentukan oleh faktor makanan halal (65%), biaya yang dikeluarkan (53%), dan keramahan (50%) sebagai aspek liburan paling penting. Berdasarkan pada penilaian atas penyediaan makanan halal dan fasilitas Shalat di tempat belanja sehingga diperoleh destinasi favorit wisatawan muslim dunia adalah Malaysia, Turki, dan Uni Emirat Arab. Pada umumnya, tujuan berwisata wisatawan Muslim adalah untuk berlibur, sebesar 53% berlibur bersama keluarga, 23% berlibur dengan teman, dan sekitar 19% berwisata bersama pasangan. Pada umumnya, frekuensi perjalanan wisatawan Muslim cukup tinggi, sekitar 52,7% melakukan perjalanan wisata setiap tahun. Informasi pariwisata dari situs web di internet menjadi sumber informasi paling penting, antara lain terkait fasilitas akomodasi dan bandara/aksesibilitas. Berikut adalah

beberapa karakteristik perjalanan wisatawan Muslim berdasarkan penelitian tersebut.

Kali Terakhir Perjalanan Wisata	Hal yg Paling Penting dalam Perjalanan	Layanan Perjalanan Wisata
1. 1 tahun terakhir (52,7%)	1. Makanan halal (66,8%)	1. Situs web hotel, bandara, dll (30,1%)
2. 2-3 tahun lalu (19,8%)	2. Harga (52,9%)	2. Biro perjalanan wisata yang biasa digunakan (23%)
3. 4-6 tahun lalu (7,25%)	3. Keramahan, suasana bersahabat (49,1%)	3. Layanan dan informasi dari <i>trip advisor</i> (20,4%)
4. 7-9 tahun lalu (2,3%)	4. Relaksasi (45,5%)	4. Agen wisata baru (13,6%)
5. 10 tahun lalu (1,8%)	5. Akomodasi (37,2%)	5. Lain-lain (7,4%)
6. > 10 tahun (3,9%)	6. Pilihan destinasi (36,1%)	
7. Tidak yakin (12,5%)	7. Petualangan (34,5%)	
	8. <i>Food experience</i> (31,3%)	
	9. Ketersediaan air dan hotel (27,6%)	
	10. Transportasi udara (20,9%)	
	11. Lain-lain (12,1%)	

Sumber: DinarStandar & Crecentrating, 2012.

Berdasarkan aspek pengeluaran berwisata, pengeluaran wisatawan Muslim global meraih nilai paling besar (\$126,075), kemudian diikuti oleh pengeluaran wisatawan asal United State (\$111,889), Jerman (\$93.999), Cina (\$65.369), Inggris (\$60.689), dan India (\$14.741). (Crecentrating, 2012). Hal ini diperkuat oleh data penelitian lain bahwa Negara sumber pasar dengan basis pengeluaran berwisata yang besar tahun 2011, yaitu: (1) negara OIC: Saudi Arabia, Iran, Islamic Republik, UEA, Indonesia, Kuwait, dan Turkey, (2) Negara non-OIC: Jerman, Rusia, Perancis, Inggris, Singapura, dan Amerika. Penelitian berikutnya menurut Global Travel Intentions Visa 2013 menunjukkan, wisatawan yang paling banyak mengeluarkan dana untuk berwisata adalah: 1. Arab Saudi (USD6.414), 2. Australia (USD3.962), 3. China (USD3.679), 4. Brasil (USD2.844), dan 5. Afrika Selatan USD2.779. (www.travel.okezone.com).

Daya tarik wisata yang dikunjungi wisatawan Muslim bervariasi, kegiatan wisatawan pun selain mengunjungi situs-situ Islam dan daya tarik lainnya, adalah belanja. Adapun contoh paket wisata yang ditawarkan kepada wisatawan muslim antara lain: paket wisata minat khusus, seperti *heritage discovery tour, Jumma at Blue Mosque & old city tur, Islamic Tukey discovery tour, sun sea & halal on Islamic beach holiday, gold coast* (Australia), dan lainnya. Adapun informasi lainnya (<http://islampos.com>) menyebutkan bahwa destinasi tujuan wisata belanja wisatawan muslim adalah Dubai, Malaysia, Istanbul, Jeddah, Singapura, Kairo, Abu Dhabi, New Delhi, London dan Doha.

KUNJUNGAN WISATAWAN MUSLIM KE INDONESIA

Tahun 2012 Indonesia menerima wisatawan mancanegara sebanyak 8 juta orang (tepatnya 8.044.462 wisatawan). Kunjungan wisatawan muslim mencapai 1.270.437 orang (15,8% dari total jumlah wisatawan tahun 2012), berasal dari Singapura, Malaysia, Rusia, Saudi Arabia, Bahrain, dan Uni Emirat Arab. Jumlah wisatawan muslim dari Mesir, Uni Emirat Arab (UEA), Bahrain dan Arab Saudi mengalami peningkatan. Wisatawan Muslim asal Mesir meningkat 30,5% menurut data BPS. Pertumbuhan jumlah kunjungan wisatawan asal Timur Tengah ke Indonesia terbilang cukup tinggi dan masuk ke posisi 10 besar dengan kecenderungannya terus meningkat, pada Januari hingga April 2013 mencapai

2.130 orang. Namun demikian, jumlah tersebut masih sedikit jika dibandingkan dengan kunjungan wisatawan asal Timur Tengah ke Malaysia, sekitar 5-6 kali lipat lebih besar.

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif menargetkan 175 ribu wisatawan timur tengah pada 2013. Minat kunjungan wisatawan asal Timur Tengah antara lain alam, kuliner serta budaya lokal. Karakteristik wisatawan Timur Tengah datang dengan keluarga besarnya, dan indeks pengeluarannya cukup besar rata-rata 3.000 dolar per orang untuk setiap kunjungan. Meskipun jumlahnya relatif kecil, wisatawan Muslim Timur Tengah tinggal lebih lama antara 10-14 hari di Indonesia, atau lebih lama dari wisatawan Muslim asal Asia dan Australia.

Sebagian besar wisatawan Muslim tidak hanya datang dari Timur Tengah, tetapi juga dari Eropa, Australia, Jepang, dan Cina. Menurut Direktorat Jenderal Pemasaran Kemenparekraf, pada tahun 2010, sebanyak 18% dari sekitar 1,3 juta Muslim asing yang datang ke Indonesia tertarik pada pariwisata Syariah. Indonesia memiliki peluang besar dalam menjaring wisatawan muslim masa kini dan masa

mendatang, seiring dengan adanya konferensi-konferensi muslim di kawasan Asia Tenggara, semakin banyak orang yang bergaul dalam lingkup kawasan ini sebagai peluang pasar pariwisata syariah.

SEKILAS PASAR WISATAWAN MUSLIM INDONESIA

Sebagai negara dengan jumlah penduduk Muslim terbesar di dunia, Indonesia menjadi sasaran sumber pasar wisatawan Muslim terutama bagi Malaysia, Singapura, Thailand, Jepang, Taiwan, Vietnam, Hongkong, dan wilayah lain di sekitarnya, termasuk Australia.

Di Indonesia, peningkatan kesejahteraan dan kemampuan masyarakat menengah ke atas telah mendorong peningkatan bepergian ke luar negeri. Perjalanan wisatawan Indonesia ke luar negeri mencapai 8 Juta lebih pada tahun 2012. Salah satu faktor yang mempengaruhi pesatnya pertumbuhan jumlah wisatawan bepergian ke luar negeri karena ada kemudahan memperoleh visa disamping

tiket-tiket promo penerbangan internasional.

Survei data (metrotvnews) terhadap sejumlah responden di Indonesia mengatakan bahwa sebesar 61% responden pernah mengunjungi satu sampai lima negara yang berbeda, dan 17% responden tidak pernah melakukan perjalanan ke luar negeri dan cenderung masih memilih negara sendiri sebagai daya tarik wisata terbaik. Secara umum, kunjungan wisatawan Indonesia ke luar negeri selama tahun 2012 lebih banyak ke negara Eropa dan Tiongkok. Data lain dari hasil penjualan tiket ke luar negeri (Asosiasi Perusahaan Agen Penjual Tiket Indonesia) menunjukkan negara yang menjadi tujuan wisatawan Indonesia adalah Thailand, Singapura, China, Korea dan Taiwan.

Beberapa data menunjukkan bahwa kunjungan wisatawan Muslim Indonesia ke Taiwan cukup banyak mencapai 160 ribu turis setahun, dan mengalami kenaikan cukup signifikan selama 2 tahun terakhir sebesar 20% per tahun. Di Korea Selatan, jumlah kunjungan wisatawan Muslim Indonesia mengalami

peningkatan dari tahun 2010 (281.785 wisatawan), 2011 (300.174 wisatawan), dan tahun 2012 (303.856 wisatawan).

Peningkatan kunjungan wisatawan Muslim Indonesia disambut oleh pembangunan berbagai fasilitas pariwisata untuk memenuhi kebutuhan wisatawan Muslim. Seperti yang terjadi di Taiwan yang menyediakan 6 masjid dan 40 gerai restoran bersertifikat halal yang tersebar di beberapa ruas kota. Puluhan hotel di ibu kota Taipei telah menempelkan stiker arah kiblat di masing-masing kamar hotel. Di Jepang, sejak tahun 2010 telah berdiri 200 restoran halal dan beberapa Mesjid untuk melayani wisatawan Muslim asal Malaysia dan Indonesia. Hongkong mulai memperbanyak fasilitas Masjid dan restoran halal untuk wisatawan Muslim. Secara khusus Thailand juga terus mengembangkan program dapur halal dan spa herbal halal, serta satu jaringan hotel menawarkan Ramadan Hotel paket untuk para wisatawan Muslim yang berkunjung ke negaranya.

Selain destinasi di kawasan Asia, wisatawan Muslim Indonesia juga ditawarkan berbagai paket kunjungan ke negara-negara Islam

seperti Maroko, Turki, Dubai, bahkan dalam perjalanan ibadah Haji dan Umroh ke Makkah dan Madinah, wisatawan pun diberikan pilihan berwisata mengunjungi Eropa selama beberapa hari menuju Belanda, Perancis, dan Jerman.

Motivasi wisatawan Muslim dalam perjalanan ke berbagai daerah didorong oleh tujuan untuk mencari suasana baru, mencari inspirasi, ketentraman dan kenyamanan, ketenangan berpikir, serta menikmati keindahan sebagai pendorong jiwa untuk menguatkan keimanan. Memperhatikan alam, budaya, juga karya merupakan bagian dari proses untuk mengambil pelajaran sebagai bagian dari ibadah. Tempat-tempat menarik di berbagai negara menjadi tujuan wisatawan Muslim Indonesia. Destinasi wisata yang memiliki keutamaan dalam Islam adalah perjalanan ke Mesjid-mesjid Nabi di Mekkah dan Madinah, dan kawasan inipun memiliki magnet paling kuat sebagai tujuan perjalanan umat Islam Indonesia dan dari seluruh dunia. Sekitar 12 juta Muslim mengunjungi Mekah dan Madinah setiap tahun, dan jumlah ini diperkirakan akan meningkat menjadi 17 juta pada tahun 2025. Arab Saudi sukses memperoleh US\$17,6 miliar pada 2010 dari pariwisata dan diperkirakan naik dua kali lipat pada 2015.

Di Indonesia, pada 2011 potensi perjalanan wisata mencapai 239 juta perjalanan. Perputaran uang yang terjadi senilai Rp.158 triliun. Dengan populasi sekitar 88% muslim, diperkirakan 210 juta masyarakat Indonesia menghabiskan pengeluaran belanja sekitar Rp.139 triliun (www.republika.co.id). Data ini menunjukkan potensi wisatawan domestik yang mayoritas Muslim juga

sangat tinggi, pada 2012 lalu terdapat 250 juta pergerakan wisatawan domestik dengan pengeluaran rata-rata Rp 700.000 per kunjungan. Dengan demikian, potensi pasar pariwisata syariah di Indonesia terbuka cukup luas.



Potensi Wisata Syariah di Indonesia

oleh Bambang Pranggono*

* Penulis adalah Staf Dosen Perencanaan Wilayah dan Kota di UNISBA



Islam adalah agama dinamis yang menginginkan penganutnya bergerak terus. Kelima rukun Islam semuanya bermakna pergerakan. Bersyahadat artinya bergerak dari tidak beriman kepada pengakuan tentang ke-Esa-an Allah dan kenabian Muhammad saw. Shalat adalah rangkaian gerakan-gerakan tubuh sambil hati tetap berkonsentrasi kepada Allah. Zakat adalah pergerakan harta dari yang mampu kepada yang miskin. Puasa adalah gerak perpindahan waktu-waktu rutin makan dan tidur. Haji adalah Bergeraknya rombongan manusia dari tempat tinggal masing-masing mengunjungi tanah kelahiran Islam, Mekkah. Tidak kurang dari 15 ayat dalam Al-Qur'an yang tegas menyuruh manusia untuk melakukan perjalanan dimuka bumi. Diantaranya ialah surat Al-An'aam:11, An-Naml:69, Al-Ankabut:20, Ar-Ruum:42, Saba:18, Yusuf:109, Al-Hajj:46, Fathir:44, Al-Ghafir: 21, At-Taubah:2. Dalam ayat-

ayat itu perjalanan diperintahkan untuk memperhatikan peninggalan orang-orang terdahulu, juga agar memiliki hati yang bisa memahami dan telinga yang bisa mendengar. Disamping itu surat Al-Baqoroh:158 dan 196, Ali Imran:97, At-Taubah:3 berisi perintah ibadah haji dan umroh yang tidak lain adalah suatu perjalanan jauh. Lalu surat Al-Hujurat:13 yang secara tidak langsung menganjurkan manusia untuk saling berkunjung antar negara, yakni untuk saling berkenalan setelah diciptakan manusia berbangsa-bangsa dan bersuku-suku.

Dasar-dasar tadi masih diperkuat dengan ratusan hadist berisi rangsangan untuk bepergian. Ada keringanan untuk tidak berpuasa bagi orang yang sedang bepergian. Ada

kemudahan untuk bersuci cukup dengan debu sebagai pengganti air wudlu dalam perjalanan. Ada pengurangan jumlah rakaat shalat dan penggabungan waktu shalat. Ada kemudahan gerakan shalat, cukup dengan isyarat ketika duduk diatas kendaraan. Ada kebebasan tidak usah menghadap kiblat waktu shalat diatas kendaraan. Ada jatah mustahiq zakat bagi orang yang kesulitan dalam perjalanan meskipun dia orang kaya dinegerinya. Ada keharusan bagi pibumi untuk menjamu gratis selama 3 hari para tamu yang dalam perjalanan. Ada janji dikabulkannya do'a –do'a para musafir ketika dalam perjalanan. Ada imbalan pahala berlipat 500, 1000 dan 100.000 kali bagi yang shalat di Masjidil Aqsha Jerusalem, Masjid Nabawi Madinah dan Masjidil Haram di

Mekkah, padahal jarak satu sama lainnya ratusan km. Semua itu mengisyaratkan bahwa Allah menggalakkan manusia untuk bepergian dan dirangsang dengan berbagai kemudahan dan hadiah imbalan.

Ternyata Islam adalah agama yang secara eksplisit dan intensif menyuruh manusia untuk melakukan perjalanan. Jadi setiap perjalanan termasuk bepergian untuk berwisata-pun menjadi bagian dari kegiatan Islami, sebagaimana bepergian untuk berdagang, menuntut ilmu dan berjihad. Maka pariwisata menjadi bagian yang tak terpisahkan dari Islam. Umat Islam didorong untuk pergi mengunjungi tempat-tempat diseluruh muka bumi, baik untuk menikmati keindahan alamnya, keragaman budaya berbagai suku bangsanya, bahkan untuk melihat akibat perbuatan ingkar dan musyrik mereka. Ini berarti bukan hanya masjid-masjid di negeri muslim saja yang boleh dijadikan tujuan wisata Islami, tetapi juga peninggalan sejarah, kuburan, situs reruntuhan bencana alam dan bekas kejamnya peperangan. Negeri negeri non muslim dengan berbagai ritual agama, budaya dan istiadatnya pun menjadi tujuan wisata muslim. Sebaliknya umat Islam disuruh menjamu tamu-tamu wisatawan yang datang ke negeri mereka. Artinya keramahamtaman dan pelayanan prima harus disediakan oleh masyarakat Islam terhadap semua tamu yang berwisata kenegerinya.

Pergerakan manusia saling mengunjungi antar negara adalah *sunnatullah*, suatu keniscayaan yang saat ini sudah mewujud secara global. Jumlah muslim yang berwisata baik kenegeri Islam maupun bukan, dan kunjungan wisatawan non-muslim ke negeri muslim meningkat terus. Menurut *World Tourism Organization*, wisatawan muslim membelanjakan USD.126 milyar di tahun 2011 dan terus meningkat 4,8% setahun, diatas rata-rata kenaikan pembelanjaan wisatawan lain yang hanya 3,8% setahun. Ini belum terhitung perjalanan haji dan umroh. Negeri non-muslim seperti Australia, Selandia Baru, Jepang, Cina,

Thailand, bahkan Monaco saat ini sudah bersaing menjangkau wisatawan muslim dipasar wisata syariah ini dengan penyediaan beragam fasilitas Islami. Secara tradisional negeri-negeri muslim seperti Saudi Arabia, Emirat, Mesir, Turki, Malaysia, Brunei sudah terlibat menangani pasar yang menggiurkan ini. Indonesia baru-baru ini juga ikut melangkah kedalamnya dan berharap jadi pemain unggulan disitu. Dalil-dalil syariah dalam Al-Qur'an dan As-Sunnah yang membangkitkan *potensial demand* sudah ada sejak 15 abad silam. Adapun *real demand* wisata syariah sedang berlangsung diseluruh dunia dalam beberapa dekade terakhir. Maka tinggal lagi menerapkan aturan-aturan syariah itu dalam seluruh proses pengelolaan pariwisata Islam.

Beberapa langkah sudah dilakukan disektor *supply*, misalnya berupa penerapan standar *Syariah Compliance*, atau *Islamic Quality Standard* pada perhotelan. Standar syariah ini kebanyakan masih menyangkut faktor fasilitas fisik seperti adanya musholla, sajadah, petunjuk arah kiblat dan Al-Qur'an dikamar hotel, makanan halal, restoran tanpa alkohol, toilet dengan *sprinkler* untuk *istinja*, tempat olahraga, spa dan kolam renang terpisah antara laki-laki dan wanita. Beberapa hotel melanjutkan dengan penerapan larangan merokok, menolak tamu pasangan yang belum menikah, menyediakan hiburan yang islami dan dakwah berkala.

Sedangkan faktor syariah Islam yang lebih mendalam masih belum disentuh, seperti sistem keuangan bebas riba, pemberlakuan nilai tukar valuta asing yang sama dengan *money changer* diluar, komposisi kepemilikan usaha yang menjamin keberlanjutan kebijakan, kejelasan pemisahan dari jaringan rantai perhotelan non syariah, jejaring yang menjamin kelslaman produk dan jasa yang dipasok dari rekanan, misalnya ikatan dengan maskapai penerbangan yang menyediakan makanan halal, kedekatan hotel dengan lokasi museum, situs sejarah dan tempat aktivitas umat

Islam sehingga bisa berlangsung interaksi dengan umat setempat, ketepatan janji kepada semua konsumen dst . Karena Indonesia adalah negeri yang dihuni oleh umat Islam terbanyak didunia, dengan keanekaragaman alam dan budaya yang jarang dimiliki negeri lain,seharusnya Indonesia berpeluang besar untuk memperoleh pangsa pasar tinggi apabila semua pihak memahami dan mendukung konsep pariwisata syariah ini .
Semoga.

Hotel Sofyan: Pelopor Hotel Syariah di Indonesia

oleh Abadi Raksapati *

*Penulis merupakan staf peneliti di P-P2Par ITB

“Apa sebetulnya hotel syariah itu?”

Itulah pertanyaan pendek namun agak sulit untuk dijawab. Tidak banyak literatur yang membahas hal ini, bahkan meski hotel syariah mulai mengalami perkembangan beberapa tahun terakhir, perdebatan mengenai parameter dan standar sebuah hotel dapat dikatakan syariah masih hangat. Namun terlepas dari pro dan kontra atas berbagai pendapat yang ada, secara sederhana hotel syariah dapat didefinisikan sebagai hotel yang tidak menyediakan minuman keras, tidak menyediakan hiburan malam, menyediakan makanan yang *halalan thoyiban*, memberikan fasilitas ibadah yang memadai bagi para tamu, dan tentu saja selektif dalam menerima tamu.

Di hotel syariah tamu yang diketahui bukan muhrim tidak akan diterima untuk menginap dalam satu kamar. Sebagai bangsa yang mayoritas penduduknya muslim, Indonesia sangat memerlukan berbagai akomodasi yang sesuai dengan syariat Islam. Karena alasan itu pula, seharusnya keberadaan hotel yang sesuai dengan syariat dapat mudah ditemukan diseluruh kota-kota di Indonesia. Namun pada kenyataannya tidak disetiap kota dapat kita temui hotel syariah, keberadaannya masih sangat terbatas dibeberapa kota besar saja.

Trend hotel syariah yang dikelola secara profesional di Indonesia baru dimulai pada awal tahun 2000an dengan kemunculan Hotel Sofyan Jakarta yang merubah sistem pengelolaan konvensionalnya menjadi sistem pengelolaan



syariah. Hotel yang didirikan pertama kali pada tahun 1970 dengan 20 kamar dibilangan Menteng dan sebelah pasar Hero Gondangdia ini menjelma menjadi salah satu pemain dibisnis hotel syariah terkemuka di negeri ini setelah mencatatkan namanya sebagai hotel syariah pertama yang masuk dibursa saham.

Pada awal kemunculan hotel ini, sikap skeptis dan mencibir dari berbagai kalangan menjadi keseharian yang dialami oleh Riyanto Sofyan sebagai komisararis utama dan orang yang meletakkan dasar perubahan Hotel Sofyan

dari Hotel konvensional menjadi Hotel yang berbasis Syariah. Bahkan dikisahkan, ayahnya sendiri menentang keinginannya untuk merubah orientasi pengelolaan hotel ini. Ayahnya menganggap bahwa selama ini tidak ada yang salah dalam pengelolaan hotel yang dilakukannya karena tidak dilakukan dengan cara mencuri, tidak korupsi dan tidak memanfaatkan fasilitas pemerintah. Namun Riyanto Sofyan yang merupakan generasi kedua dari pemilik Hotel Sofyan tidak bergeming dan tetap melaksanakan niatnya berbisnis sesuai dengan syariah.

Perubahan orientasi pengelolaan ini tentu saja menimbulkan konsekwensi terhadap berbagai hal. Salah satu yang dilakukan oleh manajemen diawal perubahan ini adalah dengan melakukan perubahan paradigma berfikir mengenai konsep hotel terhadap seluruh pegawai dan manajemen. Perubahan paradigma berfikir ini berkaitan dengan anggapan bahwa hotel besar dan berkualitas itu tidak selalu harus dikelola dengan cara konvensional. Perubahan ini tentu saja memerlukan proses dan tahapan yang dimulai pada tahun 1994 dengan menghilangkan menu babi di menu hotel. Kemudian pada tahun 1998 menutup *Music Club* di Hotel Sofyan Betawi yang dilanjutkan dengan melakukan penutupan diskotik di Hotel Sofyan Tebet tahun 1999 serta penutupan Health Center di Hotel Sofyan Betawi pada tahun 2000. Pada tahun yang sama minuman ber-alkohol dihapuskan dari menu Hotel. Tahun 2002 merupakan tahun pertama Hotel

Sofyan melakukan seleksi terhadap tamu yang menginap. Setiap tamu yang berpasangan dicek apakah pasangan resmi atau bukan. Seluruh tahapan tersebut bermuara pada pada tanggal 26 Juni 2003 dengan diterimanya sertifikat sebagai Lembaga Bisnis Syariah dari Dewan Sertifikasi Nasional (DSN) Majelis Ulama Indonesia (MUI).

Setelah Hotel Sofyan beroperasi, kekhawatiran banyak orang bahwa hotel ini akan kehilangan tamu dan bahkan bangkrut tidak terbukti sama sekali. Tamu yang menginap di Hotel ini justru mengalami peningkatan yang berarti bahkan disebutkan hingga mencapai tingkat okupansi 150 persen. Beragam fasilitas yang disediakan oleh Hotel Sofyan mengacu kepada syariat, diantaranya adalah menyediakan kitab suci Al Quran dan alat sholat di setiap kamar serta mengumandangkan adzan setiap waktu sholat tiba. Yang menarik adalah fakta bahwa mereka yang menginap di Hotel ini tidak saja berasal dari orang yang beragama Islam, akan tetapi juga dari berbagai latar belakang keyakinan termasuk diantaranya orang asing. Ini menunjukkan bahwa konsep syariah sama sekali tidak menjadi penghalang bagi tamu yang berasal dari berbagai latar belakang untuk menginap.

Salah satu misi yang dimiliki oleh Hotel Sofyan adalah *"To operate and develop hotel services and products that are 'halal', provide optimal benefit to guests, society and the environment. Best value for money, and attractive, as a preferred life style for all"*. Dalam misi tersebut jelas tergambar karakter hotel Sofyan yang dengan tegas ingin menciptakan dan menghadirkan pelayanan hotel yang tidak saja memberikan

keuntungan optimal terhadap tamu, masyarakat dan lingkungan sekitarnya akan tetapi juga berorientasi pada produk yang halal.

Saat ini jaringan Hotel Sofyan telah berkembang tidak saja bergerak di bidang perhotelan akan tetapi juga merambah ke bisnis konsultasi hotel dan properti. Sampai dengan saat ini jaringan hotel Sofyan terdiri dari Sofyan Premiere, Sofyan Inn, Sofyan Hotel, dan restoran Potpourri. Jaringan hotel Sofyan tersebut tersebar di beberapa kota antara lain, Jakarta, Lampung, Mataram, Padang, Semarang, Pekalongan, Padang Sidempuan dan Makasar. Manisnya pasar bisnis hotel syariah saat ini telah mendorong berbagai perusahaan mendirikan pula hotel berbasis syariah. Diantara perusahaan tersebut antara lain adalah group Lor In milik Hutomo Mandala Putra yang mendirikan Hotel Syariah Solo. Grup Hotel Horizon mendirikan hotel syariah Aziza di Pekanbaru dan Solo. Amazing Management yang merupakan operator lokal juga mendirikan hotel Amazing Syariah di Cikini dan Padang Baru. Selain itu, hotel dan penginapan dengan skala yang lebih kecil telah banyak bermunculan mengusung konsep syariah di berbagai kota di Indonesia.

Semoga dengan semakin banyaknya hotel berbasis syariah maka akan memberikan banyak pilihan serta kemudahan bagi umat Islam untuk menginap dengan rasa aman, nyaman dan tentu saja sesuai syariat. *Bravo Hotel Syariah.*

Resensi Buku ‘Panduan Wisatawan Muslim’

Penulis : Dr. Fahad Salim Bahammam

oleh **Abadi Raksapati ***

*Penulis merupakan staf peneliti di P-P2Par ITB

Sebagai seorang muslim, kita seringkali gamang ketika akan melakukan perjalanan (wisata). Banyak pertimbangan yang terkadang membuat kita merasa waswas dalam berwisata, terlebih wisata tersebut dilakukan ke daerah yang mayoritas penduduknya bukan muslim. Dari sekian banyak pertimbangan seorang muslim sebelum bepergian, pertimbangan akan jaminan dapat menemukan makanan halal mungkin adalah yang paling banyak. Betapa tidak, jika seorang muslim tidak dapat menemukan masjid masih dapat mempergunakan tempat-tempat lain yang bersih untuk sembahyang. Namun, apabila makanan halal tidak dapat ditemukan maka sulit seorang muslim untuk bertahan di daerah tersebut.

Selama ini belum banyak literatur yang mengupas pariwisata dari perspektif Islam. Stigma pariwisata yang identik dengan sun, sea, dan sex telah menciptakan jarak antara kajian keislaman dengan pariwisata. Namun sesungguhnya pariwisata tidak meluluskan sex dan hura-hura. Dimensi yang dicakup oleh pariwisata sangat luas, dari mulai olah raga, kesehatan, makanan bahkan aktivitas ziarah pun bisa dimaknai sebagai wisata.

Ditengah minimnya kajian pariwisata dari perspektif keislaman, kehadiran buku yang berjudul “panduan wisata muslim”bagai oase yang telah lama dinantikan. Buku ini ditulis oleh seorang intelektual dari Arab Saudi dan merupakan terjemahan dari bahasa arab yang berjudul Ahkam Syar'iyah wa Taudhihat Muhaddadah Li As-sa'ih fi jami'al-Majallat. Latar belakang penulis yang sangat intens dengan kajian keislaman menjadikan buku ini kredibel untuk menjadi bacaan wajib bagi setiap muslim.

Isi buku ini dimulai dengan mengupas hukum wisata dalam perspektif Islam yang kemudian dilanjutkan dengan etika bepergian dan pentingnya memilih seorang pemimpin dalam suatu perjalanan. Pada bab selanjutnya persoalan shalat dan puasa bagi wisatawan di kupas habis dari berbagai sudut pandang, sehingga ketika selesai membaca bab ini kekhawatiran akan persoalan shalat dan puasa bagi wisatawan menjadi lebih terang. Destinasi dalam perspektif Islam juga tidak lepas dari pembahasan dalam buku ini. Salah satu pembahasan yang cukup penting adalah bab mengenai berwisata ke

negeri-negeri non muslim dan makanan yang sering kali menjadi permasalahan bagi wisatawan muslim. Ketika membahas persoalan makanan bagi wisatawan muslim, penulis dengan jelas mengupas persoalan yang selama ini sering menjadi perhatian wisatawan termasuk diantaranya soal hukum gelatin, daging olahan, keju dan kornet di negeri non muslim yang kemungkinan besar di sembelih tanpa menyebut nama Allah.

Yang menarik dari isi buku ini adalah pembahasan mengenai penggunaan kartu kredit, yang bagi sebagian orang sering menimbulkan masalah karena cenderung membuat orang konsumtif dan berlebihan dalam pengeluaran. Penulis dengan teagas memberikan syarat-syarat penggunaan kartu kredit serta menyarankan untuk sebisa mungkin menggunakan Bank Syariah dalam melakukan pembiayaan.

Akhirnya buku ini ditutup dengan memberikan nasehat bagi wisatawan muslim agar perjalanan yang dilakukannya tidak saja dapat menyenangkan, akan tetapi juga diberkahi oleh Allah SWT.

Dari sisi isi, buku ini telah mengupas banyak dalil (dasar hukum) bagi konsep wisata dalam perspektif

Islam. Kajian yang komprehensif dari dalil al-Qur'an dan Hadits yang diperkuat dengan pendapat dari beberapa ulama besar menjadikan buku ini sangat padat dan layak dijadikan rujukan bagi wisatawan muslim. Namun demikian, banyaknya rujukan hukum yang dimuat dalam buku ini disatu sisi menjadikannya sangat berat bagi pembaca awam. Penggunaan bahasa yang terkadang sangat akademik menyulitkan bagi pembaca pemula. Selain itu dimensi buku yang relatif besar dan tebal menjadikan buku ini tidak ideal untuk dibawa bepergian oleh wisatawan muslim. Mungkin perlu dibuat versi sederhana dari buku ini yang dapat dibaca lebih cepat dan ringan oleh wisatawan muslim.

Secara keseluruhan kehadiran buku ini telah memberikan satu panduan dan pegangan yang berharga bagi setiap muslim dalam melakukan perjalanan, tidak saja untuk mencari kesenangan akan tetapi juga untuk mencari ridha Allah SWT.

01

PELATIHAN

Pelatihan Pengelolaan Pariwisata Perdesaan

Bandung, 23-24 Mei 2013

oleh **Abadi Raksapati**

Pada akhir Mei, tepatnya tanggal 23-24 Mei 2013 yang bertempat di Hotel Sawunggaling, Pusat Perencanaan dan Pengembangan Kepariwisata (P-P2Par) ITB menerima kedatangan tiga orang peserta pelatihan pariwisata perdesaan dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Natuna. Ketiga orang peserta pelatihan tersebut adalah Bapak Rusdan Hadian, SE; Bapak Toni Yulifandri, SP.i dan Ibu Nurbaiti.

Pelatihan pariwisata perdesaan merupakan salah satu tema pelatihan yang didorong oleh P-P2Par untuk dilaksanakan setiap tahun mengingat urgensi dan dampak yang bisa ditimbulkannya terhadap suatu daerah. Selain itu, kenyataan bahwa sebagian besar penduduk Indonesia berada di perdesaan merupakan potensi untuk menggerakkan pariwisata perdesaan.

Pelaksanaan pelatihan menggunakan dua metode yaitu materi di kelas dan kunjungan lapangan. Masing-masing metode dilakukan selama satu hari. *Hari pertama*, peserta pelatihan langsung diajak untuk mengunjungi desa wisata Lamajang dan kawasan Kawah Putih di daerah Bandung Selatan. Tujuan kunjungan ini untuk menambah wawasan mengenai desa wisata dan pariwisata secara umum. Bekal pengetahuan dari kunjungan lapangan ini digunakan oleh peserta sebagai bahan diskusi di kelas. *Hari kedua*, materi disampaikan di dalam kelas yang terdiri dari materi: perencanaan pariwisata perdesaan yang disampaikan oleh kepala P-P2Par Bapak Budi Faisal, MAUD.,MLA.,Ph.D. dilanjutkan dengan materi Pengembangan Pasar dan Pemasaran Pariwisata perdesaan oleh Ir. Ina Herliana Koswara, M.Sc. Setelah istirahat makan siang, peserta diberikan materi mengenai

Pengelolaan dan Pengembangan Pariwisata Perdesaan serta Model-model Pengembangan Pariwisata Perdesaan yang keduanya disampaikan oleh Yani Adriani, ST. M.P.Par. sekaligus menutup acara pelatihan.



02

PELATIHAN

Pelatihan Perencanaan dan Pengelolaan Geowisata

Bandung, 26-28 Juni 2013

oleh **Hersanti E R**



Pada tanggal 26-28 Juni 2013, Pusat Perencanaan dan Pengembangan Kepariwisata (P-P2PAR) ITB mengadakan pelatihan rutin bertajuk Pelatihan Perencanaan dan Pengelolaan Geowisata yang diikuti oleh 4 peserta dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Natuna dan Kabupaten Belitung.

Pelatihan Perencanaan dan Pengelolaan Geowisata bertujuan untuk memberi pemahaman tentang potensi dan alternatif pariwisata alam dengan interpretasi terhadap bentuk dan proses alam, khususnya di bidang kebumihan/geologi. Diharapkan pelatihan ini akan memberikan pengetahuan tentang peluang baru bagi objek-objek wisata alam dengan nilai geologis yang dapat diinterpretasikan secara menarik, membuka wawasan baru dan memberi nilai tambah pengetahuan.



Materi pelatihan terbagi menjadi beberapa sesi dan diisi oleh para pengajar yang berpengalaman di bidang geowisata. Materi hari

pertama dibagi menjadi 4 sesi dan disampaikan secara bergantian oleh Dr.Ir. Myra P. Gunawan, MT dan Dr.Ir. Budi Brahmantyo, M.Sc. Dr.Ir. Sesi pertama disampaikan oleh Myra P. Gunawan, MT tentang sistem kepariwisataan dalam mendukung pengembangan geowisata. Tiga sesi berikutnya disampaikan oleh Dr.Ir. Budi Brahmantyo, M.Sc selaku ahli geologi. Materi yang disampaikan berupa pengantar dasar geologi, pengertian mengenai geowisata secara umum dan potensi geowisata yang dimiliki oleh Kabupaten Natuna dan Belitung.

Hari Kedua diisi dengan kunjungan lapangan ke daya tarik wisata yang memiliki nilai Geowisata yang kuat yaitu Kawah Putih dan Kawah rengganis. Di daya tarik wisata ini, peserta diajak untuk melihat penerapan geowisata secara langsung sesuai dengan materi yang telah diberikan di hari sebelumnya.

Materi hari ketiga dibagi menjadi tiga sesi. Sesi pertama diisi oleh Ir. Wiwien Tribuwani, MT yang mengajarkan tentang interpretasi dalam pengembangan geowisata. Sesi selanjutnya membahas tentang prinsip dasar perencanaan geowisata dan pengelolannya yang diisi oleh Ervi Virna Nursanti, ST., MT. Sesi terakhir adalah sesi diskusi antara panitia dan peserta untuk bersama-sama membahas mengenai kesimpulan dari keseluruhan pelatihan dan berusaha menggali potensi geowisata di daerah masing-masing peserta agar dapat segera diusulkan dan diterapkan di dinas masing-masing.



04

PELATIHAN

Pelatihan Strategi Pembentukan Citra Pariwisata Daerah

Bandung, 29 Agustus 2013

oleh **Hersanti E R**



Pada tanggal 29 Agustus 2013, Pusat Perencanaan dan Pengembangan Kepariwisata (P-P2PAR) ITB mengadakan pelatihan rutin bertajuk Pelatihan Strategi Pembentukan Citra Pariwisata Daerah yang diikuti oleh 1 peserta dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Malinau, Kalimantan Timur. Pelatihan hanya berjalan dalam satu hari dengan memadatkan semua materi yang berhubungan dengan pembentukan dan pengembangan citra pariwisata daerah. Materi yang diajarkan antara lain kebijakan dan perencanaan pemasaran dalam pengembangan kepariwisataan Indonesia, Penelitian pasar dan segmentasi pasar wisatawan sebagai penunjang pembentukan citra destinasi pariwisata serta informasi teknologi dalam pengembangan citra destinasi. Di setiap sesi materi, peserta diberikan kesempatan untuk bertukar pendapat mengenai daerah tempat tinggalnya agar didapat hasil pelatihan yang tepat sasaran.

05

PELATIHAN

Pelatihan Strategi Kemitraan dalam Pengembangan Pariwisata Daerah

Bandung, 28-30 Oktober 2013

oleh **Asad Farag**



Pada akhir Oktober, tepatnya tanggal 28-30 Oktober 2013 bertempat di Pusat Perencanaan dan Pengembangan Kepariwisata (P-P2Par) ITB menerima kedatangan satu orang peserta Pelatihan Strategi Kemitraan dalam Pengembangan Pariwisata Daerah dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Bantul.

Pelatihan strategi kemitraan dalam pengembangan pariwisata daerah ditujukan untuk memberikan pemahaman tentang strategi kemitraan untuk memaksimalkan tingkat efektifitas dan efisiensi program pengembangan pariwisata daerah. Diharapkan pelatihan ini juga dapat memberikan kemampuan untuk mewujudkan terjalannya kemitraan strategis yang saling menguntungkan di antara pelaku usaha pariwisata yang ada dalam berbagai jenis skala usaha.

Pelaksanaan pelatihan menggunakan dua

metode yaitu materi di kelas dan kunjungan lapangan. Masing-masing metode dilakukan selama satu hari. Hari pertama, materi disampaikan di dalam kelas yang terdiri dari materi: Pengantar sistem kepariwisataan yang disampaikan oleh Abadi Raksapati, M.Sc dilanjutkan dengan materi Kemitraan dalam Pengembangan dan Pengelolaan Pariwisata, Membangun dan Merancang Bentuk Kemitraan, Model Kemitraan dalam Pengembangan Pariwisata, serta Membina kemitraan dalam jangka panjang oleh Dr. Arief Rosyidie, MSP., M.Arch.,

Hari kedua, peserta pelatihan diajak untuk bertemu dengan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung. Tujuan kunjungan ini untuk menambah wawasan mengenai strategi kemitraan yang dapat diterapkan dari berbagai pengalaman dengan yang diterapkan di Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Bandung.

06

PELATIHAN

Pelatihan Pengelolaan Tourist Information Center

Bandung, 21-23 November 2013

oleh **Asad Farag**

Pada tanggal 21-23 November 2013 bertempat di Pusat Perencanaan dan Pengembangan Kepariwisata (P-P2Par) ITB menerima kedatangan 3 orang peserta Pelatihan Pengelolaan Tourist Information Center dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Kutai Kartanegara.



Pelatihan pengelolaan tourist information center ini ditujukan untuk memberikan pengetahuan dan pengalaman tentang pengelolaan TIC dengan memahami konsep TIC dan dasar-dasar pengelolannya, serta mampu mengembangkan pelayanan prima dalam TIC.

Pelaksanaan pelatihan menggunakan dua metode yaitu materi di kelas dua hari dan kunjungan lapangan satu hari. Hari pertama, peserta pelatihan diajak untuk bertemu dengan pengelola TIC Provinsi DKI Jakarta. Tujuan kunjungan ini untuk menambah wawasan mengenai strategi pengelolaan yang dilakukan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata DKI Jakarta dalam mengelola TIC.

Hari kedua, pelatihan dibuka secara resmi



oleh kepala P-P2Par Budi Faisal, MAUD.,MLA.,Ph.D. selanjutnya pemberian materi disampaikan di dalam kelas yang terdiri dari materi: Pengantar: pentingnya informasi serta Konsep dan tipologi dalam TIC yang disampaikan oleh Dr. Arief Rosyidie, MSP., M.Arch., dilanjutkan dengan materi Database kepariwisataan sebagai sumber informasi TIC oleh Asad Farag SST.Par.

Hari ketiga, pemberian materi disampaikan di dalam kelas yang terdiri dari materi: pengelolaan TIC serta Menciptakan jejaring kerjasama dan pemasaran TIC yang disampaikan oleh Teguh Amor Patria M.P.Par., dilanjutkan dengan penutupan oleh Yani Adriani M.P.Par.

AGENDA PELATIHAN P-P2PAR ITB 2014

4-6 Maret

Pelatihan Manajemen Krisis, Bencana dan Perubahan Iklim untuk Pariwisata

18-30 Maret

Pelatihan Pengelolaan Pariwisata Budaya

8-10 April

Pelatihan Pembangunan Pariwisata yang Berkelanjutan

22-24 April

Pelatihan Pengelolaan Pariwisata Perkotaan

6-8 Mei

Pelatihan Pengembangan MICE Tourism

20-22 Mei

Pelatihan Pengelolaan Pariwisata Kreatif dalam Pengembangan Kepariwisataan

12-14 Agustus

Pelatihan Perencanaan dan Pengelolaan Geowisata

26-28 Agustus

Pelatihan Promosi Destinasi Pariwisata

9-11 September

Pelatihan Strategi Pembentukan Citra Pariwisata Daerah

23-25 September

Pelatihan Pengelolaan Ekowisata

7-9 Oktober

Pelatihan Strategi Kemitraan dalam Pengembangan Pariwisata

21-23 Oktober

Pelatihan Pengelolaan Pariwisata Daerah

11-13 November

Pelatihan Pengelolaan Pariwisata Perdesaan

Keterangan lebih lanjut dapat menghubungi:

**Pusat Perencanaan dan Pengembangan Kepariwisataan (P-P2Par)
Institut Teknologi Bandung**

Gd. Litbang Integrasi dan Aplikasi ITB (ex Gd. PAU) Lt.3

Jl. Ganesha No. 10 Bandung 40132

Tel (022) 2506285, 2534272 Fax (022) 2506285

www.p2par.itb.ac.id email:p2par@p2par.elga.net

Profil P-P2Par ITB



Pariwisata merupakan bidang yang multidisiplin dan multisektoral yang diharapkan menjadi salah satu tulang punggung perekonomian Indonesia di masa datang. harapan yang tinggi terhadap pariwisata di Indonesia belum didukung oleh perencanaan yang matang. Akibatnya pembangunan pariwisata di Indonesia terhambat oleh banyaknya pembangunan sektoral dan tumpang tindih antara berbagai sektor dan disiplin ilmu. Berdiri sejak tahun 1993, Pusat Perencanaan dan Pengembangan Kepariwisata (P-P2Par) Institut Teknologi Bandung merintis untuk menjadi simpul keterlibatan berbagai ilmu pengetahuan dan ahli yang ada di ITB dan lingkungan akademik lainnya, selain menjembatani sektor-sektor yang ada di lingkungan publik maupun swasta. Komitmen ini dicerminkan dalam pengembangan bidang ilmu kepariwisataan melalui penelitian dasar/keilmuan dan aplikatif, serta proses diseminasi dalam bentuk pelatihan, seminar/lokakarya, maupun publikasi.

VISI

Simpul pengetahuan kepariwisataan yang memiliki keunggulan dalam ranah teoritik dan aplikatif di tingkat nasional dan regional.

MISI

- Mengembangkan ilmu pengetahuan teknologi seni di bidang kepariwisataan melalui penelitian dasar dan terapan dalam berbagai aspek kritikal untuk menjawab berbagai tantangan kepariwisataan yang berkelanjutan bagi kesejahteraan umat manusia.
- Menghimpun dan menyebarluaskan data, informasi dan ilmu pengetahuan di bidang kepariwisataan bagi akademisi dan pengambil keputusan di sektor publik dan swasta.
- Menunjang bidang keahlian kepariwisataan baik akademik maupun profesional, melalui pengembangan pendidikan formal dan non formal yang relevan dengan kebutuhan masyarakat dari waktu ke waktu.
- Menunjang industri kepariwisataan melalui pengembangan produk-produk pariwisata yang inovatif menyediakan kesempatan seluas-luasnya pada sivitas akademika ITB untuk mengembangkan pengetahuan dan kemampuan di bidang ilmu pariwisata.

LINGKUP JASA

- **Penelitian Keilmuan/Dasar**
- **Penelitian Terapan:**
 - Perumusan dan kajian kebijakan pariwisata
 - Master plan pariwisata
 - Rencana pemasaran destinasi wisata
 - Penataan kawasan pariwisata
 - Rencana pengelolaan pariwisata
 - Rencana pengembangan produk pariwisata
 - Desain fasilitas penunjang pariwisata
 - Desain bahan promosi pariwisata
 - Desain sistem informasi pariwisata
- **Pelatihan, Seminar dan Lokakarya**
- **Publikasi**

Keterangan lebih lanjut dapat menghubungi:

Pusat Perencanaan dan Pengembangan Kepariwisata (P-P2Par) Institut Teknologi Bandung

Gd. Litbang Integrasi dan Aplikasi ITB
(ex Gd. PAU) Lt.3

Jl. Ganesha No. 10 Bandung 40132

Tel (022) 2506285, 2534272 Fax (022) 2506285

www.p2par.itb.ac.id email: p2par@p2par.itb.ac.id,
p2par@p2par.elga.net