

Strategi Pengembangan Wisata Syariah Jalur Wisata Pantai Senggigi, Pulau Lombok Nusa Tenggara Barat

The Development Strategy of Syariah Tourism on Tourism Routes of Senggigi Beach, Lombok Island Nusa Tenggara Barat

¹Arina Gita Nararya, ²Bambang Pranggono

*Program Studi Perencanaan Wilayah Dan Kota, Fakultas Teknik Universitas Islma Bandung, JL. Tamansari No.1 Bandung 40116
e-mail: ariin.giita@gmail.com*

Abstrak. According to Global Master Card-Crescent rating in 2015 Indonesia settled on 6th position of syariah tourism destination in the world. Syariah tourism is a tourism which applied islamic values in all its activities. Tourism activity in Lombok in 2015 received two awards at the same time as Best World Halal Tourism Destination and World Best Halal Honeymoon Destination. Ministry of Tourism stated that Lombok won the awards, especially due to favourness of people from Middle East and traveller from four season's countries for tropical tourism destination. Lombok which renowned as Island with thousand mosques facilitates moslem travelers to travel and pray at the same time. Lombok has Muslim Friendly motels or Halal Ready which provide direction to pray ti kiblata, praying equipment, and holy Qur'an in each room. NTB's governor Teguh Muhammad Zainul Majdi, a young religious scholar, put the winning award for Lombok as an opportunity to expands syariah tourism in Lombok with Senggigi beach as the main spot. Senggigi beach offered main attraction as best location to view the best of the sunset. It is also well-known tourist place. Analysis based on data gathered from visitors and potential problems data found in Senggigi, showed that generally the visit of moslem travelers is raising in numbers but the obstacle for that purpose is the existence of night clubs and discotheques right on the beach. SWOT analysis showed Senggigi beach located exactly in Quadran 1 with aggressive approachment which means the development of syariah tourism should be done in fast and practical way.

Keywords: Development strategy, Syariah tourism, Senggigi beach.

Abstrak. Berdasarkan Global Master Card-Crescent rating 2015 Indonesia berada pada posisi ke-6 destinasi wisata syaria'ah di dunia. Wisata syaria'ah ialah wisata yang mengedepankan nilai Islami dalam setiap aktivitasnya. Kegiatan Pariwisata di Lombok, pada tahun 2015 berhasil meraih dua penghargaan sekaligus yaitu, Best World Halal Tourism Destination, dan World Best Halal Honeymoon Destination. Kemenpar (Kementerian Pariwisata) menyatakan alasan Lombok menang ialah karena khususnya warga Timur Tengah dan wisatawan dari negara 4 musim menyukai destinasi wisata di daerah tropis. Lombok dikenal dengan sebutan Pulau Seribu Masjid yang memudahkan wisatawan muslim untuk berwisata sekaligus beribadah. Di Lombok terdapat penginapan Muslim Friendly atau Halal Ready yang menyediakan petunjuk arah kiblat, alat solat, dan juga kitab suci Al-Qur'an di dalam kamar hotelnya. Gubernur NTB (Teguh Muhammad Zainul Majdi) yang merupakan ulama muda, menjadikan kemenangan Lombok tersebut sebagai peluang pengembangan wisata syaria'ah di Lombok dan lokasi yang ia tetapkan ialah pantai Senggigi. Pantai Senggigi memiliki daya tarik utama yaitu merupakan lokasi untuk melihat view sunset terbaik. Dan merupakan tempat wisata yang telah dikenal banyak orang. Berdasarkan hasil analisis dengan menggunakan data yang diperoleh dari pengunjung serta data potensi masalah yang ada di pantai Senggigi, diketahui secara umum bahwa kunjungan wisatawan muslim meningkat namun masalah yang menghambat pengembangan wisata syaria'ah ialah masih terdapat banyak diskotik dan club malam tepat di lokasi pantai. Hasil analisis SWOT menunjukkan pantai Senggigi tepat berada di Kuadran I dengan pendekatan yang agresif, yang artinya pengembangan wisata syaria'ah tersebut dilakukan secara cepat dan praktis.

Kata Kunci : Strategi Pengembangan, Wisata Syariah, Pantai Senggigi.

A. Pendahuluan

Negara-negara muslim memiliki banyak potensi wisata yang belum dimanfaatkan secara optimal, salah satunya adalah pengembangan pariwisata syari'ah. *Trend* wisata syari'ah semakin tinggi dan menjadi ladang bisnis bagi para pengusaha untuk menggarap keuntungan. Sejalan dengan perkembangan wisata syari'ah, produk halal ternyata tidak hanya dikonsumsi oleh turis muslim saja, namun juga oleh turis non-muslim. Pariwisata merupakan penyeimbang ekonomi terbaik di dunia. Di Indonesia pariwisata berada di posisi ke-4 sebagai penyumbang devisa negara tertinggi, setelah minyak, batu bara, dan kelapa sawit. Selain itu, berdasarkan *Global Master Card-Crescent ratin 2015* Indonesia berada pada posisi ke-6 destinasi wisata syari'ah di Dunia. Wisata syari'ah ialah wisata yang mengedepankan nilai Islami dalam setiap aktivitasnya.

Kegiatan Pariwisata di Lombok, pada tahun 2015 berhasil meraih dua penghargaan sekaligus yaitu, *Best World Halal Tourism Destination*, dan *World Best Halal Honeymoon Destination*. Kemenpar (Kementerian Pariwisata) menyatakan alasan Lombok menang ialah karena khususnya warga Timur Tengah dan wisatawan dari negara 4 musim menyukai destinasi wisata di daerah tropis. Lombok dikenal dengan sebutan Pulau Seribu Masjid yang memudahkan wisatawan muslim untuk berwisata sekaligus beribadah. Di Lombok terdapat penginapan *Muslim Friendly* atau *Halal Ready* yang menyediakan petunjuk arah kiblat, alat solat, dan juga kitab suci Al-Qur'an di dalam kamar hotelnya.

Terkendalanya pengembangan ini yaitu sosialisasi, dan edukasi masyarakat. Dan juga keberadaan tempat hiburan yang bertolak belakang dengan konsep wisata syari'ah menurut pemerintah banyak mengundang masalah, salah satunya ialah kebisingan dan kegiatan maksiat.

Maka, tujuan dari penyusunan Tugas Akhir ini adalah menyusun strategi pengembangan kawasan wisata syari'ah jalur wisata Pantai Senggigi di pulau Lombok, NTB.

B. Landasan Teori

Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) menyatakan bahwa, Wisata Syari'ah didefinisikan sebagai kegiatan yang didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah yang memenuhi ketentuan Syari'ah. Pariwisata Syari'ah memiliki karakteristik produk dan jasa yang universal, keberadaannya dapat dimanfaatkan oleh banyak orang. Produk dan jasa wisata, objek wisata, dan tujuan wisata dalam pariwisata Syari'ah adalah sama dengan produk, jasa, objek dan tujuan pariwisata pada umumnya selama tidak bertentangan dengan nilai-nilai dan etika Syari'ah.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Hasil penelitian mengeluarkan hasil proyeksi wisatawan, persepsi masyarakat dan wisatawan. Dan pembahasan menghasilkan arahan dan strategi pengembangannya.

1. Proyeksi Wisatawan

Tabel 1. Kunjungan Wisatawan ke Pantai Senggigi, Lombok

No	Tahun	Asal		Jumlah
		Wisman	Wisnus	
1	2011	51.005	110.983	161.988
2	2012	66.285	118.058	184.343
3	2013	79.616	144.211	223.827
4	2014	88.803	159.165	247.969
5	2015	100.130	176.306	276.436

Sumber: Dinas Pariwisata Kabupaten Lombok Barat, 2016

Dari tabel kunjungan wisatawan tersebut dapat diketahui analisis yang digunakan untuk mencari proyeksi wisatawan hingga 20 tahun yang akan datang ialah regresi linier.

Tabel 2. Proyeksi Kunjungan Wisatawan ke Pantai Senggigi, Lombok

No	Tahun	Asal		Jumlah
		Wisman	Wisnus	
1	2016	111.456	193.446	304.902
2	2021	168.089	279.147	447.236
3	2026	224.721	364.849	589.570
4	2031	281.354	450.550	731.904
5	2036	337.986	536.251	874.238

Sumber: Hasil Analisis, 2016

2. Persepsi Masyarakat dan Wisatawan

Masyarakat, masyarakat menengah ke bawah masih minim informasi mengenai penetapan ini, sehingga tidak ada persiapan apapun, namun mereka siap mendukung penetapan tersebut dan menunggu sosialisasi atau pengarahan dari pemerintah. Bagi masyarakat menengah ke atas masih ada pula yang tidak mengetahui penetapan ini namun, bila pemerintah akan merelokasi cafe dan club malam, mereka siap mendirikan usaha sebagai pengganti cafe tersebut, misalnya yaitu rental mobil, rumah makan khas Lombok, dan toko cinderamata.

Wisatawan, wisatawan dari Amerika, tidak setuju dengan pemisah permanen di pantai karena bisa saja menimbulkan diskriminasi, dan pasti akan banyak menuai komentar serta penolakan tidak hanya dari masyarakat namun juga dari wisatawan itu sendiri. Wisatawan asal Timur Tengah menyatakan berwisata di Lombok dan di Bali sudah terasa sangat berbeda, menyenangkan dapat mendengar suara azan yang berkumandang dan melihat masyarakat dan wisatawan mendatangi masjid, meskipun berjarak cukup jauh dari kawasan wisata Pantai Senggigi

3. Arahan Pengembangan

Tabel3.MatriksArahanPengembanganWisataSyari'ah

Kriteria	Arahan
Pengembangan Daya Tarik	Menjadikan wisata bahari dengan pemandangan alam laut, <i>view sunset</i> , dan Masjid yang akan menjadi ikon sebagai wisata prioritas atau wisata andalan di Pantai Senggigi.
	Menjadikan wisata kano, <i>diving</i> , dan <i>surfing</i> sebagai wisata minat. Dan dapat memunculkan kegiatan baru yaitu belajar <i>surfing</i> bagi wisatawan yang berminat bermain dan belajar.
	Wisatawan yang melakukan kegiatan air dengan menggunakan pakaian tertutup di pantai Senggigi juga dapat menjadi daya tarik bagi wisatawan yang berkunjung ke Lombok karena memiliki jenis kegiatan yang berbeda dibanding pantai-pantai lainnya di pulau Lombok.
Ketersediaan Sarana dan Prasarana, Fasilitas Pelayanan	Merelokasi <i>club</i> malam dan diskotik karena tidak sesuai dengan konsep wisata syari'ah. Dan digantikan oleh usaha-usaha lain yang dikelola oleh masyarakat seperti membuka rental mobil, membuka <i>restaurant</i> , dan toko cinderamata.
	Memberikan fasilitas peribadatan yang lebih layak baik bagi wisatawan maupun masyarakat yang berada di Pantai Senggigi.
Partisipasi Masyarakat	Melibatkan masyarakat dalam perencanaan, pengembangan, dan juga pengawasan dari kegiatan wisata Syari'ah ini. Sehingga pemerintah hanya akan bertindak sebagai fasilitator antara masyarakat dan pihak swasta.
	Melibatkan masyarakat dalam berbagai acara yang akan di selenggarakan di Pantai Senggigi. Dengan mengadakan berbagai acara yang berhubungan dengan atraksi budaya khas Lombok. Sehingga dapat mengakrabkan dan membuat masyarakat lebih banyak melakukan interaksi dengan wisatawan.
Kualitas Lingkungan	Memperbaiki sistem persampahan di Pantai Senggigi karena lokasi kontainer sampah sangat terlihat dan mengganggu visual (pengelihatan dan penciuman).
Kebijakan	Perumusan peraturan yang mengatur mengenai hal-hal yang harus ditaati saat memasuki kawasan wisata pantai Senggigi.
	Perumusan peraturan yang mengatur hal-hal terlarang dan konsekuensi yang berlaku bila melanggar aturan di wisata Syari'ah pantai Senggigi.
Pemasaran	Membentuk produk dan paket wisata yang salah satunya mengunjungi wisata Syari'ah pantai Senggigi sehingga wisatawan mendapatkan pengalaman baru dalam wisata pantai.
	Melakukan publikasi secara maksimal untuk produk wisata syari'ah di pantai Senggigi.
	Memanfaatkan Gubernur NTB yang sudah dikenal secara Internasional kepemimpinan secara Islamnya, untuk mempertahankan dan menambah

Kriteria	Arahan
	jumlah wisatawan mancanegara muslim maupun non-muslim.
Kesempatan Investasi	Mengadakan kerjasama dengan media informasi, dan agen <i>tour and travel</i> untuk mempromosikan wisata Syari'ah di Pantai Senggigi yang memiliki berbagai daya tarik untuk dikunjungi.
	Mengadakan kerjasama dengan pihak swasta dengan memberikan kemudahan dalam prosedur investasi seperti memberi kemudahan izin usaha kepada investor selama itu tidak bertentangan dengan ketentuan Syari'ah.

Sumber: Hasil Analisis, 2016

4. Strategi Pengembangan

Tabel 4. Matriks Hasil Analisis SWOT

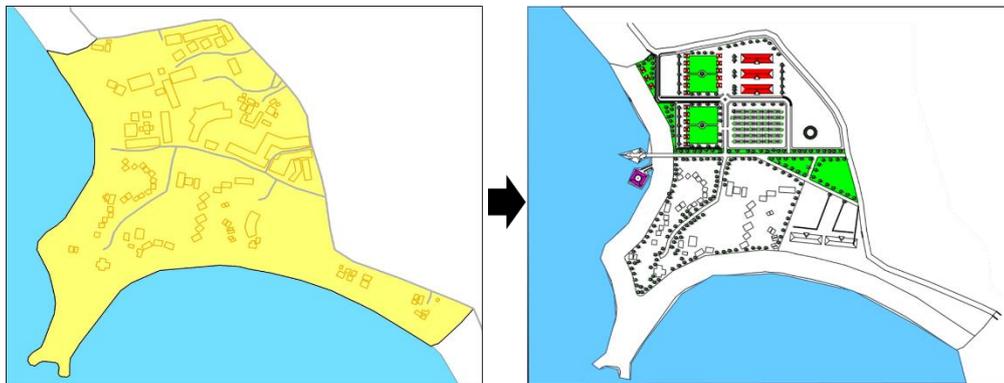
IFAS	Strenghts (S)	Weaknes (W)
EFAS	<ol style="list-style-type: none"> Gubernur, seorang ulama yang mencetuskan rencana wisata syari'ah di Pantai Senggigi. Akses yang baik Tersedia Kantor Informasi dan Promosi Potensi wisata Bahari Lokasi <i>view sunset</i> terbaik Terdapat <i>Islamic Center</i> di Kota Mataram Jumlah wisatawan muslim terus meningkat Terdapat Hotel dengan sertifikat <i>Halal</i>. 	<ol style="list-style-type: none"> Kontainer sampah di jalan menuju pantai Belum ada pengarahannya lebih lanjut mengenai wisata syari'ah Banyak club malam dan diskotik Sarana peribadatan yang tidak layak.
Opportunities (O)	S-O	W-O
<ol style="list-style-type: none"> Pantai Senggigi selalu menjadi tempat wisata yang diminati, Masyarakat yang mengetahui dan baru mengetahui sudah siap bersaing, Tidak ada penolakan dari wisatawan. 	<ol style="list-style-type: none"> Membangun kerjasama dengan agen perjalanan baik yang berada di Indonesia maupun luar negeri. Meningkatkan kerjasama antara pemerintah pusat dan daerah. Memberikan informasi mengenai daftar lokasi dan <i>restaurant Halal</i>. Pada bulan Ramadhan hotel dapat melakukan acara buka bersama, bekerjasama dengan masyarakat sekitar. Wisatawan muslim maupun non-muslim harus menggunakan pakaian tertutup. Mengganti usaha non-syari'ah menjadi kegiatan usaha yang dikelola oleh masyarakat. Larangan membawa minuman keras atau benda tajam dan hal-hal yang mengganggu kenyamanan wisatawan lain. 	<ol style="list-style-type: none"> Kebersihan lebih di jaga karena secara visual (pengelihatannya dan penciumannya) kontainer tersebut mengganggu. Sebagian besar masyarakat mengetahui melalui berita dan masih menunggu pihak pemerintah untuk bertindak. Masyarakat siap membuka usaha yang lebih layak di bandingkan dengan club malam dan diskotik. Agar wisatawan muslim terus bertambah, pemerintah harus menyediakan tempat peribadatan yang lebih layak.
Threats (T)	S- T	W-T

IFAS	Strenghts (S)	Weaknes (W)
<ol style="list-style-type: none"> Memiliki pesaing wisata bahari lain Masyarakat yang tidak mengetahui belum ada persiapan. Kemungkinan terdapat gangguan kenyamanan dari kaum LGBT. 	<ol style="list-style-type: none"> Meningkan keamanan dan ke bersihan pantai dan menjaga kelestarian terumbu karang. Hotel yang menjadi pusat wisata dapat membuat acara pengarahan dan sosialisasi mengenai wisata syari'ah pada masyarakat sekitar dan wisatawan. Memberikan solusi dan strategi untuk penanganan LGBT melalui pendekatan Islam. 	<ol style="list-style-type: none"> Membangun kerjasama dengan pemerintah pusat untuk memelihara kebersihan. Memberikan sosialisasi dan pengarahan pada masyarakat. Mulai membenahi kegiatan komersil non-syari'ah.

Sumber: Hasil Analisis, 2016

5. Site Plan (Tapak)

Gambar 1. Perbandingan Kondisi



isiEksistingdanHasilRencana

(Sumber: Hasil Rencana, 2016)



Gambar di samping menunjukkan kawasan yang dipertahankan dan kawasan yang ditata kembali atau yang direncanakan kembali. Untuk lebih jelasnya ialah:

1. Kawasan Eksisting,
2. Kawasan Rencana,
3. Sempadan Pantai.

1. Pada gambar nomor satu merupakan kondisi eksisting atau kondisi yang ada di lapangan dari kawasan wisata pantai Senggigi. Bangunan-bangunan tersebut merupakan kompleks hotel atau *cottage*.
2. Gambar ke dua merupakan lokasi yang direncanakan, lokasi tersebut akan direncanakan sebagai taman yang tersusun nama-nama baik Allah atau *Asmaul Husnah*.
3. Gambar ke tiga merupakan lokasi yang direncanakan, lokasi tersebut akan direncanakan sebagai tempat parkir kendaraan mobil maupun motor bagi wisatawan yang mengunjungi pantai Senggigi. Jarak antara tempat parkir dan area pantai adalah 200m.
4. Gambar ke empat merupakan lokasi yang direncanakan, lokasi tersebut akan direncanakan sebagai ruko atau tempat berdagang bagi investor maupun masyarakat sekitar.
5. Gambar ke lima merupakan lokasi yang direncanakan, lokasi tersebut akan direncanakan sebagai area *food court*, area tersebut akan tersedia berbagai makanan terutama makanan khas Lombok yang sudah terjamin *Halal*.
6. Gambar ke enam merupakan lokasi yang direncanakan, lokasi tersebut akan direncanakan sebagai *Guest House*. Peruntukan *guest house* tersebut ialah dapat dimanfaatkan oleh wisatawan *backpaker* yang ingin menginap dan menikmati panorama alam pantai senggigi namun dengan harga penginapan yang lebih terjangkau.
7. Gambar ke tujuh merupakan lokasi yang direncanakan, lokasi tersebut akan direncanakan sebagai Masjid yang dijadikan ikon wisata syari'ah di pantai Senggigi. Pembangunan masjid tersebut akan dilakukan secepat mungkin untuk mulai memunculkan nuansa Islami di pantai Senggigi.

D. Kesimpulan



Gambar 2. konsep wisata di Pantai Senggigi

Secara garis besar, konsep wisata di Pantai Senggigi merupakan perpaduan antara konsep wisata alam pesisir dan wisata syari'ah. Berdasarkan hasil analisis SWOT, strategi yang digunakan dalam upaya pengembangan wisata syari'ah di jalur wisata Pantai Senggigi adalah Kuadran I yang artinya pengembangan dilakukan secara agresif atau cepat dan terdesak. Adapun strategi S-O yang dihasilkan adalah:

1. Membangun kerjasama dengan agen-agen perjalanan baik yang berada di Indonesia maupun luar negeri.
2. Meningkatkan kerjasama antara pemerintah pusat dan daerah.

3. Memberikan informasi mengenai daftar lokasi dan *restaurant Halal*.
4. Pada bulan Ramadhan hotel dapat melakukan acara buka bersama, bekerjasama dengan masyarakat sekitar.
5. Wisatawan muslim maupun non-muslim harus menggunakan pakaian tertutup.
6. Mengganti usaha non-syari'ah menjadi kegiatan usaha yang dikelola oleh masyarakat.
7. Larangan membawa minuman keras atau benda tajam dan hal-hal yang mengganggu kenyamanan wisatawan lain.

E. Rekomendasi

Dengan adanya strategi pengembangan wisata syari'ah jalur wisata pantai Senggigi ini diharapkan dapat mengembangkan kawasan wisata tersebut dengan semaksimal mungkin sehingga memperoleh pengembang yang maksimal pula. Adanya strategi pengembangan ini juga diharapkan mampu menjadi referensi pemerintah dalam pengembangan wisata syari'ah dan tetap dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisata di kawasan wisata tersebut.

Namun, strategi pengembangan ini masih memiliki kelemahan yang dibuat tidak bersifat menyeluruh, Adapun contoh studi lanjutan yang dapat dilakukan kembali adalah:

1. Studi lanjutan mengenai kepemilikan lahan diskotik saat ini.
2. Studi mengenai dampak kegiatan wisata syari'ah yang akan datang.

Daftar Pustaka

Al-Qur'an dan Hadist.

Arjana, Prof.Dr.I Gusti Bagus.2015.Geografi Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Depok:Rajawali Pers.

Ati, Ahsana Mustika. 2011. Pengelolaan Wisata Religi Makam Sultan Hadiwijaya untuk Pengembangan Dakwah. Skripsi Manajemen Dakwah Istitut Agama Islam Negeri Walisongo, Semarang.

Dampak LGBT dan Strategi penanganan. <http://www.dakwatuna.com/2016/02/13/dampak-timbulnya-LGBT>.

Fakta dan Karakteristik Wisata Syariah. <https://www.selasar.com/fakta-wisata-syariah>.

Hamjah, Nurlaila; Yunus, Mukhlis; Chan, Syafruddin. Pengaruh Periklanan Terhadap Peningkatan Kesadaran Wisatawan dan Dampaknya Pada Minat Berkunjung Ke Destinasi Wisata Religi di Aceh. Tugas Akhir Magister Manajemen Pascasarjana Universitas Syiah Kuala Banda Aceh, Aceh.

Hapsari, Dewi. 2009. Potensi dan Strategi Pengembangan Objek Wisata Air Terjun Jumog Kabuapten Karang Anyar. Tugas Akhir Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret, Surakarta.

La Ode Unga, Kartini. 2011. Strategi Pengembangan Wisata Kepulauan Banda. Tugas Akhir Perencanaan dan Pengembangan Wilayah Pasca Sarjana Universitas Hasanudin, Makassar.

Pariwisata Syariah Lombok.<http://m.news.viva.co.id/news/read/pariwisata-syariah>.

Pengembangan Wisat Syariah Lombok. <http://www.infolombok.net/pariwisata-lombok-meraih-dua-penghargaan/>

Perbedaan Wisata Syariaha dan Religi. <http://m.okezone.com/travel/beda-wisata-syariah-religi>.

- Pramudita, Arina. 2014. Strategi Pemasaran Pariwisata: Industri Pariwisata untuk Wisatawan Muslim di Jepang. Makalah Fakultas Ilmu Pengetahuan Budaya, Depok.
- Priyadi, Unggul; Yazid; Atmaji, Eko. 2014. Potensi Pengembangan Desa Wisata Berbasis Syaria'ah di Kabupaten Sleman. Tugas Akhir.
- Rencana Induk Pariwisata Berkelanjutan Daerah (RIPARDA) Lombok tahun 2015-2019.
- Rencana Tata Ruang dan Wilayah Lombok Barat 2011-2031 .Error! Hyperlink reference not valid..
- Rencana Tata Ruang Wilayah (RTRW) Kabupaten Lombok Barat 2011-2031.
- Rizkiyani, Alifiana. 2013. Pengembangan Kawasan Wisata Pesisir Talang Siring Kabupaten Pamekasan. Tugas Akhir Perencanaan Wilayah dan Kota ITS, Surabaya.
- Ross, Glenn F. 1998. Psikologi Pariwisata. Jakarta: Yayasan Obor Indonesia.
- Sinergi Penting Pengembangan Pariwisata NTB. <http://lombokinsider/news-features/headlines/wagub-sinergi-penting>.
- Sofyan, Rianto, BSEE., MBA. 2012. Prospek Bisnis Pariwisata Syariah. Republika, Jakarta Selatan.
- Tantangan Traveler wisata Syariah. <http://www.sharia.co.id/tantangan-traveler-wisata-syariah.html>.
- Undang-Undang no 10 tahun 2009 tentang Kepariwisataaan.
- Unga, Kartini La Ode. 2011. Strategi Pengembangan Kawasan Wisata Kepulauan Banda. Tugas Akhir Perencanaan dan Pengembangan Wilayah Universitas Hasanuddin, Makasar.
- Warpani, Suwarjoko. 2007. Pariwisata dalam Tata Ruang Wilayah. Bandung: ITB.
- Wisata Syariah Andalan Lombok. <http://travel.kompas.com/read/wisata-syariah-andalan-NTB>.