



## **Pariwisata Lombok, Masihkah Halal?**

**Aryan Agus Pratama<sup>1</sup>**

**Lady Faerrosa<sup>2</sup>**

**Rifqi Aditya<sup>3</sup>**

**Dika Hariadi Sani<sup>4</sup>**

<sup>1</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bumigora

Email : [aryan@universitasbumigora.ac.id](mailto:aryan@universitasbumigora.ac.id)

<sup>2</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bumigora

Email : [ladyjosman@universitasbumigora.ac.id](mailto:ladyjosman@universitasbumigora.ac.id)

<sup>3</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bumigora

Email : [rifqiaditya993@gmail.com](mailto:rifqiaditya993@gmail.com)

<sup>4</sup>Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Bumigora

Email : [haryadika010305@gmail.com](mailto:haryadika010305@gmail.com)

**Diterima:** 27 Desember 2024

**Direview:** 10 Januari 2025

**Dipublikasikan:** 17 Februari 2025

### **Abstract**

*The concept of halal tourism in Lombok faces challenges in the form of multiple interpretations of various definitions and terminologies and increasingly massive tourism development, which has an impact on implementation inconsistencies and destination competitiveness. This study investigates the perceptions of tourism businesses regarding the understanding and application of the halal concept in the local context and its relevance to the sustainability of halal tourism in Lombok. This research uses a qualitative design with a locally-based exploratory study approach, known as ngayo. Data collection was conducted through direct observation, in-depth interviews and focus group discussions involving business actors and tourism stakeholders. The data obtained were then transcribed and analyzed using the content analysis method. This research illustrates that the development of halal tourism in Lombok destinations is driven by ethical capital and commitment to sustainability from local businesses. The integration of both creates authentic locally-based services as the embodiment of the halal concept. The management of local resources integrated with the dimensions of morality, religiosity and sustainability needs to be adopted as a strategic approach to creating destination excellence.*

**Keywords:** Business Perspective, Halal Tourism, Locality, Lombok, Sustainability

### **Abstrak**

*Konsep pariwisata halal di Lombok menghadapi tantangan berupa multitafsir definisi dan terminologi yang beragam serta pengembangan pariwisata yang semakin masif, berdampak pada inkonsistensi implementasi dan daya saing destinasi. Penelitian ini menyelidiki persepsi pelaku usaha pariwisata mengenai pemahaman dan penerapan konsep halal dalam konteks lokal dan relevansinya dengan keberlanjutan pariwisata halal di Lombok. Penelitian ini menggunakan desain kualitatif dengan pendekatan studi eksploratif berbasis lokal, yang dikenal dengan istilah ngayo. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi langsung, wawancara mendalam dan diskusi kelompok terarah yang melibatkan pelaku usaha dan pemangku kepentingan pariwisata. Data yang diperoleh kemudian ditranskrip dan dianalisis dengan menggunakan metode content analysis. Penelitian ini menggambarkan bahwa pengembangan pariwisata halal di destinasi Lombok didorong oleh modal etika dan komitmen terhadap keberlanjutan dari para pelaku usaha lokal. Integrasi keduanya menciptakan layanan berbasis lokal yang otentik sebagai perwujudan konsep halal. Pengelolaan sumber daya lokal yang terintegrasi dengan dimensi moralitas, religiusitas dan keberlanjutan perlu diadopsi sebagai pendekatan strategis menciptakan keunggulan destinasi.*

**Keywords:** Perspektif Bisnis, Pariwisata Halal, Lokalitas, Lombok, Keberlanjutan,

## PENDAHULUAN

Pariwisata halal telah menjadi salah satu tren bisnis global yang menawarkan peluang besar bagi destinasi wisata dengan mayoritas penduduk Muslim untuk menangkap pangsa pasar yang terus berkembang (Batour & Ismail, 2015; Pratama, Busaini, & Saufi, 2020). Pertumbuhan populasi Muslim yang pesat dan daya beli konsumen Muslim yang terus meningkat telah mendorong permintaan terhadap produk dan layanan wisata yang sesuai dengan kebutuhan serta preferensi wisatawan muslim (Husen & Zhafira, 2019; Jafari & Scott, 2014). *Global Muslim Travel Index (2024)* juga melaporkan adanya lonjakan besar dalam kunjungan wisatawan Muslim pada tahun 2023, mencapai 145 juta wisatawan meningkat 90 persen dari tahun 2019. Bahkan diproyeksikan pada tahun 2024 jumlah kunjungan wisatawan Muslim akan mencapai 164-168 juta wisatawan. Kemudian tahun 2028 jumlah wisatawan Muslim internasional diperkirakan mencapai 230 juta dengan total pengeluaran sebesar USD 225 miliar. Tren pertumbuhan ini menegaskan pentingnya pengembangan destinasi wisata halal sebagai strategi untuk memenuhi permintaan pasar yang terus berkembang, terutama di pulau Lombok yang telah dikenal sebagai destinasi wisata halal (Batour & Ismail, 2015; Subarkah, 2018; Suyatman et al., 2018).

Lombok, dikenal sebagai "Pulau Seribu Masjid," memiliki potensi besar untuk memanfaatkan tren pariwisata halal mengingat mayoritas penduduknya beragama Islam (Saufi, 2015; Sulhaini, et al., 2017). Sejak tahun 2006, pariwisata di Lombok menunjukkan pertumbuhan yang positif, menunjukkan kesetabilannya di tahun 2011, dan mencapai puncaknya pada tahun 2016 saat dinobatkan sebagai Destinasi Pariwisata Halal terbaik dunia (Saufi, 2017; Sulhaini et al., 2017; Suyatman, et al., 2018). Penghargaan ini mencerminkan keberhasilan Lombok dalam memanfaatkan identitas budaya yang kuat dan nilai-nilai lokal seperti persaudaraan dan gotong royong, yang mendukung penerapan konsep halal (Suyatman, et al., 2018). Selain itu, pemerintah daerah menerbitkan Peraturan Daerah No. 2 tahun 2016 tentang Pariwisata Halal sebagai bentuk dukungan nyata terhadap pembangunan pariwisata. Hal ini yang mendorong pengakuan destinasi Lombok dengan *branding* destinasi halal. Namun, kebijakan daerah tersebut menimbulkan kesenjangan dalam pemahaman dan penerimaan konsep ini di antara pelaku usaha lokal. Banyak pelaku usaha masih mengalami kesulitan dalam menerjemahkan konsep halal secara praktis dan menyeluruh (Batour, 2018).

Pengembangan konsep pariwisata halal di Lombok memiliki tuntutan yang harus menjembatani keterkaitan antara pariwisata, nilai-nilai lokal, dan kebutuhan konsumsi yang sesuai dengan prinsip syariah (Duman, 2012). Salah satu kendala utama adalah ketidakjelasan definisi yang dapat diadopsi secara universal. Definisi pariwisata halal masih multitafsir (Hutagalung, 2019; Saufi et al. 2020) dan seringkali hanya merujuk pada aspek layanan akomodasi yang sesuai dengan ketentuan nilai-nilai Islam (Duman, 2012; Gabdrakhmanov et al., 2016). Batour & Ismail (2015) mengungkapkan bahwa pariwisata halal berada dalam tatanan multidisiplin, sehingga muncul beragam terminologi dan definisi yang sering digunakan secara bergantian tanpa panduan yang konsisten. Istilah seperti halal tourism (Batour, 2018; Batour & Ismail, 2015; Duman, 2012; Jaelani, 2017), Islamic tourism (Dogan, 2011; Gabdrakhmanov et al., 2016; Henderson, 2010; Jafari & Scott, 2014), Muslim-friendly tourism (Batour, 2018), dan syariah tourism (Sofyan, 2012) seringkali dianggap sama, meskipun masing-masing memiliki fokus dan konteks penerapan yang berbeda. Hal ini menciptakan perbedaan interpretasi dan implementasi konsep halal di Lombok, yang pada akhirnya mempengaruhi konsistensi dan daya saing destinasi dalam mempromosikan pariwisata halal.

Selain itu, perkembangan penelitian terdahulu terkait pariwisata halal, telah banyak ditemukan yang secara spesifik dilakukan di pulau Lombok, namun terbatas pada pengembangan dari perspektif wisatawan (*demand-driven*) yang membuktikan keuntungan penerapan konsep Halal (Sulhaini et al. 2017). Apriana, Saufi & Mulyono (2020); Ulya, Sulhaini & Rinuastuti (2020) menemukan bahwa layanan wisata yang terintegrasi dengan nilai-nilai Islam seperti silaturahmi, mampu memperkuat *bonding* dengan wisatawan sehingga wisatawan merasa lebih dihargai, menjadi bagian dari komunitas, serta mendukung keberlanjutan pariwisata lokal.

Berbeda dengan pendekatan terdahulu, penelitian ini berfokus melakukan penyelidikan dari perspektif yang berbeda yakni perspektif pelaku usaha (*supply-driven*). Penelitian ini memposisikan pelaku usaha sebagai sumber daya potensial dan menyelidiki paradigma yang mereka bangun mengenai konsep dan penerapan pariwisata Halal. Kebaruan dalam penelitian ini terletak pada penekanan

integrasi nilai kearifan lokal dan nilai-nilai Islami dalam pengembangan wisata halal. Pendekatan ini tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan wisatawan Muslim, tetapi juga menciptakan pengalaman unik yang menggabungkan aspek budaya dan spiritual. Upaya ini menjadi penting untuk menjawab tantangan praktis dalam pengembangan pariwisata halal, sebagaimana yang ditegaskan (Saufi et al., 2020; Pratama et al., 2020; Battour & Ismail, 2016; Saufi et al., 2014; Duman, 2014), yang menekankan perlunya pendekatan sensitif terhadap konteks lokal dalam merumuskan strategi pengembangan pariwisata halal. Dengan mengadopsi pendekatan ini, nilai-nilai kearifan lokal dan Islami diharapkan dapat membentuk kerangka baru yang lebih inklusif, relevan dengan kebutuhan wisatawan, dan berkelanjutan.

## KAJIAN PUSTAKA

### Sumberdaya dan Keunggulan Kompetitif

Pada dasarnya, keunggulan kompetitif merujuk pada kemampuan suatu perusahaan untuk memberikan nilai yang lebih baik kepada pelanggan dibandingkan pesaingnya. Keunggulan kompetitif yang berkelanjutan dalam kerangka teori RBV disebutkan sebagai proses identifikasi dan pengelolaan sumberdaya yang memiliki kapabilitas, bernilai, unik dan khas, langka, dan sulit ditiru oleh pesaing. Gibson (2021) juga menyebutkan bahwa sumber daya dalam konteks RBV melingkupi sumber daya tangible dan intangible. Keunggulan kompetitif ini menyoroti kapabilitas organisasi dalam mengembangkan inovasi dan adaptasi dengan perkembangan bisnis hingga menciptakan suatu produk baru atau melakukan diversifikasi produk (Sudaryanto, 2018). Kemudian Gibson (2021) mengingatkan bahwa dalam perkembangan dan sengitnya persaingan bisnis, diperlukan pelibatan dari komunitas untuk menunjang keberlanjutan. Hal yang sama dikemukakan Freeman (2021) bahwa mengacu pada kekuatan sumber daya internal (Saufi, et al., 2020) saja belum cukup kuat untuk memenangkan persaingan bisnis. Maka dari itu, perlu ada integrasi dengan stakeholder dan pemangku kebijakan untuk menjamin stabilitas ekosistem bisnis yang dinamis.

Keunggulan kompetitif dalam RBV memiliki beberapa karakteristik penting (Gibson, 2021; Freeman, 2021). Pertama, sumber daya yang mendasari keunggulan ini harus memiliki keterbatasan, ini dipahami sebagai sumber daya yang tidak dapat dengan mudah diakses oleh pesaing. Kedua, sumber daya harus memberikan nilai tambah yang signifikan bagi pelanggan, memungkinkan pelaku usaha untuk memenuhi kebutuhan dan keinginan pasar. Ketiga, keunikan sumber daya sangat penting, harus menjadi ciri khas destinasi yang membedakannya dari pesaing.

Selain itu, hubungan yang baik dengan pemangku kepentingan, termasuk pelanggan dan komunitas, dapat memperkuat posisi destinasi di pasar. Terakhir, perusahaan harus memiliki kemampuan adaptabilitas yang tinggi, mampu berinovasi dan merespons perubahan dalam lingkungan bisnis, sehingga dapat mempertahankan keunggulan kompetitifnya dalam jangka panjang. Dalam konteks ini, lokalitas masyarakat tuan rumah di destinasi menjadi aset potensial menunjang keunggulan kompetitif (Sudaryanto, 2018; Pratama, et al. 2020).

### Konsep Halal dan Keberlanjutan Industri Pariwisata

Pariwisata halal merujuk pada konsep pariwisata yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan wisatawan Muslim dengan menyediakan produk, layanan, dan pengalaman yang sesuai dengan prinsip-prinsip ajaran Islam. Konsep ini muncul seiring dengan meningkatnya jumlah dan daya beli wisatawan Muslim, yang memicu kebutuhan terhadap produk pariwisata yang mendukung gaya hidup halal (Duman, 2012; GMTI, 2019). Meskipun demikian, pariwisata halal tetap berada dalam tatanan multidisiplin ilmu (Battour & Ismail, 2015) dan menghadapi tantangan dalam menyelaraskan antara pariwisata dengan ajaran agama Islam, terutama terkait dengan konsumsi Islami (Duman, 2012). Definisi pariwisata halal seringkali dibatasi pada layanan akomodasi yang sesuai dengan nilai-nilai Islami, yang terutama ditujukan untuk wisatawan Muslim. Namun, jika merujuk pada definisi halal secara umum, yang berarti segala sesuatu yang diizinkan dan diperbolehkan sesuai dengan hukum Islam (Qardawi, 2017), konsep pariwisata halal seharusnya lebih luas. Dalam konteks industri, terminologi pariwisata halal tidak hanya untuk memenuhi kebutuhan wisatawan Muslim, tetapi juga menciptakan nilai yang bermanfaat bagi masyarakat luas, baik Muslim maupun non-Muslim, serta mendukung manfaat yang berkelanjutan (Sulhaini, et al., 2017).

Di Lombok, pariwisata halal telah berkembang sebagai bagian dari industri pariwisata yang berkelanjutan (Pratama et al., 2020; Feriyadin, et al., 2021). Keberhasilan pariwisata halal di Lombok tidak hanya terfokus pada pemenuhan kebutuhan wisatawan Muslim, tetapi juga berperan dalam penguatan identitas budaya lokal (Pratama et al., 2020; Saufi et al., 2014). Masyarakat Lombok, yang mayoritas beragama Islam, mengintegrasikan nilai-nilai halal dalam kehidupan sehari-hari, menciptakan suasana yang ramah dan nyaman bagi pengunjung (Suyatman et al., 2018; Wahyudi, 2018; Zuhdi, 2018). Hal ini memberi pengalaman wisata yang lebih dari sekedar keindahan alam, tetapi juga kedalaman nilai budaya dan kearifan lokal yang tercermin dalam keramahan masyarakat (Kanom, 2015).

Kearifan lokal di Lombok, terbentuk melalui tradisi agama dan budaya yang memberikan nuansa Islami yang dapat diangkat sebagai daya Tarik wisata halal. Agama Islam, sebagai agama mayoritas membentuk perilaku social masyarakat Lombok yang selaras dengan prinsip syariat Islam, seperti sikap melayani dengan tulus, disiplin, ramah, dan saling menghargai (Suyatman et al., 2018; Utami, 2017). Nilai-nilai ini menjadi karakteristik yang dapat diintegrasikan dalam pengembangan pariwisata halal, menjadikan Lombok sebagai pilihan menarik bagi wisatawan Muslim dan non-Muslim yang ingin merasakan pengalaman budaya yang autentik dan mendalam (Bastaman, 2017). Selain itu, (Pratama et al., 2020) mencatat bahwa pemanfaatan potensi pariwisata halal dapat mempertahankan daya tarik Lombok sebagai destinasi wisata yang relevan, sambari memastikan pengembangan yang berkelanjutan. Melibatkan masyarakat lokal dalam setiap aspek pengembangan pariwisata memastikan bahwa proses ini dapat terus berlanjut tanpa merusak kelestarian budaya dan lingkungan, serta meningkatkan rasa memiliki dan kebanggaan masyarakat terhadap destinasi Suyatman et al., (2018). Konsep ini juga memberikan manfaat jangka Panjang bagi masyarakat lokal, memperkuat kesejahteraan dan mengarah pada pertumbuhan industry pariwisata yang berkelanjutan (Saufi et al., 2014; Zolfani et al., 2015).

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan Kualitatif dengan analisis konten. Metode penelitian ini berupa study kasus eksploratif guna mendapatkan pemahaman yang sistematis, faktual, dan akurat mengenai fakta, sifat, serta hubungan dalam penerapan konsep pariwisata Halal di pulau Lombok (Miller & Yang, 2008). Penelitian ini dilakukan di destinasi wisata Lombok yang merupakan destinasi wisata halal terbaik dunia (Saufi, 2017; Sulhaini et al., 2017; Suyatman, et al., 2018). Selanjutnya, pada konteks Lombok dengan mayoritas penduduk Muslim sebagai sumber daya potensial yang memiliki karakteristik budaya dan sosial tertentu yang perlu dipertimbangkan. Tingkat sensitivitas yang tinggi terhadap isu-isu tertentu dapat menjadi tantangan dalam eksplorasi informasi. Sehingga, perspektif epistemology masyarakat local menjadi sangat penting untuk peneliti perhatikan. Identitas dan nilai budaya masyarakat tidak hanya mempengaruhi cara kerja atau perilaku keseharian, tetapi juga membentuk pola interaksi dalam menjalankan usaha pariwisata.

Dalam kegiatan pengumpulan data, penelitian ini mengadopsi pendekatan *ngayo*, sebuah metode local yang relevan dengan konteks budaya masyarakat Lombok. Secara harfiah, *ngayo* berarti “mengunjungi” seseorang yang berada di dalam lingkungan tempat tinggalnya tanpa adanya tuntutan. *Ngayo* adalah pertemuan informal yang mana topik bahasan tidak dibatasi, sehingga membuka peluang untuk menggali informasi yang lebih kaya dan mendalam. Selain itu, pendekatan ini juga mengutamakan nilai kejujuran yang menjadikannya efektif untuk memahami pandangan pelaku usaha pariwisata lokal, terutama terkait isu-isu yang dianggap sensitif (Afifi & Latifah, 2017; Saufi et al., 2013). Dengan demikian, pendekatan *ngayo* ini memungkinkan peneliti mendapatkan data informasi yang lebih akurat dan kontekstual.

Kegiatan pengumpulan data dengan pendekatan *ngayo* ini dilakukan secara bertahap sejak tanggal 7 Juli sampai 14 September 2024. Kegiatan ini meliputi:

1. Kunjungan langsung atau observasi ke objek wisata yang ada di pulau Lombok. Kunjungan observasi dilakukan di 10 objek wisata, yaitu: Kawasan Gili Nanggu, Sekotong dan Eduwisata Madu Trigona Desa Bengkaung, Lombok Barat; Desa Adat Sade, Desa Adat Ende dan Desa Wisata Hijau Bilebante, Lombok Tengah; Kawasan Makam Loang Baloq, Mataram; Masjid

Kuno Bayan dan Objek Wisata Tiu Kelep Senaru, Lombok Utara; serta Kawasan Desa Wisata Tetebatu dan Sembalun, Lombok Timur. Pada konteks ini, observasi menjadi kunjungan awal untuk melihat langsung kondisi objek wisata dan menekankan pada perkenalan dengan pengelola objek wisata. Perkenalan ini tidak terbatas pada fasilitas dan layanan yang tersedia melainkan mulai membangun komunikasi dan kedekatan personal dengan pengelola objek wisata yang akan menjadi informen kunci. Kegiatan ini berlangsung 2 sampai 3 kali untuk menjadi lebih saling mengenal dan lebih dekat untuk rasa persaudaraan.

2. Wawancara mendalam. Pada konteks *ngayo* ini peneliti dan informen kunci mengutamakan rasa persaudaraan (Saufi, 2013). Peneliti dapat menemui 12 orang pelaku usaha (pemilik dan pengelola objek wisata) yang telah diajak perkenalan dan komunikasi. Setelah perkenalan lebih awal mengenai latar belakang dan asal serta tujuan dan dibangun komunikasi secara intens melalui telepon untuk saling menanyakan kabar serta saling mengabarkan kondisi dan perkembangan usaha pariwisata atau situasi di objek wisata. Informasi ini memberikan gambaran langsung kepada peneliti mengenai situasi dan kondisi pelaku usaha wisata. Interaksi ini membangun kedekatan secara emosional atau *bonding* antara peneliti dengan pelaku usaha wisata. *Bonding* ini menjadi acuan untuk memastikan pelaku usaha wisata menjadi informan kunci dalam penelitian ini. Kemudian peneliti melakukan kunjungan kembali atau *ngayo* ke objek wisata untuk dapat bertemu dan berbincang-bincang sesuai konteks permasalahan penelitian secara terbuka. Proses ini sangat membantu dalam proses wawancara mendalam dan mendapatkan informasi yang personal dari informan.

Data yang telah diperoleh melalui observasi dan wawancara mendalam disajikan dalam bentuk transkripsi untuk kemudian dianalisis menggunakan model analisis data kualitatif yang dikembangkan Miles et al, (2014). Pertama, dilakukan kondensasi data yang melibatkan proses pemilihan, penyederhanaan, dan pemfokusan data yang terkumpul baik data sekunder maupun data primer yang dihasilkan dari observasi dan wawancara. Pada tahap ini dilakukan pengkodean data dilakukan dengan menggunakan alat bantu NVIVO 12. Kedua, hasil kondensasi data disajikan dengan cara mengorganisasi dan menggabungkan informasi dalam bentuk tabel sesuai dengan tujuan dan konteks penelitian untuk memudahkan proses analisis interpretasi secara komprehensif dan mendalam. Ketiga, dilakukan proses verifikasi data temuan penelitian yang dipadukan dengan triangulasi sumber melalui *Focuss Group Discussion* (FGD). Kegiatan FGD ini melibatkan 10 orang stakeholder pariwisata di pulau Lombok yang terdiri dari 2 akademisi; 2 pengembang desa wisata; 2 travel agen; 2 asosiasi pariwisata; dan 2 awak media. Proses ini ditujukan untuk mendapatkan umpan balik dan memvalidasi data temuan penelitian guna membangun objektivitas analisis dalam menarik kesimpulan yang menjawab fokus permasalahan penelitian.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Masyarakat Lombok memiliki latar belakang tradisi dan budaya yang kaya, terkandung dalam kearifan local. Kearifan local ini menjadi bagian integral dari kehidupan bermasyarakat, termasuk dalam kegiatan sosial ekonomi. Nilai-nilai dalam kearifan local mendorong pemikiran, hubungan sosial, dan perilaku masyarakat serta mencerminkan prinsip-prinsip kehidupan bersama (Ahmadi & Syahputri, 2020; Pratama et al. 2020; Zuhdi, 2018). Dalam konteks ini, hasil penelitian menunjukkan bahwa pelaku usaha di Lombok telah menginternalisasikan nilai-nilai kearifan local dalam mengembangkan pariwisata. Ini dapat diidentifikasi dengan pelaku usaha yang telah memiliki modal etis dan sikap yang komit terhadap keberlanjutan sebagai prinsip dalam menunjang terwujudnya pelayanan berbasis lokalitas (tabel 1). Layanan ini ditawarkan kepada wisatawan sebagai penghargaan terhadap tradisi dan budaya setempat yang memperkuat identitas lokal yang Halal dalam industri pariwisata Lombok.

Tabel 1. Temuan Penelitian

Kategori	Tema	Sub-Tema	
Modal Etis		Dedikasi Sosial	
		Pemahaman	
		Ibadah	
		Taat Peraturan	
Komitmen Keberlanjutan		Kebaikan Komunitas	
		Kelangsungan Bisnis	
		Pelestarian Budaya	
		Kebijakan Pemerintah	
Layanan Berbasis Lokalitas	Moral	Kesadaran Lingkungan	
		Menghormati Tamu	
		Mengutamakan Kesopanan	
		Peduli Sesama	
	Kreasi	Bersikap Jujur	
		Edukatif	
		Tanggung Jawab	
		Kepedulian terhadap alam	
		Tekad yang baik	
		Produk Opsional	
		Keyakinan	Menjaga Tradisi
			Memberikan Manfaat
			Memulai dengan Doa

Sumber: Olahan data primer (2024)

### Modal Etis

Modal etis yang dimaksud dalam penelitian ini merujuk pada prinsip moral yang dipercayai oleh masyarakat dalam mengembangkan pariwisata halal. Modal etis yang telah diinternalisasikan dalam diri individu maupun komunitas mampu mempengaruhi perilaku dan pengambilan keputusan dalam konteks kehidupan sosial ekonomi (Freeman et al., 2021). Pada penelitian ini, modal etis ini tercermin dalam sikap pelaku usaha wisata yang memiliki dedikasi sosial yang tinggi, pemahaman nilai-nilai luhur, niat untuk ibadah, serta kepatuhan terhadap regulasi budaya lokal maupun kebijakan pemerintah. Ini juga mencerminkan dimensi lokalitas Lombok yang religious (Jayadi, 2017; Wahyudi, 2018; Zuhdi, 2018).

*Yang kami tekankan adalah pentingnya mencerminkan adab-adab yang baik dalam pelayanan, seperti sopan santun dan tata krama. Seharusnya, kita sebagai umat Islam lebih peka dalam melayani dibandingkan dengan orang-orang non-Muslim (Informen 002, 2024).*

Pentingnya mencerminkan adab-adab yang baik secara etika dalam setiap layanan menjadi fokus utama pelaku usaha dalam pengembangan pariwisata. Pelaku usaha tidak hanya berupaya memenuhi standar dan kebutuhan bisnis, tetapi juga berkomitmen untuk menerapkan nilai-nilai etis dalam interaksi dengan pelanggan dan masyarakat setempat. Modal etis ini diaktualisasikan dalam tindakan nyata, menunjukkan bahwa pelaku usaha memahami dan mengimplementasikan adab-adab yang baik secara etika dalam setiap aspek pelayanan. Dengan demikian, pelaku usaha menciptakan pengalaman yang lebih baik dan autentik bagi pelanggan, dan mencerminkan komitmen terhadap nilai-nilai agama dan budaya lokal. Hal ini tidak hanya memperkuat identitas Lombok, tetapi juga memberikan kontribusi positif terhadap pengembangan pariwisata halal yang berkelanjutan.

*Kami sebagai pelaku pariwisata di sini ingin agar semua warga dapat merasakan langsung manfaat dari kunjungan tamu-tamu yang ada (Informen 004, 2024)*

Dalam konteks ini, pelaku usaha menunjukkan dedikasi sosial yang tinggi dalam menjalankan dan mengelola usaha dengan menghormati nilai-nilai luhur budaya dan kemaslahatan. Dedikasi ini berakar pada keinginan yang kuat untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat. Dengan demikian, kegiatan usaha pariwisata dipahami sebagai usaha bersama dan kolektif, yang memberikan manfaat yang lebih luas dan menyeluruh bagi masyarakat setempat. Hal ini juga dikemukakan Afifi & Latifah (2017) bahwa masyarakat Lombok identik dengan konsep kolektivitas persaudaraan dalam kesehariannya. Konsep ini menggambarkan pemahaman bahwa pariwisata Lombok dibangun dari nilai luhur yang bersifat inklusif dan mengutamakan keterlibatan masyarakat untuk kesejahteraan bersama (Batour & Ismail, 2015; Saufi et al., 2017). Konsep ini dibangun untuk memenuhi kebutuhan sekaligus menarik minat wisatawan dengan menawarkan nuansa dan pengalaman yang unik dan inovatif. Dalam konteks ini, penting untuk memahami bahwa ada batasan dalam pemanfaatan sumber daya agar pengelolaan dapat dilakukan secara bertanggung jawab dan bernilai ibadah. Dengan demikian, setiap aktivitas yang dilakukan memiliki nilai ibadah, yang tercermin dalam upaya untuk menciptakan ruang bagi penyampaian pesan-pesan kebaikan kepada sesama.

*Landasan halal kita sudah jelas karena adanya Peraturan Daerah (Perda). Halal lahir di Lombok; jika kita kaburkan konsep ini, sangat disayangkan (Informen 014, 2024).*

*Jika kita memahami konsep halal, maka di situ terdapat nilai-nilai dalam agama Islam yang menunjukkan bahwa penyedia produk atau layanan wisata bersifat universal dan tidak terbatas pada masyarakat Muslim (Informen 012, 2024).*

Dengan mempertimbangkan dedikasi sosial dan pemahaman yang mendalam nilai-nilai budaya local, pelaku usaha meniatkan diri untuk beribadah dalam mengembangkan pariwisata yang bermanfaat untuk kelangsungan hidup bersama. Niat ini tidak hanya terkait dengan nilai-nilai agama, tetapi juga mendorong kepatuhan terhadap kebijakan daerah maupun ketentuan budaya local yang berhubungan dengan pengembangan pariwisata halal. Meskipun pelaku usaha menyadari adanya keterbatasan dalam memahami definisi halal secara praktis dan spesifikasi fokus dari kebijakan tersebut, semangat pelaku usaha untuk mengimplementasikan pariwisata halal tetap tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa pelaku usaha melihat adanya ruang untuk mengekspresikan pemahamannya dalam penerapan konsep halal. Oleh dari itu, kepatuhan terhadap regulasi ini menjadi bagian integral dari usaha untuk menciptakan dampak positif bagi masyarakat dan lingkungan.

### **Komitmen Keberlanjutan**

Komitmen keberlanjutan yang dimaksud dalam penelitian ini menunjukkan sikap optimisme masyarakat Lombok dalam mengelola destinasi wisata yang berkelanjutan. Prinsip utama pariwisata berkelanjutan meliputi pendekatan holistik yang mengintegrasikan dimensi ekonomi, sosial budaya, dan lingkungan serta berfokus pada kelangsungan ekosistem jangka panjang dan pemerataan manfaat sumber daya (Sharpley, 2000). Nilai-nilai ini juga telah terakomodir dalam kearifan local masyarakat Lombok (Suyatman et al. 2018; Wahyudi, 2018; Zuhdi, 2018) yang tercermin melalui orientasi untuk kebaikan komunitas, kelangsungan bisnis, pelestarian budaya, akomodasi kebijakan pemerintah, dan kesadaran terhadap kelestarian lingkungan. Sikap masyarakat ini menunjukkan komitmen bersama yang tidak terbatas pada kelangsungan usaha (Pratama et al., 2020) melainkan meningkatkan reputasi atau citra destinasi.

*Salah satu perubahan mindset yang diupayakan adalah bahwa lokasi bukanlah satu-satunya faktor penentu keberhasilan. Pelaku usaha berkeyakinan bahwa pengelolaan tempat yang baik jauh lebih penting. Sebagai contoh, meskipun lokasi dikelilingi oleh kandang sapi, cara pengemasan dan manajemen tempat yang tepat dapat menjadikan lokasi tersebut menarik bagi pengunjung (Informen 019, 2024).*

Perubahan mindset yang diupayakan oleh pelaku usaha di Lombok menekankan bahwa keberhasilan destinasi wisata tidak hanya bergantung pada lokasi fisik, tetapi lebih pada bagaimana suatu tempat atau lingkungan masyarakat local dikelola dan dipasarkan. Dalam hal ini, dicontohkan lingkungan kandang sapi yang tidak dianggap sebagai kendala, melainkan sebagai bagian dari tradisi

masyarakat setempat yang menambah keunikan dan karakter lokasi. Pelaku usaha berkeyakinan bahwa pengelolaan yang baik dan cara pengemasan yang tepat dapat menjadikan area tersebut menarik bagi pengunjung, sekaligus menghargai kehidupan keseharian masyarakat dan kearifan lokal. Dengan demikian, pelaku usaha tidak hanya menarik lebih banyak wisatawan, tetapi juga memastikan bahwa kegiatan pariwisata memberikan dampak positif bagi komunitas dan lingkungan.

Sejalan dengan upaya ini, salah satu langkah konkret yang diambil adalah pembuatan peraturan desa yang bertujuan untuk meminimalkan dampak negative terhadap lingkungan sosial dan budaya masyarakat setempat. Peraturan Desa No. 3 Tahun 2016 tentang Pengelolaan Desa Wisata di Bilebante menetapkan ketentuan yang harus diikuti oleh semua pelaku usaha, sehingga setiap aktivitas pariwisata dapat dilakukan secara bertanggung jawab dan berkelanjutan (Informen 014, 2024). Dengan adanya regulasi ini, diharapkan bahwa pertumbuhan usaha pariwisata masyarakat akan sejalan dengan pelestarian nilai-nilai budaya dan kesejahteraan masyarakat setempat.

### **Layanan Berbasis Lokalitas**

Layanan berbasis lokalitas yang dimaksud dalam penelitian ini menunjukkan pendekatan yang dilakukan pelaku usaha dalam menjamin ketersediaan produk atau jasa dengan mengintegrasikan nilai, sumber daya dan karakteristik khas daerah tempat tinggal. Hal ini juga dipandang sebagai strategi menguatkan daya saing melalui diferensiasi yang memperkuat keterhubungan antara komunitas local, wisatawan maupun lingkungan (Gibson et al., 2021). Pendekatan ini mendukung konsep pariwisata halal melalui moralitas, keyakinan, dan kemampuan kreasi pelaku usaha yang tetap berlandaskan nilai-nilai islami. Hal ini sejalan dengan konsep *rahmatan lil alamin* (Ahyani, Slamet & Tobroni, 2021), yang menekankan bahwa keberadaan umat Islam harus memberikan manfaat yang universal bagi semua pihak, termasuk menciptakan pariwisata yang bermakna secara sosial dan berkelanjutan.

Pertama, Moralitas menunjukkan prinsip dan standar untuk membedakan tindakan yang benar atau salah berdasarkan nilai-nilai sosial, budaya, dan agama yang diyakini pelaku usaha. Ini yang kemudian menjadi dasar sikap melayani wisatawan seperti mengutamakan untuk menghormati tamu, kesopanan, kejujuran dan kepedulian terhadap sesama (Papastathopoulos, 2022). Ini juga merepresentasikan perilaku interaktif yang dapat membangun kepercayaan antara penyedia layanan dan wisatawan. Dalam konteks ini, komitmen moral mencakup beberapa elemen inti yang saling mendukung dan membentuk interaksi satu samalaian.

Menghormati tamu adalah fondasi dari komitmen moral. Pelaku usaha wisata bersepakat menempatkan penghormatan terhadap setiap pengunjung sebagai prioritas utama menciptakan suasana yang menyambut dan ramah. Hal ini sangat penting dalam menciptakan pengalaman pengunjung yang sering kali menjadi faktor penentu dalam membangun reputasi. Penghormatan yang tulus tidak hanya membuat tamu merasa dihargai, tetapi juga mendorong mereka untuk kembali dan merekomendasikan layanan tersebut kepada orang lain. Menghormati tamu ini juga moral penting yang diajarkan leluhur masyarakat Lombok yang masih dipercayai dan dipegang teguh oleh para pelaku usaha wisata.

*Pakaian yang diperbolehkan bagi tamu bersifat bebas; mereka dapat mengenakan celana panjang atau celana pendek, asalkan pakaian tersebut layak dan tidak senonoh. Tempat ini tidak hanya menerima tamu Muslim, tetapi juga tamu non-Muslim. Oleh karena itu, perhatian khusus biasanya diberikan kepada tamu non-Muslim. Namun, sejauh ini, Alhamdulillah belum ada tamu yang datang dengan pakaian yang terbuka atau tidak pantas. Saya rasa tamu juga sudah memaklumi itu karena kami disini selalu rapi dengan pakaian adat (Informen 004, 2024).*

Kesopanan dalam interaksi sehari-hari mencerminkan nilai-nilai budaya yang mendasari pelayanan lokal yang alami. Pelaku usaha secara keseluruhan mengutamakan sikap sopan santun dan tatakrama yang baik guna meningkatkan kenyamanan pelanggan, serta menciptakan citra positif. Masyarakat Lombok mengutamakan sikap kesopanan dalam pelayanannya didasari atas kearifan lokal yang menekankan pada upaya saling menghormati dan menghargai satu sama lain. Ini tidak terlepas dari upaya bersama dalam mempererat tali silaturahmi. Sikap ini biasanya dicerminkan dalam memberikan arahan kepada tamu yang berkunjung. Aspek kesopanan ini juga dicerminkan pada etika atau tatacara berpakaian, bertutur Bahasa maupun interaksi lainnya.

*Pendekatan yang digunakan tidak ditujukan untuk satu individu saja. Ini mencerminkan prinsip keberlanjutan, di mana kita tidak merusak alam, tetapi mampu memanfaatkan keindahan alam tersebut untuk dihasilkan atau dijual. Kesederhanaan dan keramahan masyarakat setempat adalah daya tarik yang membuat Bilebante menjadi istimewa. Meskipun banyak desa lain yang memiliki potensi serupa, keramahan yang ditunjukkan oleh masyarakat di sini sulit ditemukan di tempat lain (Informen 014, 2024).*

Aspek kepedulian terhadap sesama. Para pelaku usaha telah menunjukkan perhatian besar terhadap kesejahteraan masyarakat lokal serta berkontribusi pada pembangunan social masyarakat. Adanya kesadaran dan inisiasi lokal dapat menciptakan situasi yang saling menguntungkan, dimana masyarakat merasa dihargai dan pelaku usaha mendapat dukungan lebih besar. Hal ini juga diutarakan Informen 001 (2024) *fungsi kami hadir disini adalah, ingin memberikan respon positif bagi teman-teman yang selama ini masyarakat lokal ini seakan-akan tidak mampu, kami membuktikan bahwa inilah bukti kita orang lokal mampu untuk mewujudkan sesuatu yang diluar jangkauan.*

Kejujuran dalam praktik bisnis adalah elemen yang tidak dapat diabaikan. Pelaku usaha yang bersikap transparan dalam komunikasi dan operasional menciptakan kepercayaan yang kuat di antara pelanggan dan masyarakat. Kejujuran mengenai produk, layanan, dan harga adalah kunci untuk membangun hubungan yang sehat dan berkelanjutan. Ketika pelanggan merasa diperlakukan dengan adil dan jujur, mereka lebih mungkin untuk kembali dan memberikan dukungan jangka panjang.

Ini menegaskan bahwa komitmen moral menjadi elemen fundamental dalam keberhasilan pelayanan lokal, karena tidak hanya menciptakan pengalaman yang menarik dan berkesan bagi pengunjung, tetapi juga memberikan manfaat yang signifikan bagi masyarakat lokal. Dengan menghormati tamu, mengedepankan kesopanan, menunjukkan kepedulian terhadap sesama, dan menerapkan prinsip kejujuran dalam praktik bisnis, pelaku usaha dapat membangun reputasi yang kuat dan hubungan yang harmonis dengan pelanggan dan komunitas.

Kedua, Kemampuan kreasi yang ditunjukkan pelaku usaha mengindikasikan sikap proaktif dalam beradaptasi untuk tetap menghadirkan layanan wisata halal yang unik. Kreasi inovatif yang ditunjukkan seperti atraksi yang edukatif, bertanggung jawab terhadap lingkungan sosial dan alam, tekad untuk kebaikan, serta memberikan produk/ fasilitas opsional mencerminkan praktik berkelanjutan (Sulistiyadi et al., 2019). Hal ini dapat memberikan nilai tambah melalui diferensiasi produk atau layanan wisata (Adnani et al., 2023). Sehingga diproyeksikan memperkuat daya saing destinasi melalui terciptanya interaksi dan pengalaman unik bagi wisatawan.

Kreasi melibatkan inovasi dan kreativitas dalam pengembangan produk atau layanan yang sesuai dengan karakteristik lokal. Pelayanan yang alami membutuhkan kreativitas dalam mengintegrasikan sumber daya lokal, budaya, dan kearifan tradisional ke dalam pengalaman layanan yang unik. Kreasi ini seringkali memunculkan konsep baru yang dapat menjawab kebutuhan wisatawan, tetapi tetap menghormati lingkungan dan budaya setempat. Sebagai contoh, konsep wisata edukatif dan pengalaman "tadabur alam" di Sungai Larangan, Desa Wisata Hijau Bilebante, adalah hasil dari kreativitas lokal yang memanfaatkan sumber daya alam dengan cara yang berkelanjutan dan edukatif. Salah satu bentuk kreasi adalah komitmen untuk menjaga kelestarian lingkungan. Pelaku usaha di Lombok, misalnya, berfokus pada kegiatan konservasi alam dalam pengelolaan wisata pantai. Sebagai contoh, *tanggung jawab untuk menjaga pantai tetap bersih dari sampah plastik menjadi prioritas, dengan sampah-sampah organik seperti kayu dibiarkan karena akan terurai dan menjadi pupuk alami* (informen 005, 2024). Hal ini menunjukkan adanya kepedulian mendalam terhadap ekosistem dan keberlanjutan lingkungan. Konservasi ini tidak hanya sebagai kewajiban, tetapi juga sebagai bentuk edukasi kepada wisatawan tentang pentingnya menjaga ekosistem lokal. Pelaku usaha lokal, dengan dukungan dari tamu internasional, mengambil langkah-langkah untuk meminimalkan dampak negatif terhadap lingkungan, seperti membersihkan sampah plastik yang tidak dapat terurai dan mengedukasi wisatawan tentang dampak sampah pada lingkungan.

Pelaku usaha lokal seringkali menghadapi banyak tantangan, baik dari segi persaingan bisnis maupun infrastruktur. Namun, dengan tekad yang kuat, mereka terus berinovasi untuk menciptakan layanan berkualitas. Misalnya, di Tetebatu, Lombok, ada upaya untuk menjaga keindahan alam dengan membatasi eksposur komersial, menjaga desa tetap dalam kondisi alami dan tidak ramai oleh wisatawan masif. Meski demikian, pelaku usaha terus mencari cara agar jumlah wisatawan tetap seimbang, dengan

tekad kuat untuk mengatasi tantangan tersebut. Contoh inovasi ekstrem adalah keberanian untuk membangun akomodasi di tengah kawasan yang dianggap mustahil, seperti di dekat kandang sapi. *Tekad ini menunjukkan bahwa pelaku usaha di Lombok bersedia melakukan sesuatu yang "gila" demi menciptakan peluang baru di sektor pariwisata, meskipun hal tersebut awalnya dianggap tidak realistis* (Informen 019, 2024).

Layanan yang kreatif sering kali menggabungkan elemen edukatif, di mana wisatawan diajak untuk belajar tentang budaya lokal, sejarah, dan cara-cara menjaga lingkungan. Contohnya, dalam *eduwisata madu trigona di Lombok, wisatawan diajak untuk belajar langsung tentang proses budidaya lebah trigona, termasuk bagaimana memanen madu dan merasakan langsung hasil alam tersebut* (Informen 2024). Pendekatan ini tidak hanya meningkatkan pemahaman wisatawan tentang manfaat alam dan pentingnya menjaga ekosistem, tetapi juga memberi nilai tambah pada pengalaman wisata, sehingga pelaku usaha dapat mempromosikan produk-produk lokal dengan lebih mendalam. Edukasi semacam ini menghubungkan wisatawan dengan kearifan lokal secara langsung.

Pelaku usaha lokal juga menekankan pentingnya tanggung jawab sosial dan lingkungan dalam setiap aspek kreasi layanan. Mereka mengambil langkah proaktif untuk meminimalkan dampak negatif terhadap lingkungan dan komunitas. Sebagai contoh, *sebelum menyambut tamu, persiapan dilakukan dengan memeriksa peralatan untuk memastikan semuanya siap, seperti mesin, peralatan snorkeling, dan pelampung, untuk memastikan keamanan dan kenyamanan tamu* (Informen 007, 2024). Tanggung jawab ini juga terlihat dalam bagaimana pelaku usaha bekerja untuk meningkatkan kondisi sosial ekonomi lokal melalui pengelolaan sumber daya alam yang bijak dan penguatan komunitas lokal.

Ketiga, Keyakinan yang ditunjukkan pelaku usaha mencerminkan kepercayaan diri atas upaya dan tindakan yang telah diambil dalam menjalankan usaha wisata halal. Keyakinannya dalam menjaga tradisi budaya, memberikan manfaat bagi masyarakat setempat, dan meyakini untuk memulai segala kegiatan dengan doa adalah refleksi dari atribut Islam (Suhartanto et al., 2021) yang dijadikan daya tarik wisata halal. Keyakinan yang ditunjukkan dalam sikap dan perilaku pelayanan akan memberikan pengalaman tersendiri bagi wisatawan yang dapat meningkatkan persepsi terhadap nilai-nilai halal dan local masyarakat setempat dengan mengutamakan upaya menjaga tradisi masyarakat lokal, memberikan manfaat, serta mengawali segala sesuatu dengan doa. Hal ini turut mendukung dimensi spiritual dan lokalitas yang menjadi elemen penting untuk diperhatikan dalam pemasaran pariwisata halal.

Menjaga tradisi adalah bentuk penghormatan terhadap leluhur dan warisan budaya. Misalnya, di Lombok, masuk ke masjid kuno mengharuskan seseorang menggunakan pakaian adat Sasak. Pakaian adat Sasak, seperti yang dijelaskan oleh para pelaku usaha, bukan hanya soal pakaian fisik tetapi juga simbol identitas budaya dan religius yang dijaga secara turun-temurun. *Penggunaan pakaian adat ini menekankan pentingnya menjaga keaslian budaya di tengah modernisasi* (Informen 003, 2024). Tradisi mengaji di sawah juga mencerminkan bagaimana kearifan lokal yang sederhana bisa dijadikan nilai jual pariwisata. Desa Setanggor, yang mayoritas penduduknya beragama Islam dan bekerja sebagai petani, menghadirkan aktivitas belajar mengaji di sawah sebagai cara efektif mengoptimalkan waktu anak-anak sepulang sekolah. Aktivitas ini, *selain menjaga nilai agama dan tradisi, juga dijadikan paket wisata, menunjukkan bagaimana tradisi bisa tetap hidup dengan sentuhan kreatif dalam pariwisata* (Informen 006, 2024).

Keyakinan untuk memberikan manfaat kepada orang lain juga menjadi landasan kuat bagi pelaku usaha. Sebagai contoh, *manfaat yang dirasakan dari madu trigona menjadi salah satu cara memperkenalkan produk ini kepada publik. Kesaksian dari konsumen, seperti pengalaman seorang ayah yang berhasil menyembuhkan pilek anaknya dengan campuran madu trigona dan bahan herbal, menunjukkan bagaimana kepercayaan pada khasiat alami ini mendorong pelaku usaha untuk berbagi manfaat dengan lebih luas* (Informen 011, 2024). Dalam hal ini, pelaku usaha tidak hanya sekadar berjualan produk, tetapi juga menyebarkan nilai-nilai kesehatan yang telah terbukti dari pengalaman pribadi. Memberikan manfaat kepada konsumen tidak hanya mendatangkan keuntungan ekonomi, tetapi juga memperkuat hubungan emosional dan kepercayaan antara pelaku usaha dan masyarakat.

Mengawali setiap kegiatan dengan doa mencerminkan keyakinan religius yang kuat dari pelaku usaha di daerah yang mayoritas beragama Islam. Doa menjadi simbol ketundukan dan meminta restu dari Tuhan untuk segala aktivitas yang dilakukan. Contohnya, dalam setiap kegiatan operasional, seperti *memulai perjalanan wisata atau mempersiapkan layanan, pelaku usaha selalu mengawali dengan*

*ucapan "Bismillah," yang merupakan bentuk permohonan akan keberkahan dan kelancaran* (Informen 007, 2024). Keyakinan religius ini tidak hanya terwujud dalam tindakan sehari-hari, tetapi juga menjadi landasan dalam membangun lingkungan yang penuh keberkahan, di mana setiap tamu diharapkan tidak hanya menikmati layanan tetapi juga mendapatkan ketenangan dan keindahan spiritual selama berada di tempat wisata.

Secara keseluruhan, modal etis, komitmen keberlanjutan, dan layanan berbasis lokalitas menunjukkan keterhubungan yang erat dalam membentuk karakter pariwisata halal yang berkembang di Lombok. Modal etis yang diinternalisasikan oleh pelaku usaha mencerminkan nilai-nilai moral dan agama secara mendalam. Hal ini mempengaruhi sikap dan perilaku dalam memberikan pelayanan dan interaksi dengan wisatawan serta menciptakan pengalaman yang autentik, penuh rasa hormat, dan etika yang baik. Ini yang kemudian mendukung dan memperkuat komitmen terhadap keberlanjutan yang telah tercermin dalam upaya mengelola pariwisata dengan pendekatan holistic yang mengutamakan keseimbangan antara aspek ekonomi, social budaya dan lingkungan. Dalam hal ini, pelaku usaha tidak hanya mengejar keuntungan bisnis tetapi juga memperhatikan kelangsungan hidup masyarakat lokal dan pelestarian budaya serta alam, Disisi lain, layanan yang berbasis lokalitas ini juga menunjukkan penerapan prinsip-prinsip moral yang diyakini Bersama dan mendukung diferensiasi produk wisata yang mengutamakan dan mengedepankan kearifan lokal. Dengan mengintegrasikan kesopanan, kejujuran, dan kepedulian terhadap sesama pelaku usaha dapat mewujudkan layanan yang menarik dan unik bagi wisatawan serta memberikan dampak social yang baik bagi masyarakat setempat. Ini membuktikan bahwa jalinan sinergi antara modal etis, komitmen keberlanjutan, dan layanan berbasis lokalitas berperan penting dalam menciptakan destinasi wisata halal yang berkelanjutan dan memberikan manfaat yang menyeluruh.

## **KESIMPULAN**

Pelaku usaha pariwisata di Lombok menunjukkan pemahaman yang mendalam mengenai konsep halal, yang dipahami sebagai bentuk penghargaan terhadap nilai-nilai budaya lokal dan etika sosial masyarakat setempat. Pengembangan pariwisata halal terus berkembang, didorong oleh modal etis yang kuat dan komitmen tinggi terhadap keberlanjutan dari pelaku usaha lokal. Internalisasi nilai-nilai tersebut mendorong kreasi inovasi dalam pemanfaatan sumber daya lokal secara dinamis untuk menciptakan pengalaman yang unik dan memorabel bagi wisatawan serta memperkuat identitas Lombok sebagai destinasi halal.

Pelaku usaha lokal berperan penting dalam menciptakan pariwisata yang tidak hanya menguntungkan secara ekonomi melainkan memberikan dampak sosial dan budaya yang positif bagi masyarakat setempat. Dengan menciptakan layanan berbasis lokalitas yang menekankan moralitas, kreasi inovasi dalam layanan, serta keyakinan dalam menjaga tradisi, pariwisata halal di Lombok dapat berkembang secara berkelanjutan dan memberikan dampak jangka panjang bagi kelangsungan industri pariwisata.

## **SARAN**

### **Saran Praktis**

Dengan mengacu pada hasil penelitian ini, pelaku usaha pariwisata di Lombok disarankan untuk dapat mengintegrasikan dimensi keberlanjutan secara holistik dalam operasional layanan yang tersedia. Integrasi ini dapat ditunjukkan dengan pengembangan atraksi wisata halal yang kompetitif dengan mengoptimalkan sumberdaya local seperti keunikan budaya local yang relevan dengan nilai-nilai halal untuk menarik wisatawan dari berbagai segmen pasar. Perlu juga mulai dikembangkan model pengelolaan berbasis masyarakat sebagai kunci untuk memastikan manfaat ekonomi, social dan lingkungan dapat dirasakan langsung secara merata oleh masyarakat setempat, serta memperkuat perannya dalam pelestarian atau konservasi budaya dan lingkungan.

### **Saran Teoritis**

Terbatas pada hasil penelitian ini, terdapat dua hal yang menjadi konsen untuk dikaji lebih lanjut secara teoritis. Pertama, hasil penelitian ini dapat mengembangkan penerapan konsep *resource-based view* (Gibson et al. 2021; Freeman et al. 2021) di sector indutri pariwisata dengan memperkuat dimensi keberlanjutan secara holistik untuk memastikan kelangsungan ekosistem usaha pariwisata jangka panjang (Sharpley, 2000). Namun, penelitian terbatas pada pemahaman dan penerapan konsep halal

Lombok dari perspektif pelaku usaha yang Muslim. Untuk itu perlu dilakukan kajian lebih lanjut dari perspektif yang lebih luas seperti pelaku usaha wisata non-muslim dan wisatawan untuk mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif.

Kedua, hasil penelitian ini juga menegaskan pentingnya nilai-nilai religiusitas dan lokalitas masyarakat dalam memperkuat komitmen pelaku usaha serta masyarakat lokal untuk mendukung keberlanjutan sektor pariwisata halal berbasis masyarakat (Pratama et al., 2020). Hal ini didukung dengan munculnya kreasi inovasi pada atraksi wisata halal sebagai perwujudan implementasi konsep halal. Namun, karakteristik dan kelayakan atraksi tersebut sebagai produk wisata belum teridentifikasi secara mendalam. Untuk itu, disarankan untuk diselidiki lebih mendalam atraksi wisata halal yang tersedia mulai dari eksplorasi proses perancangan produk yang kompetitif dan tokoh-tokoh yang terlibat didalamnya. Ini disarankan untuk mengeksplorasi proses pengembangan produk wisata yang kompetitif, termasuk identifikasi peran tokoh kunci yang terlibat didalamnya. Ini dapat dikembangkan lebih lanjut sebagai kajian model pengelolaan basis masyarakat (CBT) dan aspek Hexahelix untuk menguatkan kelangsungan dan keberlanjutan atraksi tersebut dikonsumsi wisatawan. Pendekatan ini dapat memperkuat kelangsungan dan keberlanjutan atraksi wisata halal sehingga mampu memenuhi preferensi wisatawan dan meningkatkan daya saing pariwisata halal di tingkat global.

#### ACKNOWLEDGEMENT

Penulis mengucapkan terimakasih kepada Direktorat Riset, Teknologi, dan Pengabdian Kepada Masyarakat (DRTPM), Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia sebagai penyandang dana penelitian ini.

#### REFERENSI

- Adnani, L., Jusuf, E., Alamsyah, K., & Jamaludin, M. (2023). The Role of Innovation and Information Sharing in Supply Chain Management and Business Performance of Halal Product in Tourism Destination. *Uncertain Supply Chain Management* 1(11): 195-202. <http://doi.org/10.5267/j.uscm.2022.10.007>
- Afifi, M., & Latifah, S. (2017). Social Capital Revitalization of the Sasaq Community in Lombok, Indonesia through Learning Organization. *Suvannabhumi* 9(1): 173-192. <https://www.researchgate.net/publication/31852872>
- Ahyani, H., Slamet, M., & Tobroni. (2021). Building the Values of Rahmatan Lil 'Alamin for Indonesian Economic Development at 4.0 Era from the Perspective of Philosophy and Islamic Economic Law. *Al-Ihkam: Jurnal Hukum dan Pranata Sosial* 1(16): 111-136. <http://doi.org/10.19105/al-ihkam.v16i1.4550>
- Basmatan, A. 2017. Marketing of Halal Tourism Based On Local Wisdom and Uniqueness. *International Halal Tourism Congress-Turkey*.
- Battour, M. (2018). Muslim Travel Behavior in Halal Tourism. *Mobilities, Tourism and Travel Behavior - Contexts and Boundaries*. <http://dx.doi.org/10.5772/intechopen.70370>
- Battour, M., & Ismail, M.N., (2015). Halal Tourism: Concepts, Practices, Challenges and Future. *Tourism Management Perspectives* 19: 150–154. <http://doi.org/10.1016/j.tmp.2015.12.008>
- Duman, T. 2012. The Value Of Islamic Tourism : Perspectives From The Turkish Experience. *Islam And Civilisational Renewal* : 718. <https://doi.org/10.52282/icr.v3i4.513>
- Dogan, M. (2011). *Turkiye deislamiturizmingelisimi 2002-2009 in political economy, crises and development*, Istanbul:IJOPEC Publication, 471-487.
- Feriyadin, Saufi, A., & Rinuastuti, B.H. (2021). Pengembangan Pariwisata Halal Desa Setanggor. *Jurnal Master Manajemen* 10(1a): 1-12 <http://dx.doi.org/10.29303/jmm.v10i1A.628>
- Freeman, R.E., Dmytriiev, S.D., & Phillips, R.A. (2021). Stakeholder Theory and the Resource-Based View of the Firm. *Journal of Management*, 47(7): 1757-1770 <http://doi.org/10.1177/0149206321993576>
- Gabrakhmanov, N.K., Biktunirov, N.M., Rozhko, M.V., and Mardanshina, R.M. 2016. Features Of Islamic Tourism. *Academy of Marketing Studies Journal*, Volume 20, Special Issue 1 : 45-50. Retrieved from [https://www.researchgate.net/profile/Niyaz-Gabrakhmanov/publication/311260212\\_Features\\_of\\_islamic\\_tourism/links/587626ba08ae6eb871cf328c/Features-of-islamic-tourism.pdf](https://www.researchgate.net/profile/Niyaz-Gabrakhmanov/publication/311260212_Features_of_islamic_tourism/links/587626ba08ae6eb871cf328c/Features-of-islamic-tourism.pdf)

- Gibson, C.B., Gibson, S.C., & Webster. (2021). *Journal of Management*, 47(7): 1878-1898  
<http://doi.org/10.1177/0149206320987289>
- Global Muslim Travel Index. (2019). Global Muslim Travel Index 2019. Retrieved from  
[https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://www.crescentrating.com/reports/global-muslim-travel-index-2019.html&ved=2ahUKEwjC5cW\\_-L2LAXUvSmwGHZq4AeYQFnoECBYQAQ&usq=AOvVaw3NiPHvrjlsIFg-TClqLdyB](https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://www.crescentrating.com/reports/global-muslim-travel-index-2019.html&ved=2ahUKEwjC5cW_-L2LAXUvSmwGHZq4AeYQFnoECBYQAQ&usq=AOvVaw3NiPHvrjlsIFg-TClqLdyB)
- Global Muslim Travel Index. (2024). Global Muslim Travel Index 2024. Mastercard and Halal Trip. Singapore. Retrieved from  
<https://www.google.com/url?sa=t&source=web&rct=j&opi=89978449&url=https://www.crescentrating.com/reports/global-muslim-travel-index-2024.html&ved=2ahUKEwiJnbDU-r2LAXX9SGcHHTpkM90QFnoECBUQAQ&usq=AOvVaw2u8CqdBt76h6BTI44etiU4>
- Henderson, J. C. (2010). Sharia-compliant hotels. *Tourism and Hospitality research*, 10(3), 246-254. <https://doi.org/10.1057/thr.2010.3>
- Husen, T.I., & Zhafira, N.H. (2019) Positioning Pariwisata Syariah Studi Kasus Pada Hotel Sofyan Syariah. *Jurnal Bisnis dan Kajian Strategi Manajemen* 3(1). ISSN: 2614-2147. <https://doi.org/10.35308/jbkan.v3i1.1372>
- Hutagalung, A. F. N (2019). Pro kontra Wisata Halal, bagaimana sebaiknya?. Retrieved from  
<https://www.brilio.net/creator/pro-kontra-wisata-halal-bagaimana-sebaiknya-e37829.html>
- Jaelani, A. (2017). Halal Tourism Industry in Indonesia: Potential and Prospects. *International Review of Management and Marketing*, 7 (3): 25-34. ISSN: 2146-4405. Retrieved from  
<https://dergipark.org.tr/en/pub/irmm/issue/32110/355956>
- Jafari, J., & Scott, N. (2014). Muslim world and its tourisms. *Annals of Tourism Research*, 44, 1-19. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2013.08.011>
- Jayadi, S., Demartono, A., & Kartono, D. T. (2017). Interaksi Sosial Umat Hindu dan Muslim dalam Upacara Keagamaan dan Tradisi Perang Topat di Lombok. *Jurnal Analisa Sosiologi*, 6(2), 54-63. Retrieved from  
<https://www.academia.edu/download/97271359/18466-39914-1-PB.pdf>
- Kanom. 2015. Strategi Pengembangan Kuta Lombok Sebagai Destinasi Pariwisata Berkelanjutan. *JUMPA 1* (2): 25-42.
- Miles, M.B., Huberman, A.M., & Saldana, J. (2014). *Qualitative Data Analysis*. Edition 3. SAGE Publications, Inc.
- Miller, G. J., & Yang, kaifeng (Eds.). (2008). *Handbook of Research Methods in Public Administration* (2nd ed.). CRC Press. <https://doi.org/10.1201/9781420013276>
- Papastathopoulos, A. (2022). Which Hotel Services Really Matter to Muslim Travelers? Developing and Validating a Multidimensional-Continuum Scale. *International Journal of Hospitality Management*, 102 <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2022.103145>
- Pratama, A.A., Busaini, & Saufi, A. (2020). Content Analysis in Determining the Sustainability Potential of Lombok Tourism Industry. *IJMMU* 7(8):216-227. <http://dx.doi.org/10.18415/ijmmu.v7i8.1845>
- Qardhawi, M.Y. (2017). Halal Wal Haram Fil Islam. Terjemahan: Mu'ammal Hamidy. Halal dan Haram dalam Islam. PT BINA ILMU. Surabaya.
- Saufi, A. (2013) Understanding Host Community's Experiences in Establishing and Developing Small Tourism Enterprises in Lombok, Indonesia. Thesis Type (PhD Doctorate). Griffith Business School. <http://hdl.handle.net/10072/366754>
- Saufi, A. (2017). Locals' Participation and Halal Tourism Lombok, Indonesia. World Tourism Organization (UNWTO) and Griffith University.
- Saufi, A., dkk. (2020). Pariwisata Halal: Perlukah Rekonseptualisasi? *Jurnal Magister Manajemen*. 9(3). <http://dx.doi.org/10.29303/jmm.v9i3.580>
- Sharpley, R. 2000. Tourism and Sustainable Development: Exploring the Theoretical Divide. *Journal of Sustainable Tourism* 8 (1). <https://doi.org/10.1080/09669580008667346>
- Sofyan, R. 2012. *Prospek Bisnis Pariwisata Syariah*. Republika. Jakarta

- Subarkah, A.R., (2018). Potensi dan Prospek Wisata Dalam dalam Meningkatkan Ekonomi Daerah (Studi Kasus: Nusa Tenggara Barat). *Jurnal Sospol* 4(2): 49-72. <https://doi.org/10.22219/sospol.v4i2.5979>
- Suhartanto, D., Gan, C., Andrianto, T., Ismail., & Wibisono, N. (2021). Tourism Management Perspectives <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2021.100884>
- Sulhaini., Saufi, A., & Rusdan. (2017). Developing Halal Tourist Destination: Investigating Lombok's Potentials from Destination Marketing Perspective. *Balancing Development and Sustainability in Tourism Destinations*: 67-78, [http://doi.org/10.1007/978-981-10-1718-6\\_8](http://doi.org/10.1007/978-981-10-1718-6_8)
- Suyatman, U., Ruminda, & Yatmikasari, I. (2018). Pulau Lombok: Pengembangan Pariwisata Halal dalam Bingkai Kearifan Lokal. Pusat Penelitian dan Penerbitan UIN SGD Bandung. Bandung.
- Ulya, B.N., Sulhaini, & Rinuastuti, B.H. (2020). Pengaruh Nilai yang Dirasakan Muslimah Muda terhadap Keputusan Berkunjung di Destinasi Halal pulau Lombok, 9(4a): 1-14 <http://dx.doi.org/10.29303/jmm.v9i4a.614>
- Utami, S.M. 2017. Keterlibatan Masyarakat Lokal Dalam Pengembangan Potensi Wisata Di Kabupaten Semarang. *Forum Ilmu Sosial (FIS)*, Volume 40 Nomor 1, Hal : 84-96. <https://doi.org/10.15294/fis.v40i1.5501>
- Zolfani, S.H., Sedaghat, M., Maknoon, R., and Zavodskas, E.K. 2015. Sustainable tourism: a comprehensive literature review on frameworks and applications. *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*. 28 (1) : 1 –30, <http://dx.doi.org/10.1080/1331677X.2014.995895>
- Zuhdi, M.H. (2018). Kearifan Lokal Suku Sasak Sebagai Model Pengelolaan Konflik di Masyarakat Lombok. *Mabasan*, volume 12, nomor 1, hal. 64-85. <https://doi.org/10.62107/mab.v12i1.34>