

NCRQTCP 'CMJ KT' RGP GNWKCP
PENELITIAN DASAR INTERDISIPLINER TANGGAP COVID-19
TAHUN ANGGARAN 2020

Diajukan kepada :
Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LP2M)
UIN Sunan Kalijaga



**“Inovasi Sistem Informasi Pariwisata Guna Mendukung Protokol Kesehatan
Pasca Covid-19 dan Wisata Halal di Daerah Istimewa Yogyakarta”**

Diusulkan oleh :

1. Arya Wirabhuana, S.T, M.Sc (Ketua)
2. Izra Berakon, S.El, M.Sc (Anggota)
3. Trio Yonathan T.K, S.T, M.T. (Anggota)

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
TAHUN 2023

LAPORAN AKHIR PENELITIAN
PENELITIAN DASAR INTERDISIPLINER TANGGAP COVID-19
TAHUN ANGGARAN 2020

Diajukan kepada :
Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LP2M)
UIN Sunan Kalijaga



**“Inovasi Sistem Informasi Pariwisata Guna Mendukung Protokol Kesehatan
Pasca Covid-19 dan Wisata Halal di Daerah Istimewa Yogyakarta”**

Diusulkan oleh :

1. Arya Wirabhuana, S.T, M.Sc (Ketua)
2. Izra Berakon, S.EI, M.Sc (Anggota)
3. Trio Yonathan T.K, S.T, M.T. (Anggota)

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA
TAHUN 2021

DAFTAR ISI

| | Hal |
|---|-----------|
| COVER | |
| DAFTAR ISI | i |
| BAB. 1 PENDAHULUAN | 01 |
| A. Judul | 01 |
| B. Latar Belakang | 01 |
| C. Rumusan Masalah | 05 |
| D. Tujuan Penelitian | 05 |
| E. Luaran Penelitian dan Publikasi | 06 |
| BAB. 2 KERANGKA TEORI DAN TINJAUAN PUSTAKA | 07 |
| A. Kerangka Teori | 07 |
| 1. Konsep Sistem | 07 |
| 2. Pandemi Covid-19 | 07 |
| 3. Obyek Wisata | 09 |
| 4. Wisata Halal | 10 |
| 5. Informasi | 11 |
| 6. Web | 12 |
| 7. Sistem Informasi Pariwisata | 12 |
| B. Tinjauan Pustaka | 14 |
| 1. Perkembangan Penelitian tentang Pandemi Covid-19 | 14 |
| 2. Perkembangan Penelitian tentang Wisata Halal / Halal Tourism | 15 |
| 3. Perkembangan Penelitian tentang Sistem Informasi Pariwisata | 24 |
| BAB. 3 METODOLOGI PENELITIAN | 26 |
| A. Obyek Penelitian | 26 |
| B. Data Penelitian | 26 |
| C. Pengumpulan Data | 26 |
| D. Alur Penelitian | 27 |
| E. Identifikasi Faktor Penting | 27 |
| F. Pengembangan Sistem Informasi Pariwisata | 27 |
| G. Diseminasi Dan Pelaporan | 27 |
| H. Luaran Penelitian Dan Rencana Publikasi | 28 |
| I. Rencana Anggaran Dan Biaya | 28 |
| J. Jadwal Penelitian | 29 |

| | | |
|---------------|--|------------|
| BAB. 4 | PENGOLAHAN DATA DAN ANALISIS | 31 |
| | A. Pertumbuhan Wisata | 31 |
| | B. Potensi Wisata Halal | 37 |
| | C. Potensi Pasar Milenial | 43 |
| | D. Benchmarking Study Pada Ukm Pariwisata | 46 |
| | E. Sistem Informasi Sebagai Salah Satu Solusi Permasalahan | 49 |
| | F. Standar Dan Kesiapan Obyek Wisata Terhadap Protokol Kesehatan Pandemi Covid-19 | 50 |
| BAB. 5 | IMPLEMENTASI SISTEM INFORMASI PARIWISATA | 66 |
| | A. Candi Borobudur | 66 |
| | B. Pantai Indrayanti | 67 |
| | C. Studi Kasus Implementasi Pada Obyek Wisata | 68 |
| | 1. Identifikasi Kesesuaian Standar Wisata Halal Di Obyek Wisata Candi Borobudur | 68 |
| | 2. Identifikasi Kesesuaian Standar Wisata Halal Di Obyek Wisata Pantai Indrayanti | 72 |
| | 3. Identifikasi Kesesuaian Standar Protokol Kesehaatn Era Pandemi Covid-19 Di Obyek Wisata | 74 |
| | D. Pengembangan Dan Desain Sistem Informasi Pariwisata | 75 |
| | 1. Gambaran Teknologi Sistem Informasi Pariwisata | 75 |
| | 2. Prototipe Sistem Informasi Pariwisata | 77 |
| BAB. 6 | KESIMPULAN DAN SARAN | 83 |
| | A. Kesimpulan | 83 |
| | B. Saran | 84 |
| BAB. 7 | LAPORAN KEUANGAN | 85 |
| | Rancangan Anggaran Biaya | 85 |
| | Bukti Transaksi dan Pembayaran Pajak | 85 |
| | DAFTAR PUSTAKA | 115 |
| | LAMPIRAN | 124 |
| | Daftar Riwayat Hidup Peneliti | 124 |
| | Draf Paper untuk Publikasi Ilmiah | 133 |

BAB – I

PENDAHULUAN

A. JUDUL

**INOVASI SISTEM INFORMASI PARIWISATA GUNA MENDUKUNG
PROTOKOL KESEHATAN PASCA COVID-19 DAN WISATA HALAL DI
DAERAH ISTIMEWA YOGYAKARTA**

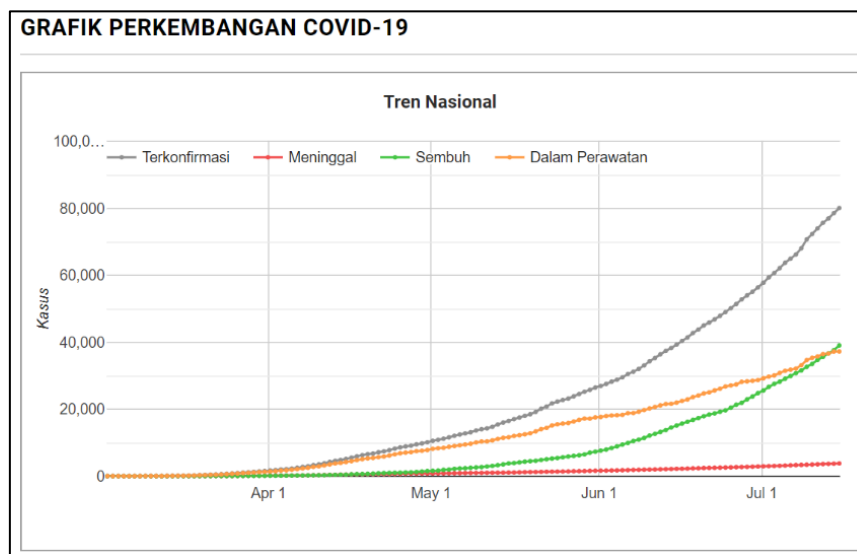
B. LATAR BELAKANG

Covid-19 merupakan penyakit menular yang disebabkan oleh sindrom pernapasan akut *coronavirus 2* (*severe acute respiratory syndrome coronavirus 2* atau *SARS-CoV-2*). *Covid-19* sendiri merupakan *coronavirus* jenis baru yang ditemukan di Wuhan, Hubei, China pada tahun 2019 (Ilmiyah, 2020; Hui, et al., 2020). Karena itu, *Coronavirus* jenis baru ini diberi nama *Coronavirus disease-2019* yang disingkat menjadi *Covid-19*. *Covid-19* sejak ditemukan menyebar secara luas hingga mengakibatkan pandemi global yang berlangsung sampai saat ini.

Pandemi global yang terjadi pula di Indonesia membuat banyak pihak berupaya ikut berperan serta dalam mengatasi. Namun pandemi ini tidak kunjung mereda. Dilihat dari data yang dikumpulkan oleh Gugus Tugas Percepatan Penanganan Covid -19 , diketahui bahwa hingga 15 Juli 2020 sejumlah 80094 kasus warga terinfeksi *Covid-19* , dengan tingkat kenaikan per hari sebesar 1522 kasus.

Terjadinya pandemi ini berdampak pada hampir segala sektor kehidupan, baik dari sektor kesehatan hingga ekonomi. Salah satu sektor yang terkena imbas dari pandemi ini adalah sektor Pariwisata. Hal ini terlihat dari jumlah kunjungan wisatawan mancanegara (wisman) yang menurun sangat tajam. Di sisi lain, penurunan jumlah kunjungan wisman ini juga berdampak pada sektor-sektor pendukung pariwisata, seperti tingkat hunian kamar hotel dan sektor transportasi. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah kunjungan wisman ke Indonesia pada April 2020 hanya mencapai 160.040 kunjungan. Jumlah ini terdiri atas wisman yang berkunjung melalui pintu masuk udara sebanyak 755

kunjungan, pintu masuk laut sebanyak 46.560 kunjungan, dan pintu masuk darat sebanyak 112.730 kunjungan. Bila dibandingkan jumlah kunjungan wisman pada April 2019 yang berjumlah 1,27 juta kunjungan, jumlah kunjungan wisman pada April 2020 turun sebesar 87,44%. Sedangkan jika dibandingkan dengan Maret 2020, jumlah kunjungan wisman April 2020 juga mengalami penurunan sebesar 66,02%.



Gambar 1.1. Grafik perkembangan Covid-19 di Indonesia
(Sumber : www.kompas.com/Covid-19)

Yogyakarta menjadi salah satu wilayah di Indonesia dengan sektor pariwisata yang terdampak pandemi Covid-19. Menurut data dari BPS DIY, pada bulan Mei 2020 di DIY tidak ada kunjungan wisatawan mancanegara. Seluruh pelaku wisata, dari posisi puncak hingga paling bawah -- terutama pada sektor-sektor informal -- hampir tak ada yang bisa menghindari pelemahan ekonomi akibat pandemi Covid-19. Tak hanya pelaku perhotelan dan restoran, ribuan pengayuh becak, kusir andong juga para pedagang kaki lima yang mengandalkan hidup dari kunjungan wisata, tak memperoleh masukan sebagaimana pada hari sebelum wabah. Mereka kehilangan penghasilan tidak tetapnya, karena kunjungan wisatawan anjlok nyaris 100 persen. Hal ini sangat mengkhawatirkan karena diketahui bahwa Yogyakarta menjadi salah satu kota yang menjadi tujuan wisata di Indonesia.

Pembukaan kembali obyek wisata menjadi momentum dan titik balik dalam mempromosikan dan mengembangkan potensi wisata halal di DIY. Keberadaan New Yogyakarta International Airport menjadi salah satu wujud kesiapan pemerintah DIY untuk memobilisasi kedatangan wisatawan muslim yang berasal dari berbagai negara di dunia dan sejumlah daerah yang berada di tanah air. Ditetapkannya DIY menjadi salah satu Destinasi Halal Prioritas Nasional oleh Kementerian Pariwisata pada tahun 2018 (Sekretariat Kabinet RI, 2019) membuat pemerintah DIY tidak hanya fokus pada pembangunan infrastruktur peribadatan akan tetapi juga melakukan standarisasi pelayanan sesuai dengan prinsip syariah. Lebih lanjut, Kepala Dinas Pariwisata DIY menerangkan bahwa para pelaku pariwisata seperti restoran dan hotel akan didorong untuk mengikuti sertifikasi halal dari Majelis Ulama Indonesia demi meyakinkan dan meningkatkan kepercayaan konsumen atas layanan wisata halal yang disediakan.

Pada tahun 2018, tercatat wisata halal tumbuh 18% dengan jumlah wisatawan muslim mancanegara yang mengunjungi destinasi wisata halal prioritas sebanyak 2,8 juta dengan perolehan devisa mencapai Rp40 Triliun. Peningkatan jumlah wisatawan muslim setiap tahunnya membuat Bank Indonesia semakin optimis terhadap perkembangan wisata halal di Indonesia. Ditambah lagi dengan dinobatkannya Indonesia sebagai peringkat 1 destinasi wisata di dunia versi Global Muslim Travel Index yang diterbitkan oleh CresentRating pada tahun 2019. Bank Indonesia juga menilai bahwa wisata halal merupakan sumber kekuatan baru yang dipercaya dapat berkontribusi terhadap masa depan ekonomi Indonesia. Logika dasarnya adalah dengan peningkatan kunjungan wisatawan muslim mancanegara maka secara linier cadangan devisa pemerintah akan meningkat, nilai tukar rupiah akan terapresiasi karena permintaan kebutuhan rupiah meningkat. Tidak hanya itu kondisi ini akan terus memberikan sinyal positif bagi para investor baik domestik maupun asing untuk menanamkan modalnya seiring dengan laju perkembangan wisata halal di Indonesia.

Untuk itu maka diperlukan langkah untuk memajukan kembali sektor pariwisata khususnya di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY). Saat ini pemerintah provinsi DIY sudah membuat langkah untuk membuka tempat-tempat wisata dengan merancang protokol kesehatan. Protokol kesehatan tersebut salah satunya

tercantum dalam Peraturan Walikota Yogyakarta Nomor : 51 Tahun 2020. Dalam peraturan tersebut tercantum apa saja protocol kesehatan yang harus dilakukan untuk membuka tempat wisata. Namun permasalahan yang terjadi adalah para wisatawan masih merasa takut untuk berkunjung karena ketidak tahuan apakah tempat wisata yang akan dikunjungi sudah melaksanakan protocol kesehatan atau belum.

Selanjutnya, sebagaimana disadari bersama bahwa salah satu pergeseran pola kegiatan yang terjadi akibat dari adanya pandemi *Covid-19* adalah beralihnya semua kegiatan ekonomi menjadi berbasis Digital dan Internet. Hal tersebut dimungkinkan karena perkembangan Teknologi Informasi yang amat pesat dalam beberapa dekade terakhir, dan penggunaan Aplikasi Teknologi Informasi atau Sistem Informasi dalam kegiatan Ekonomi dipercaya dapat mengurangi risiko masyarakat terhadap wabah *Covid-19* . Begitu pula dalam proses “kebangkitan” sektor Pariwisata di DIY pasca wabah *Covid-19* ini (Era *New-normal*). Implementasi yang tepat akan Sistem Informasi Pariwisata diyakini mampu memberikan kontribusi yang signifikan bagi perkembangan sektor pariwisata DIY kedepannya serta mempromosikan potensi trend Wisata Halal yang semakin tinggi di Wilayah DIY.

Salah satu solusi yang dapat dilakukan adalah membuat Sebuah Sistem Informasi Pariwisata (SIPar) yang dapat memberikan informasi kepada seluruh pemangku kepentingan di sektor pariwisata tentang pemantauan penerapan protokol kesehatan tempat wisata. Sistem informasi ini akan memberikan penjelasan tentang indikator apa saja yang telah dipenuhi oleh sektor pariwisata (obyek wisata) di DIY dalam menerapkan protokol kesehatan pasca *Covid-19* dan juga elemen apa saja yang menunjukkan kesesuaian obyek wisata tersebut dengan *trend* Wisata Halal, sehingga para wisatawan dapat mengetahui dan memilih tempat wisata untuk dikunjungi.

C. RUMUSAN MASALAH

Untuk memberikan informasi yang akurat kepada *stakeholders* terkait tingkat *Covid-19 Compliances* dan tingkat keselarasan dengan *Halal Tourism* pada berbagai obyek wisata di DIY, maka perlu adanya suatu media yang mudah di akses oleh semua kalangan sehingga mempermudah proses pengambilan keputusan bagi seluruh calon wisatawan yang akan berkunjung ke DIY dengan meningkatkan jaminan akan kesesuaian obyek – obyek wisata tersebut dengan Protokol Kesehatan pasca *Covid-19* dan Wisata Halal.

Secara umum, permasalahan yang menjadi obyek Pembahasan dan diselesaikan dalam lingkup penelitian ini adalah :

1. Apa indikator yang harus diperhatikan dalam mengembangkan pariwisata di DIY agar sesuai dengan protokol Kesehatan *Covid-19* dan konsep *Halal Tourism*.
2. Bagaimana karakteristik Sistem Informasi Pariwisata yang dibutuhkan oleh *Stakeholder* agar dapat mendukung implementasi protokol Kesehatan *Covid-19* pada era “*New Normal*” dan penerapan *Halal Tourism* Sebagai sebuah opsi yang menjanjikan.
3. Bagaimana membuat purwarupa (*prototype*) / Inovasi Sistem Informasi yang dapat digunakan dan direplikasi oleh para pemangku kepentingan di sector Pariwisata, khususnya di D.I. Yogyakarta guna memberikan penjelasan yang akurat tentang kesesuaian setiap obyek wisata terhadap Protokol Kesehatan pasca *Covid-19* dan konsep *Halal Tourism*.

D. TUJUAN PENELITIAN

Tujuan yang ingin dicapai melalui Penelitian ini adalah meliputi :

1. Mengidentifikasi Indikator – indikator yang menunjukkan kessuaian dengan protokol kesehatan pasca *Covid-19* bagi Obyek Wisata di Daerah Istimewa Yogyakarta.
2. Mengidentifikasi Indikator – indikator yang menunjukkan kessuaian dengan konsep *Halal Tourism* bagi Obyek Wisata di Daerah Istimewa Yogyakarta.
3. Menentukan Karakteristik Sistem Informasi Pariwisata yang sesuai dengan konsep *New-Normal* pasca *Covid-19* dan *Halal Tourism*.

4. Melakukan Inovasi dengan membangun Purwarupa Sistem Informasi Pariwisata yang siap di implementasikan pada sektor Pariwisata di DIY.

E. LUARAN PENELITIAN DAN PUBLIKASI

Dalam penelitian ini, beberapa luaran atau output yang diharapkan adalah :

1. Daftar Kriteria – kriteria penting yang harus dipenuhi oleh sektor pariwisata (Tempat Wisata) agar sesuai dengan protokol kesehatan pasca *Covid-19 (New Normal)*. Hal ini juga bisa disebut sebagai *Covid-19 Protocol Compliance Criteria*
2. Daftar Kriteria – kriteria penting yang harus dipenuhi oleh sektor pariwisata (Tempat Wisata) agar sesuai dengan konsep wisata halal (*Halal Tourism Criteria*).
3. Sistem penilaian (Rating System) yang menunjukkan kesesuaian suatu obyek wisata dengan protokol kesehatan *Covid-19 / New Normal* dan kesesuaian dengan konsep wisata halal.
4. Purwarupa Sistem Informasi Pariwisata yang dapat menyampaikan Rating Kesesuaian suatu daerah wisata terhadap *Covid-19 Protocol Compliance Criteria* dan *Halal Tourism Criteria*. Selain itu. Sistem informasi ini juga dilengkapi fungsi fungsi atau fitur standar (*basic*) sebuah sistem informasi pada umumnya.
5. Diseminasi dan Publikasi hasil penelitian kepada *Stakeholder* sektor pariwisata melalui kegiatan FGD dan Jurnal Ilmiah Nasional ber-ISSN (sesuai ketentuan) atau Kegiatan Seminar Nasional/sejenis.

BAB – II

KERANGKA TEORI DAN TINJAUAN PUSTAKA

A. TINJAUAN PUSTAKA

1. Konsep Sistem

Sistem dapat diartikan sebagai kumpulan dari elemen elemen yang berinteraksi untuk mencapai suatu tujuan tertentu sebagai suatu kesatuan. Suatu sistem adalah jaringan kerja dari prosedur prosedur yang saling berhubungan, berkumpul bersama sama untuk melakukan suatu kegiatan atau menyelesaikan suatu sasaran tertentu. Sistem dapat di klasifikasikan dari beberapa sudut pandang, diantaranya sebagai berikut:

- Sistem dapat diklasifikasikan sebagai sistem abstrak dan sistem fisik. Sistem abstrak adalah sistem yang berupa pemikiran atau ide ide yang tidak tampak, sedangkan sistem fisik merupakan sistem yang ada secara fisik.
- Sistem dapat diklasifikasikan sebagai sistem alamiah dan sistem buatan manusia. Sistem alamiah adalah sistem yang terjadi melalui proses alam, sedangkan sistem buatan adalah sistem yang dirancang oleh manusia.
- Sistem dapat diklasifikasikan sebagai sistem tertentu dan sistem tak tentu.

Sistem tertentu beroperasi dengan tingkah laku yang sudah dapat diprediksi. Interaksi diantara bagian bagian nya dapat di deteksi dengan pasti, sehingga keluaran dari sistem dapat diramalkan. Sedangkan sistem tak tentu adalah sistem yang kondisi masa depannya tidak dapat diprediksi karna mengandung unsur probabilitas. Sistem dapat diklasifikasikan sistem tertutup dan sistem terbuka. Sistem tertutup adalah sistem yang tidak berhubungan dan tidak terpengaruh dengan lingkungan luarnya. Secara teoritis sistem ini ada, tapi pada kenyataannya tidak ada sistem yang benar benar tertutup. Sedangkan sistem terbuka adalah sistem yang berhubungan dan terpengaruh dengan lingkungan luarnya.

2. Pandemi COVID-19

Covid-19 merupakan penyakit menular yang disebabkan oleh sindrom pernapasan akut coronavirus 2 (*severe acute respiratory syndrome coronavirus 2* atau *SARS-*

CoV-2). Virus ini merupakan keluarga besar *Coronavirus* yang dapat menyerang hewan. Ketika menyerang manusia, *Coronavirus* biasanya menyebabkan penyakit infeksi saluran pernafasan, seperti flu, MERS (*Middle East Respiratory Syndrome*), dan SARS (*Severe Acute Respiratory Syndrome*). *Covid-19* sendiri merupakan coronavirus jenis baru yang ditemukan di Wuhan, Hubei, China pada tahun 2019 (Ilmiyah, 2020; Hui, et al., 2020). Karena itu, *Coronavirus* jenis baru ini diberi nama Coronavirus disease-2019 yang disingkat menjadi *Covid-19*. *Covid-19* sejak ditemukan menyebar secara luas. hingga mengakibatkan pandemi global yang berlangsung sampai saat ini. Gejala *Covid-19* umumnya berupa demam 38°C, batuk kering, dan sesak nafas serta dampak paling buruk untuk manusia ialah kematian.

Cara pencegahan yang terbaik adalah dengan menghindari faktor- faktor yang bisa menyebabkan Anda terinfeksi virus ini, yaitu:

- 1) Terapkan *physical distancing*, yaitu menjaga jarak minimal 1 meter dari orang lain, dan jangan dulu ke luar rumah kecuali ada keperluan mendesak.
- 2) Gunakan masker saat beraktivitas di tempat umum atau keramaian, termasuk saat pergi berbelanja bahan makanan.
- 3) Rutin mencuci tangan dengan air dan sabun atau hand sanitizer yang mengandung alkohol minimal 60%, terutama setelah beraktivitas di luar rumah atau di tempat umum.
- 4) Jangan menyentuh mata, mulut, dan hidung sebelum mencuci tangan.
- 5) Tingkatkan daya tahan tubuh dengan pola hidup sehat.
- 6) Hindari kontak dengan penderita *Covid-19*, orang yang dicurigai positif terinfeksi virus Corona, atau orang yang sedang sakit demam, batuk, atau pilek.
- 7) Tutup mulut dan hidung dengan tisu saat batuk atau bersin, kemudian buang tisu ke tempat sampah.
- 8) Jaga kebersihan benda yang sering disentuh dan kebersihan lingkungan, termasuk kebersihan rumah.

New Normal adalah tatanan hidup sesuai protokol kesehatan untuk mencegah virus corona (Covid-19). Untuk itu dikeluarkanlah panduan lengkap *New Normal*. Hal itu tertuang dalam Keputusan Menteri Kesehatan nomor HK.01.07/MENKES/328/2020

tentang Panduan Pencegahan dan Pengendalian Covid-19 di Tempat Kerja Perkantoran dan Industri dalam Mendukung Keberlangsungan Usaha pada Situasi Pandemi.

Demi mengatasi penyebaran Covid-19 dan melangsungkan kehidupan, Pemerintah Indonesia memperkenalkan konsep *new normal* atau suatu paradigma yang dapat dipahami sebagai sebuah bentuk penyesuaian baru dalam tatanan kehidupan. *New normal* tidak diartikan sebagai keadaan menyerah atau pasrah dalam berjuang memerangi *covid-19*, sebaliknya *new normal* adalah solusi bagi masyarakat dapat beraktivitas dan melangsungkan kehidupan dengan syarat mematuhi protokol kesehatan yang ekstra ketat karena vaksin untuk *Covid-19* belum ditemukan hingga saat ini. Serangkaian protokol kesehatan harus dijalankan pada *new normal* yang selanjutnya dinamakan sebagai formula “empat sehat, lima sempurna” yaitu: (1) mengenakan masker, (2) menjaga jarak, (3) membiasakan cuci tangan, (4) istirahat yang cukup dan tidak panik, serta (5) makan makanan bergizi untuk meningkatkan sistem imunitas tubuh (Fajar, 2020). Melalui kebijakan *new normal* yang dirancang secara bertahap dan melalui proses pengawasan yang ketat, kegiatan ekonomi akan kembali aktif termasuk termasuk pembukaan obyek atau destinasi wisata bagi para wisatawan yang ingin berlibur setelah melakukan isolasi diri di rumah. Dalam kondisi transisi menuju *new normal*, penggunaan teknologi digital menjadi keputusan strategis yang bisa diandalkan dalam mendukung dan mensukseskan promosi wisata halal khususnya di Indonesia dengan tetap mengutamakan skema kebijakan *new normal*.

3. Obyek Wisata

Objek wisata adalah suatu daerah yang berguna sebagai sarana media hiburan, penenangan akan diri dan sebagai sarana melepas kelelahan akan pikiran, pekerjaan. Objek wisata pada umumnya merupakan hasil seleksi alam, tapi ada juga objek wisata hasil buatan manusia. Objek wisata ini lah yang dikelola masyarakat daerah tersebut sebagai mata pencarian ataupun penghasilan daerah berupa retribusi.

4. Wisata Halal / Halal Tourism

Wisata halal adalah suatu bentuk penawaran berupa paket tujuan wisata yang didesain secara khusus untuk melayani kebutuhan wisatawan muslim dengan mengeliminasi makanan yang haram, judi, minimal alkohol, dan aktivitas terlarang lainnya (Halbase, 2020). Hal ini perlu ditegaskan mengingat masih ada yang salah kaprah dalam mengartikan konsep wisata halal secara utuh. Buktinya beberapa daerah seperti Bali (BaliTravelNews, 2019) dan Danau Toba Sumatera Utara (Halaal Quest, 2019) menolak gagasan implementasi wisata halal. Dikhawatirkan penerapan wisata halal akan mengubah adat dan budaya menjadi menjadi syariat islam. Padahal, wisata halal yang menjadi layanan wisata menjadi inklusif dan akomodatif karena menyediakan layanan yang ramah untuk wisatawan muslim.

El Gohary (2015) menegaskan bahwa wisata islam dan wisata halal adalah dua entitas yang berbeda. Aji et al. (2020) mendefinisikan wisata Islam sebagai perjalanan ke suatu objek tertentu dengan atribut Islam yang dominan, dilakukan secara sengaja oleh muslim untuk memperkuat doktrin dan keyakinan agama mereka. Lebih lanjut, Kawsar dan Rashid (2019) menyebutkan bahwa wisata Islam adalah perjalanan spiritual yang dilakukan oleh umat muslim. Contoh yang paling tepat untuk menggambarkan wisata Islam adalah perjalanan ke Mekkah dan Madinah untuk menunaikan ibadah haji dan umrah (Eid dan El-Gohary, 2014; Rahman et al., 2017).

Sementara itu, Battour dan Ismail (2016) menambahkan bahwa wisata halal merupakan objek atau aktivitas wisata yang diperbolehkan menurut syariat Islam untuk dikonsumsi oleh umat Islam dalam industri pariwisata. Dengan kata lain wisata halal berusaha memenuhi kebutuhan wisatawan muslim mulai dari penyediaan tempat ibadah, restoran yang menghadirkan makanan halal, hingga hotel atau penginapan yang beroperasi sesuai dengan prinsip syariah.

Wisata Halal merupakan terminologi baru dan inovasi layanan di sektor pariwisata yang berusaha mengakomodir kebutuhan wisatawan muslim. Kata halal di sini merupakan serapan langsung dari bahasa arab yang artinya allowable, acceptable,

permitted, and/or permissible (El-Gohary, 2015). Kata halal dipahami lebih luas tidak hanya berkaitan dengan makanan (Razzaq et al., 2016), melainkan mencakup seluruh bentuk produk dan layanan yang ditawarkan kepada Muslim Population (Samori et al., 2016). Konsep halal juga diaplikasikan di bidang lain mulai dari layanan transaksi bank sampai produk kosmetik, dan seluruh aspek atau urusan dalam kehidupan termasuk kegiatan atau aktivitas wisata halal (Chandra, 2014; Mohsin et al., 2016). Mohsin et al. (2016) menerangkan wisata halal adalah tipe atau bentuk wisata yang mengikuti ajaran dan nilai-nilai Islam, memungkinkan umat Islam mengkonsumsi paket wisata yang konsisten terhadap keyakinan mereka. Dalam implementasi wisata halal, selain makanan halal, (Abror, Wardi, Trinanda, & Patrisia, 2019) menyebutkan ada unsur-unsur lain yang perlu diperhatikan seperti hotel halal, makanan halal, logistik halal, dan aktivitas keuangan halal (misalnya bertransaksi menggunakan bank syariah). In Islam, seluruh produk dan layanan wisata yang sesuai dengan prinsip syariah mengacu pada ketentuan Almighty Allah (Quran) dan Prophet Muhammad (Hadith) (Riyad Eid & El-Gohary, 2015).

5. Informasi

Informasi adalah data yang telah diklasifikasikan atau diolah untuk digunakan dalam pengambilan keputusan. Sistem pengolahan informasi mengolah data menjadi informasi atau tepatnya mengolah data dari bentuk tak berguna menjadi berguna bagi penerimanya. Nilai informasi berhubungan dengan keputusan. Bila tidak ada pilihan atau keputusan, maka informasi menjadi tidak diperlukan. Kualitas dari suatu informasi tergantung dari empat hal yaitu:

1. Akurat

Informasi harus bebas dari kesalahan kesalahan dan tidak bisa atau menyesatkan. Akurat juga berarti informasi harus jelas maksudnya.

2. Tepat pada waktunya

Informasi yang datang pada penerima tidak boleh terlambat. Informasi yang sudah usang tidak akan mempunyai nilai lagi.

3. Relevan

Informasi dikatakan relevan apabila informasi tersebut mempunyai manfaat untuk pemakaiannya. Relevansi informasi untuk tiap tiap orang berbeda.

4. *Ekonomis, efisien, dan dapat dipercaya*

Informasi yang dihasilkan sebaiknya memiliki manfaat yang lebih besar dibanding dengan biaya mendapatkannya dan sebagian besar informasi tidak dapat tepat ditaksir nilai efektivitasnya. Selain itu informasi yang dihasilkan juga bisa di percaya kebenarannya dan tidak mengada ada.

6. Web

Web adalah sebuah penyebaran informasi melalui internet. Sebenarnya antara www (world wide web) dan web adalah sama karena kebanyakan orang menyingkat www menjadi web saja. Web merupakan hal yang tidak dapat dipisahkan dari dunia internet. Melalui web, setiap pemakai internet bisa mengakses informasi-informasi di situs web yang tidak hanya berupa teks, tetapi juga dapat berupa gambar, suara, film, animasi, dll. Sebenarnya, web merupakan kumpulan-kumpulan dokumen yang banyak tersebar di beberapa komputer server yang berada di seluruh penjuru dunia dan terhubung menjadi satu jaringan melalui jaringan yang disebut internet.

7. Sistem Informasi Pariwisata

Sistem informasi adalah kumpulan subsistem yang saling berinteraksi dan membentuk suatu kesatuan, untuk melakukan fungsi pengolahan data meliputi menerima masukan (input) berupa data-data, melakukan pengolahan (processing), dan menghasilkan keluaran (output) berupa informasi yang bermanfaat bagi penerima/pengguna serta dapat membantu dalam pengambilan keputusan pengguna (Jogiyanto, 1999 : 692). Sistem Informasi merupakan sekumpulan fungsi-fungsi yang bekerja bersama-sama dalam mengelola, menyimpan, memproses serta mendistribusikan informasi (Robert A. Szymanski, 1995). Sistem Informasi adalah sebuah sistem yang dimaksudkan untuk menghasilkan suatu informasi. Fungsi daripada sistem informasi ialah untuk melakukan siklus manajemen atau pengelolaan data. Beberapa bagian yang terdiri dari sistem informasi yaitu bagian input, bagian model, bagian kontrol, bagian teknologi dan bagian basis data.

Lebih lanjut, Sistem Informasi Pariwisata adalah sistem yang menyajikan informasi - informasi mengenai suatu objek wisata, kawasan wisata ataupun wahana - wahana

di suatu objek/kawasan wisata. Sistem ini juga menyajikan tentang beberapa informasi yang menunjang kegiatan kepariwisataan seperti akomodasi, transportasi, tiket, hotel. Bagian-bagian dari sistem informasi pariwisata, antara lain: Promosi oleh negara/daerah, Asosiasi pariwisata, *Travel information centers*, Promosi oleh perusahaan, Pengetahuan pekerja pariwisata, dan Penampilan daerah pariwisata.

Manfaat menggunakan internet dalam Sistem Informasi Pariwisata secara umum adalah kemudahan untuk mengakses, dapat memberikan informasi yang lengkap kepada konsumen, dmenjangkau luas di berbagai dunia, dan dapat menjadi data-data yang dibutuhkan untuk perencanaan pariwisata.

Untuk mendukung lancarnya suatu sistem dibutuhkan beberapa komponen yang fungsinya sangat vital didalam sistem informasi. Komponen-komponen sitem informasi tersebut sebagai berikut:

1. *Komponen Masukan*

Input mewakili data yang masuk ke dalam sistem informasi. Cakupan input termasuk metode-metode dan media untuk menangkap data yang akan dimasukkan, yang dapat berupa dokumen-dokumen dasar.

2. *Komponen Model*

Komponen ini terdiri dari kombinasi prosedur, logika dan model matematika yang akan memanipulasi data input dan data yang tersimpan dalam basis data dengan cara tertentu untuk menghasilkan keluaran yang diinginkan.

3. *Komponen Keluaran*

Produk dari sistem informasi adalah keluaran yang merupakan informasi yang berkualitas dan dokumentasi yang berguna untuk semua tingkatan manajemen serta semua pemakai sistem.

4. *Komponen teknologi*

Teknologi merupakan tool box (kotak alat) dalam sistem informasi. Teknologi digunakan untuk menerima input, menjalankan model, menyimpan dan mengakses data, menghasilkan dan mengirim keluaran, serta membantu pengendalian dari sistem secara keseluruhan. Teknologi terdiri dari 3 bagian utama yaitu teknis (Brainware), Perangkat Lunak (Software), dan perangkat keras (Hardware).

5. *Komponen Basis Data*

Basis Data (Database) merupakan kumpulan dari data yang saling berhubungan satu dengan yang lainnya, tersimpan di perangkat keras komputer dan digunakan oleh perangkat lunak untuk memanipulasinya.

6. *Komponen kendali*

Banyak hal yang dapat merusak sistem informasi, seperti bencana alam, api, temperatur, air, debu, dan sebagainya. Beberapa pengendalian perlu dirancang untuk menyakinkan bahwa hal-hal yang dapat merusak sistem dapat dicegah.

B. TINJAUAN PUSTAKA

1. Perkembangan Penelitian tentang Pandemi Covid-19

Dalam menghadapi wabah / pandemi *Covid-19*, tercatat Indonesia telah memiliki Undang-Undang No. 6 Tahun 2018 tentang Kekarantinaan Kesehatan (Telaumbanua, 2020). Undang-undang tersebut telah memuat banyak hal terkait dengan kekarantinaan kesehatan, pihak yang berwenang menetapkan kedaruratan kesehatan masyarakat, dan lain sebagainya. Dalam undang-undang tersebut juga menentukan apa saja peraturan pelaksanaan sebagai tindak lanjut ketentuan dalam kekarantinaan kesehatan.

Lebih lanjut, dari penelitian yang dilakukan oleh Taufik dan Warsono (2020) diketahui bahwa Pemerintah Indonesia melalui Kementerian Kesehatan RI telah menerbitkan Keputusan Menteri Kesehatan nomor HK.01.07/MENKES/328/2020 tentang Panduan Pencegahan dan Pengendalian *Covid-19* di Tempat Kerja Perkantoran dan Industri dalam Mendukung Keberlangsungan Usaha pada Situasi Pandemi. Terdapat beberapa protokol kesehatan yang harus dipatuhi oleh kantor, industri dan pekerja di era *New Normal*. Sementara itu, khusus untuk birokrasi, Kementerian Pendayagunaan Birokrasi telah mengeluarkan Surat Edaran Menteri Pendayagunaan Aparatur Negara dan Reformasi Birokrasi (PANRB) No. 58/2020 tentang Sistem Kerja Pegawai Aparatur Sipil Negara (ASN) dalam Tata Normal Baru. Penyesuaian dilakukan untuk mewujudkan budaya kerja yang adaptif dan berintegritas guna meningkatkan kinerja pegawai aparatur sipil negara.

Selanjutnya, penelitian yang dilakukan oleh Mardhia, dkk (2020) menganalisis penerapan protokol kesehatan meliputi tingkat pemahaman dan bentuk penerapan protokol kesehatan pada nelayan serta dampak *Covid-19* terhadap harga komoditas dan aktivitas penangkapan. Protokol Kesehatan untuk penanggulangan *Covid-19* terdiri dari fase pencegahan, fase deteksi dan fase respon. Peran dari masyarakat dalam setiap fase sangat dibutuhkan untuk menghindari terjadinya penularan yang lebih banyak. Pemerintah telah mengeluarkan pedoman kesiapsiagaan dalam menghadapi penyebaran *Covid-19*. Upaya yang dapat dilakukan pada fase pencegahan oleh setiap individu antara lain: Memakai masker, Memakai sarung tangan, Menggunakan hand sanitizer/desinfektan, Mencuci tangan dengan sabun, Menghindari menyentuh wajah, Menghindari berjabat tangan, Menghindari pertemuan atau antrian Panjang, Menghindari menyentuh benda/permukaan benda di area publik, Menghindari naik transportasi umum, Menjaga jarak setidaknya dua meter dari orang lain ketika di luar rumah, dan Jika menunjukkan gejala penyakit segera memberi tahu orang-orang di sekitar (Kemenkes RI, 2020).

2. Perkembangan Penelitian tentang Wisata Halal / Halal Tourism

Dinas Pariwisata Provinsi DIY mencatat pertumbuhan wisatawan mancanegara naik sebesar 25% dan 14% untuk wisatawan nusantara selama periode 2016-2018. Lebih lanjut, Badan Pusat Statistik (BPS) DIY (2019) juga menambahkan bahwa jumlah wisatawan mancanegara mengalami tren positif atau naik sebesar 19% pada Februari 2019 atau memperoleh tambahan sebesar 1.538 pengunjung jika dibandingkan dengan Januari 2019. Hasil ini mengindikasikan bahwa DIY masih dipercaya oleh wisatawan sebagai salah satu destinasi wisata favorit di Indonesia.

Sektor pariwisata memiliki peran sentral dalam menggerakkan pertumbuhan ekonomi. Hal ini diperkuat oleh pernyataan Gubernur Bank Indonesia yang menyebutkan bahwa sektor pariwisata diproyeksikan menjadi salah satu sumber kekuatan ekonomi daerah (IDN Times Jogja, 2019). Secara regional, Kepala Dinas Pariwisata Kabupaten Sleman mengumumkan sektor pariwisata menyumbang 23% dari total Pendapatan Asli Daerah (PAD). Kondisi serupa juga dialami oleh Kota

Yogyakarta di mana sektor pariwisata merupakan kontributor terbesar sebagai motor penggerak pertumbuhan ekonomi sebesar 17,46% sebagaimana diungkap oleh Kepala Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kota Yogyakarta (Antara, 2020). Wisata halal memiliki korelasi yang sangat erat terhadap protokol kesehatan karena secara operasional konsep halal diasosiasikan dengan kualitas produk (Samori et al., 2016) yang mencakup aspek kebersihan, keselamatan, dan manajemen rantai pasok (Huat, 2009). Oleh sebab itu, pembukaan wisata halal di era *New Normal* secara mutlak harus mematuhi seluruh elemen protokol kesehatan agar terhindar dan selamat dari bahaya penyebaran Covid-19. Kesuksesan implementasi protokol kesehatan dalam rangka pembukaan kembali obyek wisata pada masa *New Normal* tidak hanya bergantung dari pengelola wisata akan tetapi butuh kesadaran dari para wisatawan untuk menggunakan masker, mencuci tangan, menjaga jarak, dan bertindak kooperatif apabila ada pemeriksaan dan pendataan.

Indonesia menjadi salah satu negara yang paling progresif dan tidak ingin menghilangkan momentum dalam mengembangkan Wisata Halal berkelas dunia demi mengantisipasi pertumbuhan wisatawan muslim yang diprediksi oleh Bank Indonesia mencapai 158 juta jiwa pada tahun 2020 (Bank Indonesia, 2019). Akhirnya kerja keras pemerintah Indonesia membuahkan hasil ketika Lembaga Pemeringkat Dunia Mastercard-Crecent mempublikasi Global Muslim Travel Index (GMTI) dan mengukuhkan Indonesia sebagai destinasi wisata halal terpopuler dunia pada tahun 2019 (Mastercard and CrescentRating, 2019). Dalam penetapan peringkat, Mastercard-Crecent memiliki standar penilaian yang merujuk pada 4 kriteria kunci yaitu Access, Communications, Environment, and Services (ACES). Dari empat kriteria tersebut, faktor komunikasi menjadi kriteria yang mengalami perubahan positif dan signifikan. Alasannya setiap indikator atau sub-kriteria yang mewakili komunikasi meliputi kemudahan komunikasi, kehadiran teknologi digital, dan jangkauan mengalami peningkatan jika dibandingkan pada tahun 2018 (Mastercard and CrescentRating, 2018). Pencapaian ini tidak terlepas dari kemajuan teknologi dan perkembangan sistem informasi yang terus mendorong dan menstimulus lahirnya aplikasi digital sebagai upaya merespon kebutuhan wisatawan dan perbaikan layanan berkelanjutan di era revolusi industri 4.0.

Wisata halal adalah suatu bentuk penawaran berupa paket tujuan wisata yang didesain secara khusus untuk melayani kebutuhan wisatawan muslim dengan mengeliminasi makanan yang haram, judi, minimal alkohol, dan aktivitas terlarang lainnya (Halbase, 2020). (Razalli et. al, 2012) menegaskan bahwa faktor fundamental dalam wisata halal harus diperhatikan meliputi makanan halal, hotel halal, transportasi halal, logistik halal, spa halal, paket wisata halal dan kebutuhan jasa keuangan Islam. Prinsipnya, Wisata Halal ingin menawarkan sejumlah paket wisata yang ramah dan bersahabat bagi wisatawan muslim domestik maupun mancanegara. Perlu diketahui bahwa wisata halal bukan merupakan inovasi produk dan layanan eksklusif atau terbatas yang hanya bisa dinikmati oleh kelompok muslim saja.

Ketika wacana dan pemberlakuan wisata halal digulirkan oleh pemerintah, beberapa daerah seperti Bali (BaliTravelNews, 2019) dan Danau Toba Sumatera Utara (Quest, 2019) tidak setuju dan menolaknya. Penolakan ini terjadi karena dua faktor, pertama masyarakat menganggap penerapan wisata halal akan mengubah budaya dan tradisi lokal dengan nilai-nilai ajaran Islam, dan kedua kegagalan dalam memahami dan membedakan konsep wisata halal dan wisata Islami secara utuh (Aji et al., 2020). Lebih lanjut, Mereka menyebutkan negara-negara non muslim sudah memahami bahwa wisata halal bukan wisata Islami, mereka mengerti bahwa wisata halal adalah sebuah strategi untuk memenuhi kebutuhan wisatawan muslim dan bukan strategi untuk mengharamkan atau melenyapkan nilai-nilai tradisi lokal.

Di sisi lain, kebijakan wisata halal tidak didesain untuk mengasingkan wisatawan muslim dari skema wisata pada umumnya dan juga tidak bermaksud memisahkan wisatawan non-muslim dari destinasi wisata tertentu (Bank Indonesia, 2019). Wisata halal juga bukan diciptakan untuk memberikan keistimewaan bagi wisatawan muslim. Lebih dari itu, wisata halal ingin memberikan kenyamanan dan keamanan bagi wisatawan muslim untuk tetap melaksanakan ibadah dan mematuhi ajaran Islam saat mengunjungi destinasi wisata. Actually, bagi konsumen non-muslim produk halal berkaitan dengan kualitas produk (Samori et al., 2016). Hal serupa disampaikan oleh (Huat, 2009) yang menyatakan bahwa produk halal meliputi kebersihan,

keamanan, dan kualitas pada seluruh rantai pasoknya. Dengan demikian wisata halal tidak lagi dianggap hanya milik komunitas muslim sehingga dapat diterima oleh seluruh manusia di dunia dengan latar belakang suku dan agama yang berbeda. In essence, implementasi wisata halal ingin menegaskan bahwa ajaran Islam sebagai suatu nilai universal atau rahmatan lil 'alamin (Bank Indonesia, 2019). Buktinya, tren dan perkembangan wisata halal tidak identik atau dikhususkan bagi negara-negara dengan mayoritas penduduk muslim seperti negara-negara timur tengah (Halbase, 2020).

Faktanya, banyak negara non-muslim seperti Thailand, Spain, India dan United Kingdom juga berperan secara agresif dan progresif menciptakan dan mengembangkan produk wisata halal yang sesuai dengan kebutuhan para wisatawan muslim (El-Gohary, 2015). Mereka menyadari bahwa wisata halal merupakan pasar potensial untuk memperbesar kekayaan negara melalui peningkatan devisa dengan menarik lebih banyak wisatawan muslim yang ingin berlibur dan berwisata. Sektor pariwisata sangat krusial dan berperan penting dalam peningkatan lapangan kerja dan pengembangan ekonomi negara-negara di dunia (El-Gohary, 2015). Lebih lanjut, Dia menjelaskan wisatawan yang berkunjung ke suatu negara adalah salah satu sumber utama yang berkontribusi pada peningkatan national Gross Domestic Product. Sebagai segmen pasar pariwisata dunia (Vargas-Sánchez & Moral-Moral, 2019), tingkat animo dan partisipasi wisatawan Muslim dalam pengembangan wisata halal menunjukkan bahwa wisata halal merupakan salah satu niche market terbesar dan potensial dalam kemajuan industri pariwisata global yang memberikan peluang yang menjanjikan baik bagi negara-negara Islam maupun non-Islam (Boğan & Sarıışık, 2018). Wajar saja jika saat ini wisata halal merupakan salah satu sektor di industri pariwisata global yang tumbuh dan berkembang dengan pesat sebagaimana laporan dari The World Halal Travel Summit (2015) yang memperkirakan potensi wisata halal melebihi \$230 Miliar pada tahun 2020 (El-Gohary, 2015). Sama halnya dengan negara lain, pemerintah Indonesia meyakini bahwa pengembangan wisata halal merupakan sektor strategis dalam akselerasi pertumbuhan ekonomi (Bank Indonesia, 2019).

Indonesia menjadi salah satu negara yang paling progresif dan tidak ingin menghilangkan momentum dalam mengembangkan Wisata Halal berkelas dunia demi mengantisipasi pertumbuhan wisatawan muslim yang diprediksi oleh Bank Indonesia mencapai 158 juta jiwa pada tahun 2020 (Bank Indonesia, 2019). Akhirnya kerja keras pemerintah Indonesia membuahkan hasil ketika Lembaga Pemeringkat Dunia Mastercard-Crescent mempublikasi Global Muslim Travel Index (GMTI) dan mengukuhkan Indonesia sebagai destinasi wisata halal terpopuler dunia pada tahun 2019 (Mastercard & CrescentRating, 2019). Dalam penetapan peringkat, Mastercard-Crescent memiliki standar penilaian yang merujuk pada 4 kriteria kunci yaitu Access, Communications, Environment, and Services (ACES). Dari empat kriteria tersebut, faktor komunikasi menjadi kriteria yang mengalami perubahan positif dan signifikan. Alasannya setiap indikator atau sub-kriteria yang mewakili komunikasi meliputi kemudahan komunikasi, kehadiran teknologi digital, dan jangkauan mengalami peningkatan jika dibandingkan pada tahun 2018 (Mastercard & CrescentRating, 2018). Pencapaian ini tidak terlepas dari kemajuan teknologi dan perkembangan sistem informasi yang terus mendorong dan menstimulus lahirnya aplikasi digital sebagai upaya merespon kebutuhan wisatawan dan perbaikan layanan berkelanjutan di era revolusi industri 4.0.

Ironinya, di saat beberapa negara sedang berkonsentrasi menyusun program dan berinvestasi pada pembangunan sarana-prasana wisata halal sebagai sektor strategis dalam menopang pertumbuhan ekonomi, dunia dihantam dan diserang oleh kemunculan Covid-19. Sebuah penyakit menular yang menyebar melalui tetesan air liur atau keluar dari hidung ketika orang yang terkena virus batuk atau bersin (WHO, 2020). Akibat penyebaran Covid-19 kondisi perekonomian di sejumlah negara mengalami resesi ekonomi termasuk Indonesia. Buktinya, pemerintah Indonesia memprediksi pertumbuhan Gross Domestic Product (GDP) akan mengalami perlambatan di sekitar angka 2.3 dan 0.4 pada tahun ini, angka ini mewakili skenario optimis yang diperhitungkan oleh pemerintah (Guild, 2020). Kamar Dagang dan Industri Indonesia menyebutkan sektor pariwisata dan turunannya adalah sektor yang paling terdampak oleh Covid-19 (Bayu, 2020) dan sangat sensitif terhadap guncangan ekonomi (Maniga, 2020). Kondisi ini terjadi karena masyarakat

mengisolasi diri di rumah, tidak berpergian, dan melakukan pembatasan sosial sebagai upaya pemutus mata rantai penyebaran Covid-19 yang berimplikasi pada merosotnya pendapatan sektor pariwisata. Bisnis-bisnis yang berafiliasi dengan sektor pariwisata juga mengalami resesi, misalnya hotel, restaurant, penerbangan, layanan transportasi darat, pusat kerajinan dan souvenir, serta sejumlah bisnis berskala mikro, kecil, dan menengah lainnya (Akhlas, 2020). Hasilnya, sekitar 190.000 pekerja di sektor pariwisata diberhentikan atau kehilangan pekerjaan dan saat ini bersiap mengikuti program kartu pra kerja yang sudah dirancang oleh pemerintah Indonesia (Mufti, 2020).

Demi mengatasi persoalan di atas, Pemerintah Indonesia memperkenalkan konsep new normal atau suatu paradigma yang dapat dipahami sebagai sebuah bentuk penyesuaian baru dalam tatanan kehidupan. New normal tidak diartikan sebagai keadaan menyerah atau pasrah dalam berjuang memerangi covid-19, sebaliknya new normal adalah solusi bagi masyarakat dapat beraktivitas dan melangsungkan kehidupan dengan syarat mematuhi protokol kesehatan yang ekstra ketat karena vaksin untuk Covid-19 belum ditemukan hingga saat ini. Serangkaian protokol kesehatan harus dijalankan pada new normal yang selanjutnya dinamakan sebagai formula “empat sehat, lima sempurna” yaitu: (1) mengenakan masker, (2) menjaga jarak, (3) membiasakan cuci tangan, (4) istirahat yang cukup dan tidak panik, serta (5) makan makanan bergizi untuk meningkatkan sistem imunitas tubuh (Fajar, 2020).

Melalui kebijakan new normal yang dirancang secara bertahap dan melalui proses pengawasan yang ketat, kegiatan ekonomi akan kembali aktif termasuk termasuk pembukaan obyek atau destinasi wisata bagi para wisatawan yang ingin berlibur setelah melakukan isolasi diri di rumah. Dalam kondisi transisi menuju new normal, penggunaan teknologi digital menjadi keputusan strategis yang bisa diandalkan dalam mendukung dan mensukseskan promosi wisata halal khususnya di Indonesia dengan tetap mengutamakan skema kebijakan new normal. Perusahaan start up yang bergerak di sektor teknologi informasi dan komunikasi harus merubah tantangan ini menjadi sebuah peluang potensial dalam menciptakan aplikasi yang menawarkan banyak kemudahan bagi wisatawan muslim saat berkunjung ke destinasi atau obyek

wisata tertentu. Stephenson (2014) menyebutkan sejumlah aplikasi antarmuka dapat diinstal dan dioperasikan dengan mudah melalui smartphone yang bertujuan memberikan kemudahan bagi kebutuhan wisata muslim dalam mencari produk dan layanan halal seperti pencarian hotel, paket liburan, panduan wisata, lokasi bandara, dan pemilihan restoran (for instance Halal Trip dan Muslim Pro).

Wisata halal tidak hanya sekedar berbicara tentang makanan, logistik, dan akomodasi, akan tetapi juga memperhatikan mekanisme transaksi keuangan yang digunakan selama menikmati paket wisata (Chandra, 2014; Razzaq et al, 2016; Abror et al., 2019b). Oleh sebab itu wisata halal dipahami sebagai sebuah ekosistem yang saling terhubung mulai dari penyediaan transportasi, hotel, restoran, makanan dan minuman, hiburan, etika berpakaian, hingga norma kesusilaan. Lebih lanjut, wisata halal juga dapat dianggap sebagai sebuah rantai nilai yang utuh di mana seluruh rangkaian prosesnya tidak dapat terpisahkan satu sama lain. Henderson (2015) mencontohkan seluruh peralatan, perlengkapan, dan mesin untuk pengolahan makanan harus dibersihkan mengikuti Islamic Law dan dijaga agar tidak terkontaminasi dengan bahan-bahan yang haram. Artinya, kehalalan suatu produk dan jasa ditentukan oleh keseluruhan proses mulai dari pemilihan bahan baku, pengolahan, pengemasan, hingga siap dikonsumsi oleh konsumen. Dengan kata lain, seluruh proses produksi dan distribusi harus benar-benar terjamin dan terhindar dari aspek dan atribut yang bertentangan dengan Islamic law.

Istilah wisata halal belum lama mewarnai literatur akademik, berawal dari artikel yang dipublikasi oleh Battour et al. (2010) indexed by scopus. Secara historis sebagaimana yang dikemukakan oleh Vargas-Sánchez and Moral-Moral (2019), sebelum Battour et al. (2010) memunculkan terminologi Halal Tourism, Henderson (2009) lebih awal menggunakan frasa Islamic Tourism. Furthermore, Henderson, (2015) dan Battour & Ismail (2016) mengungkapkan penggunaan konsep wisata halal dan Islamic tourism sering tertukar baik dalam conceptual papers maupun empirical papers yang ditulis atau dipublikasi oleh para peneliti dan akademisi seperti Henderson (2009), Zamani-Farahani and Henderson (2010), Jafari and Scott (2014), dan Stephenson (2014). Pertukaran ini menyebabkan konsep Halal Tourism dan

Islamic Tourism tidak dapat dipahami secara sempurna dan meninggalkan definitional ambiguities (Khan & Callanan, 2017; Sen Küpeli, Koc, & Hassan, 2018; Wingett & Turnbull, 2017). Selain itu, Many scholars memposisikan konsep wisata halal dan Islamic tourism sebagai terminologi yang memiliki persamaan makna (Carboni, Perelli and Sistu, 2014; Razzaq et al, 2016). Padahal, menurut Khan and Callanan (2017) negara-negara barat lebih familiar menggunakan istilah wisata halal daripada Islamic Tourism.

Dalam artikelnya, El-Gohary (2015) menyebutkan halal tourism dan Islamic tourism merupakan dua konsep yang berbeda, di mana halal tourism adalah subkategori dari religious tourism. In fact, Ryan (2015) dan Kawsar & Rashid (2019) menegaskan bahwa Islamic tourism adalah perjalanan wisata yang dilakukan oleh Muslim untuk tujuan keagamaan atau dalam rangka memenuhi kebutuhan spiritual yang menyangkut aspek keimanan sesuai dengan ajaran Islam. Senada dengan pernyataan sebelumnya, Aji et al. (2020) juga mendefinisikan wisata Islam sebagai perjalanan ke suatu objek tertentu dengan penggunaan atribut Islam yang dominan, dilakukan secara sengaja oleh Muslim untuk memperkuat keyakinan dan doktrin agama. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Islamic tourism secara khusus ditujukan kepada Muslim untuk meningkatkan keimanan mereka sesuai dengan perintah dan ajaran Islam. Perjalanan atau kunjungan ke Mekkah dan Madinah untuk menunaikan ibadah haji dan umrah merupakan contoh yang paling tepat dari Islamic tourism (R Eid, 2013; Riyad Eid & El-Gohary, 2014; Rahman, Zailani, & Musa, 2017; Vargas-Sánchez & Moral-Moral, 2019).

Di sisi lain, secara sederhana Ryan (2015) menggambarkan wisata halal sebagai bentuk wisata untuk tujuan rekreasi dan sosial yang dilakukan oleh Muslim. Wisata halal mengacu pada penyediaan produk dan layanan wisata yang sesuai dengan kebutuhan wisatawan muslim, utamanya dalam memfasilitasi ibadah dan makanan sesuai dengan ajaran Islam (Mohsin et al., 2016). Lebih lanjut, Battour and Ismail, (2016) menjelaskan wisata halal adalah setiap obyek atau aktivitas wisata yang dibolehkan sesuai ajaran Islam untuk umat Islam dalam industri pariwisata. Definisi ini menempatkan hukum Islam sebagai dasar dalam penciptaan produk dan layanan

wisata yang ditargetkan untuk wisatawan muslim seperti perjalanan halal, hotel halal, dan restoran halal. In addition, Battour and Ismail (2016) mengemukakan bahwa konsep wisata halal yang diajukan mengisyaratkan tempat atau destinasi wisata tidak hanya ditujukan untuk negara-negara Islam melainkan dapat juga dikembangkan di negara-negara non-Islam. Selain itu, mereka juga mengungkapkan bahwa wisata halal tidak harus didasarkan atas motivasi dan alasan religi. Ruang lingkup wisata halal tidak hanya terbatas untuk tujuan dan kepentingan agama saja, melainkan mencakup tujuan lain untuk mengkonsumsi produk dan layanan wisata selama tidak bertentangan dengan ajaran dan nilai-nilai Islam (Han et al., 2019). Pernyataan ini juga sejalan dengan Vargas-Sánchez and Moral-Moral (2019) yang menyebutkan penyelenggaraan wisata halal tidak hanya terkonsentrasi pada kebutuhan spiritual, melainkan keinginan dan ketertarikan untuk melihat keagungan ciptaan Allah sesuai prinsip syariah. Singkatnya, para wisatawan dapat mengkonsumsi produk dan layanan wisata halal sesuai dengan motivasi mereka seperti ingin berlibur, mengisi waktu luang, dan menikmati keindahan alam. Therefore, wisata halal bukan produk wisata yang hanya berorientasi pada kepentingan religi atau spiritual semata melainkan produk wisata yang didesain ramah baik bagi wisatawan Muslim maupun wisatawan non-Muslim.

Terdapat lima dimensi berkaitan dengan wisata halal dan Islam meliputi fasilitas ibadah, halalness, hiburan yang Islami (larangan adegan seks pada saluran televisi), peniadaan alkohol dan judi, etika berbusana sesuai aturan Islam, dan moralitas seperti larangan prostitusi dan seks bebas oleh pemerintah dan otoritas wisata Battour et al. (2014). Abror et al. (2019) menguraikan fasilitas ibadah berkaitan dengan ketersediaan masjid dan arah kiblat di ruangan hotel serta makanan dan dapur halal yang merupakan representasi dari produk dan fasilitas halal. Wardi et al. (2018) menambahkan wisata halal sangat erat kaitannya dengan obyek atau aktivitas yang sesuai dengan kebutuhan wisatawan muslim misalnya hotel halal, makanan halal, logistik halal, dan aktivitas keuangan halal (misalnya bertransaksi menggunakan bank syariah).

Allah SWT menganjurkan kepada Umat Islam to travel around the world dengan tujuan merenung tentang keagungan dan keesaan atas ciptaan Allah SWT Samori et al. (2016), sebagaimana diabadikan dalam Quran Surah al-Ankabut: 20:

“Travel through the earth and see how Allah did originate creation; so will Allah produce a later creation: for Allah has power over all things.”

Selain tercantum dalam Quran, bukti lain bahwa Rasulullah melakukan perjalanan ditemukan dalam Hadith yang diriwayatkan oleh Ibn Abbas, Rasulullah bersabda:

“once stayed for nineteen days and prayed shortened prayers. So when we travel led (and stayed) for nineteen days, we used to shorten the prayer but if we traveled (and stayed) for a longer period we used to offer the full prayer.”
(Sahih al-Bukhari: Vol. 2, Book 20, Hadith 186).

Selain itu, Ibn Umar meriwayatkan bahwa Rasulullah:

“used to offer (Nawafil) prayers on his Rahila (mount) facing its direction by signals, but not the compulsory prayer. He also used to pray witr on his (mount) Rahila.”
(Sahih al-Bukhari: Vol. 2, Book 16, Hadith 11).

Berdasarkan kedua hadith tersebut diatas, disebut wisata halal jika wisatwan berkomitmen menjalankan perintah agama dalam situasi dan kondisi apapun. Keberhasilan wisata halal ditentukan oleh kesadaran wisatawan muslim as a servant (khalifah) dalam mentaati dan mematuhi perintah agama sesuai prinsip dan syariat Islam (Samori et al., 2016).

3. Perkembangan Penelitian tentang Sistem Informasi Pariwisata

Tidak dapat dipungkiri, bahwa perkembangan Teknologi Informasi dalam 3 dekade belakang telah membawa manusia berada pada level kualitas hidup yang lebih tinggi melalui kemudahan yang didapat. Hampir seluruh informasi yang diperlukan saat

ini dapat disediakan langsung dihadapan kita dengan bantuan Sistem Informasi, seolah – olah *Everything just in one click away*.

Saat ini, situasi terkait dengan pariwisata dan teknologi informasi komunikasi berada pada the age of acceleration (Xiang, 2018). Bagi sektor pariwisata, teknologi informasi dan sistem informasi merupakan celah potensial untuk meningkatkan optimalisasi pada perusahaan terkait (Carroll, Caulfield, & Ahern, 2019). Teknologi untuk pengembangan smart tourism muncul dan berkembang di berbagai tempat di dunia (Shafiee, Rajabzadeh Ghatari, Hasanzadeh, & Jahanyan, 2019).

Banyak bidang yang dapat dikembangkan dengan pemanfaatan Teknogi dan sistem informasi, termasuk pada sektor pariwisata (Yang & Hsu, 2016) dan sub sektornya seperti: pada bidang akomodasi (Zheng, Ji, Lin, Wang, & Yu, 2020), penyediaan makanan (Lee, Y., Pennington-Gray, & Kim, 2019), tempat wisata (J. Liu, Wang, Fang, & Zhang, 2019), layanan wisata (Engelke, Becker, Wuest, Keil, & Kuijper, 2013). Sehingga dengan pengembangan tersebut, dapat dihasilkan berbagai bentuk pariwisata yang menuju Sustainable Accessible Tourism (SAT) dalam rangka memenangkan persaingan yang kompetitif saat ini (Polat & Hermans, 2016).

BAB – III

METODOLOGI PENELITIAN

1. OBYEK PENELITIAN

Penelitian dilaksanakan pada tempat pariwisata di provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.

2. DATA PENELITIAN

- Data Primer : Data yang dibutuhkan adalah tempat-tempat pariwisata di provinsi DIY, aturan penerapan protocol kesehatan dan aturan penerapan wisata halal, sumberdaya yang tersedia, dll
- Data Sekunder : Data yang dibutuhkan adalah kriteria yang harus dipenuhi dalam penerapan protokol kesehatan pasca *Covid-19*, serta kriteria yang harus dipenuhi dalam aturan penerapan konsep wisata halal. (Didapat dari studi literatur, dan FGD)

3. PENGUMPULAN DATA

a) Observasi

Pada tahap observasi ini output yang dihasilkan adalah mengetahui sejauh mana pengelola wisata memahami aturan protocol kesehatan dan aturan penerapan wisata halal

b) Wawancara dan FGD online

Wawancara dan FGD online dilakukan pada Stakeholder pariwisata (termasuk wisata halal) seperti: pengurus Majelis Ulama Indonesia (MUI), pengelola tempat pariwisata di DIY, dan Dinas Pariwisata DIY, perwakilan agen / travel pariwisata, dan perwakilan wisatawan.

c) Kuesioner

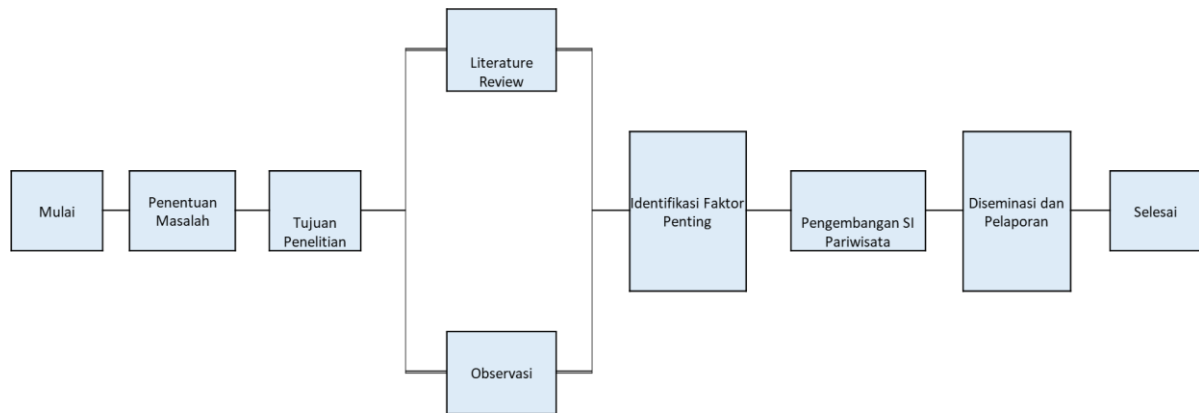
Kuesioner ditujukan pada penngelola tempat wisata DIY

d) Literature Riview

Tahapan ini berupa kajian terhadap berbagai aturan dan ketentuan terkait protokol kesehatan pasca *Covid-19* (New Normal) dan Konsep Wisata Halal, serta sumber rujukan lain yang terkait obyek penelitian.

4. ALUR PENELITIAN

Berikut adalah alur penelitian yang diusulkan :



Gambar 3.1. Alur Penelitian

5. IDENTIFIKASI FAKTOR PENTING

Tahap identifikasi ini, peneliti akan menganalisa faktor-faktor apa yang menjadi Kriteria utama dalam penerapan aturan protokol kesehatan pasca *Covid-19* dan aturan penerapan konsep wisata halal di tempat wisata. Selanjutnya peneliti akan merancang metode penilaian untuk penerapan aturan tersebut di setiap tempat wisata.

6. PENGEMBANGAN SISTEM INFORMASI PARIWISATA

Setelah Kriteria / Faktor Penting penilaian sudah diidentifikasi, langkah selanjutnya adalah merancang sistem informasi. Dalam sistem Informasi yang dirancang, akan menampilkan nilai dari setiap Kriteria / Faktor penting pada tiap-tiap tempat wisata dalam penerapan protokol kesehatan pasca *Covid-19* dan penerapan konsep wisata halal. Nilai tersebut menjadi indikator apakah tempat wisata sudah aman atau belum untuk dilakukan kunjungan. Hal ini akan memudahkan wisatawan memilih tempat wisata yang sesuai di era *New Normal*. Selain itu, diharapkan juga akan menjadi rujukan bagi wisatawan yang ingin menikmati wisata halal di DIY.

7. DISEMINASI DAN PELAPORAN

Dalam tahap ini peneliti akan membuat laporan penelitian, dan melakukan diseminasi kepada pihak-pihak yang berkepentingan. Selain itu juga akan dilakukan Publikasi dalam Jurnal Nasional ber-ISSN (Sesuai ketentuan) atau dipublikasikan melalui kegiatan Seminar Nasional / sejenis.

8. LUARAN PENELITIAN DAN RENCANA PUBLIKASI

Dalam penelitian ini, beberapa luaran atau output yang diharapkan adalah :

1. Daftar Kriteria – kriteria penting yang harus dipenuhi oleh sektor pariwisata (Tempat Wisata) agar sesuai dengan protokol kesehatan pasca *Covid-19 (New Normal)*. Hal ini juga bisa disebut sebagai *Covid-19 Protocol Compliance Criteria*
2. Daftar Kriteria – kriteria penting yang harus dipenuhi oleh sektor pariwisata (Tempat Wisata) agar sesuai dengan konsep wisata halal (*Halal Tourism Criteria*).
3. Sistem penilaian (Rating System) yang menunjukkan kesesuaian suatu obyek wisata dengan protokol kesehatan *Covid-19 / New Normal* dan kesesuaian dengan konsep wisata halal.
4. Purwarupa Sistem Informasi Pariwisata yang dapat menyampaikan Rating Kesesuaian suatu daerah wisata terhadap *Covid-19 Protocol Compliance Criteria* dan *Halal Tourism Criteria*. Selain itu. Sistem informasi ini juga dilengkapi fungsi fungsi atau fitur standar (*basic*) sebuah sistem informasi pada umumnya.
5. Diseminasi dan Publikasi hasil penelitian kepada *Stakeholder* sektor pariwisata melalui kegiatan FGD dan Jurnal Ilmiah Nasional ber-ISSN (sesuai ketentuan) atau Kegiatan Seminar Nasional/sejenis.

9. RENCANA ANGGARAN DAN BIAYA

Total anggaran yang diajukan untuk penelitian ini adalah Rp. 70.000.00,00 (Tujuh Puluh Juta Rupiah) dengan rincian sebagaimana tercantum dalam Gambar 3.2.

| No | Uraian | Volume | | Harga Satuan | Jumlah |
|------------------------------------|--|---------|---------|--------------|---------------------|
| 1 | FGD-1 /data Gathering Penentuan kriteria penting | | | | |
| | Narasumber | 5 Orang | 3 Jpl | Rp850,000 | Rp12,750,000 |
| | Pengolah data | 1 Paket | 1 Keg | Rp1,000,000 | Rp1,000,000 |
| | Surveyor | 4 Orang | 10 OH | Rp100,000 | Rp4,000,000 |
| 2 | Biaya perjalanan (dalam propinsi) | | | | |
| | Transport | 6 Orang | 10 Kali | Rp350,000 | Rp21,000,000 |
| | Uang Harian | 6 Orang | 10 OH | Rp170,000 | Rp10,200,000 |
| 3 | Diseminasi dan Sosialisasi Sistem melalui FGD-2 | | | | |
| | Honorarium Narasumber | 5 Org | 3 Jpl | Rp850,000 | Rp12,750,000 |
| 4 | Honorarium Progremer | | | | |
| | Hoorarrium Progremer | 3 Orang | 50 Jam | Rp35,000 | Rp5,250,000 |
| | Honorarium Interface Designer | 1 Orang | 25 Jam | Rp35,000 | Rp875,000 |
| 5 | Biaya Publikasi | | | | |
| | Publikasi Jurnal/ Seminar | 1 Paket | 1 Keg | Rp1,000,000 | Rp1,000,000 |
| 6 | ATK dan Penjilidan | | | | |
| | ATK | 1 Paket | 1 Keg | Rp725,000 | Rp725,000 |
| | Penjilid | 1 Paket | 1 Keg | Rp450,000 | Rp450,000 |
| Jumlah Dana Yang Dibutuhkan | | | | | Rp70,000,000 |

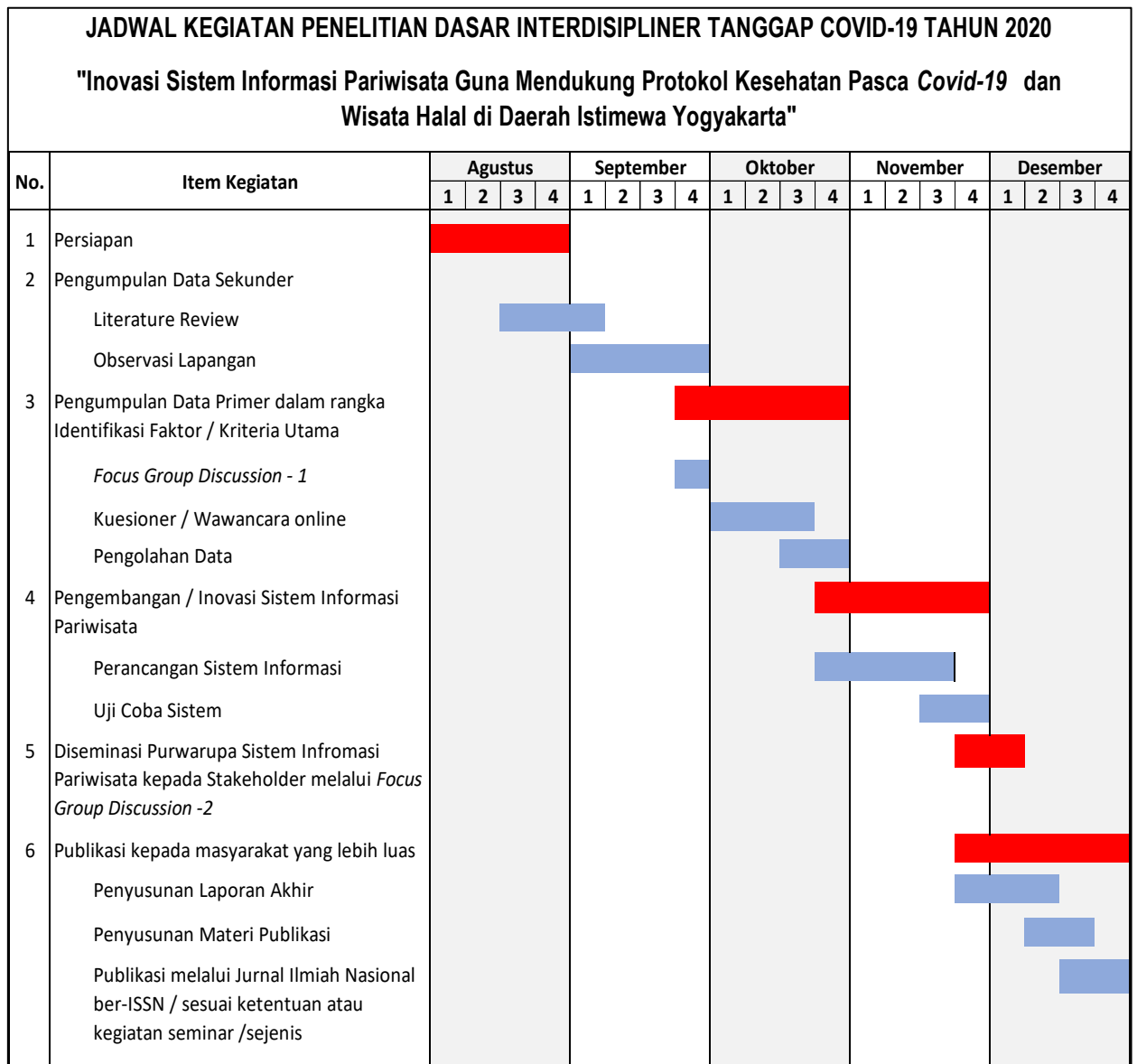
Gambar 3.2. RAB yang diusulkan untuk kegiatan penelitian

10. JADWAL PENELITIAN

Secara umum, penelitian ini akan dilaksanakan dalam waktu 5 Bulan, yaitu dimulai bulan Agustus 2020 sampai dengan Bulan Januari 2021. Rangkaian aktifitas dalam penelitian ini dibagi dalam 6 (enam) kelompok kegiatan yaitu :

1. Persiapan
2. Pengumpulan Data Sekunder, yang meliputi aktifitas *Literature Review* dan Observasi Lapangan
3. Pengumpulan Data Primer dalam rangka Identifikasi Faktor / Kriteria Utama, terdiri dari : Focus Group Discussion – 1, Kuesioner / Wawancara online, Pengolahan Data
4. Pengembangan / Inovasi Sistem Informasi Pariwisata, yang mencakup : Perancangan Sistem Informasi dan Uji Coba Sistem
5. Diseminasi Purwarupa Sistem Infomasi Pariwisata kepada Stakeholder melalui Focus Group Discussion -2
6. Publikasi kepada masyarakat yang lebih luas, yang terdiri dari aktifitas : Penyusunan Laporan Akhir, Penyusunan Materi Publikasi, Publikasi melalui Jurnal Ilmiah Nasional ber-ISSN / sesuai ketentuan atau kegiatan seminar /sejenis

Untuk durasi waktu dari setiap item kegiatan, dapat disampaikan dalam gambar dibawah ini :



Gambar 3.3. Jadwal kegiatan penelitian yang diusulkan

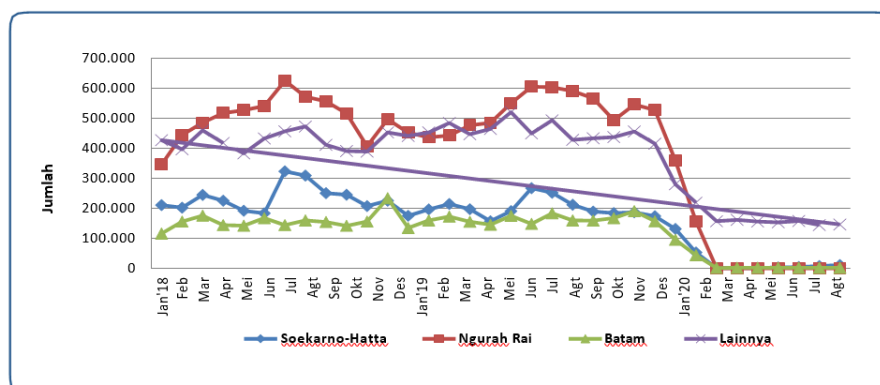
BAB – IV

PENGOLAHAN DAN ANALISIS

1. PERTUMBUHAN WISATA

COVID-19 merupakan penyakit menular yang disebabkan oleh sindrom pernapasan akut coronavirus 2 (severe acute respiratory syndrome coronavirus 2 atau SARS-CoV-2). COVID-19 sendiri merupakan coronavirus jenis baru yang ditemukan di Wuhan, Hubei, China pada tahun 2019 (Ilmiyah, 2020; Hui, et al., 2020). Karena itu, Coronavirus jenis baru ini diberi nama Coronavirus disease-2019 yang disingkat menjadi COVID-19. COVID-19 sejak ditemukan menyebar secara luas hingga mengakibatkan pandemi global yang berlangsung sampai saat ini.

Pandemi global yang terjadi pula di Indonesia membuat banyak pihak berupaya ikut berperan serta dalam mengatasi. Terjadinya pandemi ini berdampak pada segala sector, baik dari sector kesehatan hingga ekonomi. Salah satu sector yang terkena imbas dari pandemi ini adalah sector Pariwisata. Hal ini terlihat dari jumlah kunjungan wisatawan mancanegara (wisman) yang menurun sangat tajam. Di sisi lain, penurunan jumlah kunjungan wisman ini juga berdampak pada sector-sektor pendukung pariwisata, seperti tingkat hunian kamar hotel dan sector transportasi. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah kunjungan wisman ke Indonesia pada Oktober 2020 mengalami penurunan drastic sebesar 88,25% dibandingkan dengan jumlah kunjungan Oktober 2019. Namun jika dibandingkan dengan bulan sebelumnya, September 2020, kondisi ini justru meningkat sebesar 4,57%.

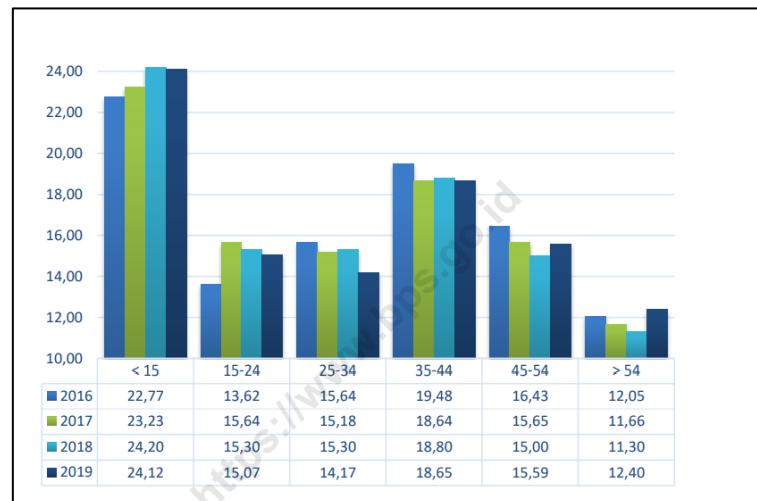


Gambar 4.1. Perkembangan Wisman Menurut Pintu Masuk Januari 2018- Oktober 2020 (Sumber : Badan Pusat Statistik, 2020)

Yogyakarta menjadi salah satu wilayah di Indonesia dengan sektor pariwisata yang terdampak pandemi Covid-19. Menurut data dari BPS DIY, pada bulan Mei 2020 di DIY tidak ada kunjungan wisatawan mancanegara. Seluruh pelaku wisata, dari posisi puncak hingga paling bawah -- terutama pada sektor-sektor informal -- hampir tak ada yang bisa menghindar dari pelemahan ekonomi akibat pandemi Covid-19. Tak hanya pelaku perhotelan dan restoran, ribuan pengayuh becak, kusir andong juga para pedagang kaki lima yang mengandalkan hidup dari kunjungan wisata, tak memperoleh masukan sebagaimana pada hari sebelum wabah. Mereka kehilangan penghasilan tidak tetapnya, karena kunjungan wisatawan anjlok nyaris 100 persen. Hal ini sangat mengkhawatirkan karena diketahui bahwa Yogyakarta menjadi salah satu kota yang menjadi tujuan wisata di Indonesia.

Namun jika dilihat perkembangannya pariwisata sudah mulai tumbuh kembali. Data dari Dinas Pariwisata DIY menunjukkan kunjungan wisatawan mencapai 180 ribu kunjungan selama libur akhir pekan (TribunNews, 2020). Data ini menunjukkan pariwisata DIY semakin membaik. Pada 2021 diperkirakan wisata semakin meningkat karena adanya Keputusan Bersama Menteri Pendidikan dan Kebudayaan, Menteri Agama, Menteri Kesehatan, dan Menteri Dalam Negeri, Nomor 04/KB/2020, Nomor 737 Tahun 2020, Nomor HK.01.08/Menkes/7093/2020, dan Nomor 420-3987 Tahun 2020 tentang Panduan Penyelenggaraan Pembelajaran pada Tahun Ajaran 2020/2021 dan Tahun Akademik 2020/2021 di Masa Pandemi Coronavirus Disease 2019 (Covid-19), yang menyatakan kegiatan pembelajaran dapat dilakukan secara hybrid yaitu secara luring dan daring. Hal ini tentunya akan meningkatkan kunjungan kelokasi wisata, mengingat banyak sekali pelajar dari luar DIY yang menuntut ilmu di Yogyakarta.

Sektor pariwisata akan dikunjungi oleh para milenial-milenial yang sudah sekitar 10 bulan menetap dirumahnya. Dari data sebaran penduduk yang melakukan perjalanan wisata yang dikumpulkan oleh Badan Pusat Statistik (BPS), generasi milenial memiliki presentase terbanyak melakukan perjalanan wisata yaitu sebesar 39,19% pada tahun 2019, yang terdiri dari kelompok umur < 15 tahun sebesar 24,12 % dan 15-24 tahun sebesar 15,07%.



Gambar 4.2.

Sebaran Penduduk yang Melakukan Perjalanan Wisata berdasar kelompok Usia
(Sumber : Badan Pusat Statistik, Statistik Wisatawan Nusantara 2019)

Berkembangnya sektor pariwisata nantinya harus diimbangi dengan segala bentuk kebiasaan baru, baik dalam kesehatan maupun berperilaku. Untuk itu maka diperlukan langkah untuk memajukan kembali sektor pariwisata khususnya di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY). Saat ini pemerintah provinsi DIY sudah membuat langkah untuk membuka tempat-tempat wisata dengan merancang protokol kesehatan. Protokol kesehatan tersebut salah satunya tercantum dalam Peraturan Walikota Yogyakarta Nomor : 51 Tahun 2020.

Selain itu, sektor pariwisata juga harus mulai merancang tempat wisata yang aman dan nyaman untuk dikunjungi wisatawan. Salah satu factor kenyamanan suatu lokasi wisata adalah tersedianya fasilitas-fasilitas umum seperti tempat ibadah. Masih banyak tempat wisata yang kurang mempertimbangkan fasilitas tersebut, padahal diketahui bahwa muslim adalah mayoritas di Indonesia. Jadi perlu adanya tindakan untuk membawa tempat wisata kearah muslim friendly.

Dilain pihak, wisata adalah suatu kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata (DTW) yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara. Sedangkan wisatawan (tourist) adalah

setiap orang yang mengunjungi suatu tempat di luar tempat tinggal kesehariannya selama periode tertentu, didorong oleh satu atau beberapa keperluan tanpa bermaksud untuk memperoleh penghasilan ditempat yang dikunjungi seperti berlibur, rekreasi dan olahraga serta bisnis, mengunjungi teman dan keluarga, misi, menghadiri pertemuan, konferensi, kunjungan dengan alasan kesehatan, belajar dan keagamaan.

Menurut BPS tempat-tempat yang menjadi tujuan wisatawan tersebut bisa dikelompokkan menjadi 6 kelompok yaitu

1. Daya Tarik Wisata Alam,
kelompok ini mencakup kegiatan kawasan pelestarian alam untuk menyelenggarakan usaha sarana dan prasarana pariwisata alam di blok pemanfaatan yang bertujuan untuk pariwisata dan rekreasi alam, seperti Pulau Weh (Aceh), Tangkuban Perahu (Jawa Barat), dan Bukit Soeharto (Kalimantan Timur), Taman Wisata Alam Maribaya dan air terjun, Pangandaran dan Batu Putih.
2. Daya Tarik Wisata Budaya,
adalah suatu taman atau tempat wisata yang bertujuan untuk melestarikan budaya yang pernah ada seperti pemukiman/kampung adat. Contohnya Desa Wisata Penglipuran.
3. Daya Tarik Wisata Buatan,
Kelompok ini mencakup suatu usaha pengelolaan untuk mengadakan kegiatan daya wisata buatan/binaan manusia lainnya. Contohnya Wisata Outbond.
4. Taman Hiburan dan Rekreasi,
Taman hiburan adalah kelompok yang mencakup kegiatan taman bertema atau taman hiburan. Kegiatannya mencakup pengoperasian berbagai macam atraksi seperti permainan menggunakan mekanik, permainan menggunakan air, permainan pertunjukan, pameran dengan tema tertentu dan lapangan piknik. Misalnya Taman Bertema Dunia Fantasi, Atlantis, Jungle, Water Boom dan sejenisnya.
Taman Rekreasi/ Taman Wisata, kelompok ini mencakup suatu usaha yang menyediakan tempat dan berbagai jenis fasilitas untuk memberikan kesegaran jasmani dan rohani yang mengandung unsur hiburan, pendidikan dan kebudayaan

sebagai usaha pokok disuatu kawasan tertentu (termasuk pantai) dan dapat dilengkapi dengan penyediaan jasa pelayanan makan dan minum serta akomodasi. contohnya seperti Pantai Matahari, Pantai Losari dan sebagainya.

5. Kawasan Pariwisata,

Kelompok ini mencakup pengusahaan lahan dengan luas sekurang- kurangnya 100 hektar dengan menata dan membagi lebih lanjut menjadi satuan-satuan simpul atau lingkungan tertentu, membangun atau menyewakan satuan-satuan simpul untuk pembangunan usaha sarana dan prasarana wisata yang diperlukan dengan persyaratan yang telah dipersiapkan sebelumnya, melaksanakan dan atau mengawasi pembangunan usaha pariwisata sesuai persyaratan yang ada serta membangun atau menyediakan tempat untuk keperluan administrasi usaha kawasan pariwisata. Misalnya Bali Tourism Development Corporation (BTDC), Tanjung Lesung, Lombok Tourism Development Corporation (LTDC).

6. Wisata Tirta

Wisata tirta meliputi ;

a. Kolam Pemancingan

Suatu usaha yang menyediakan tempat dan fasilitas untuk memancing ikan sebagai usaha pokok dan dapat dilengkapi dengan penyediaan jasa pelayanan makan dan minum.

b. Arung Jeram

Suatu usaha pengelolaan dengan pemanfaatan sungai arus deras untuk mengadakan kegiatan arung jeram sebagai usaha pokok dikawasan tertentu. Misalnya Arung jeram Sobek Bali, Arung jeram Arus Liar Citarik.

c. Wisata Selam

Suatu usaha pengelolaan untuk mengadakan kegiatan selam untuk tujuan wisata pada kawasan tertentu sebagai usaha pokok di suatu kawasan tertentu. Termasuk kegiatan snorkeling.

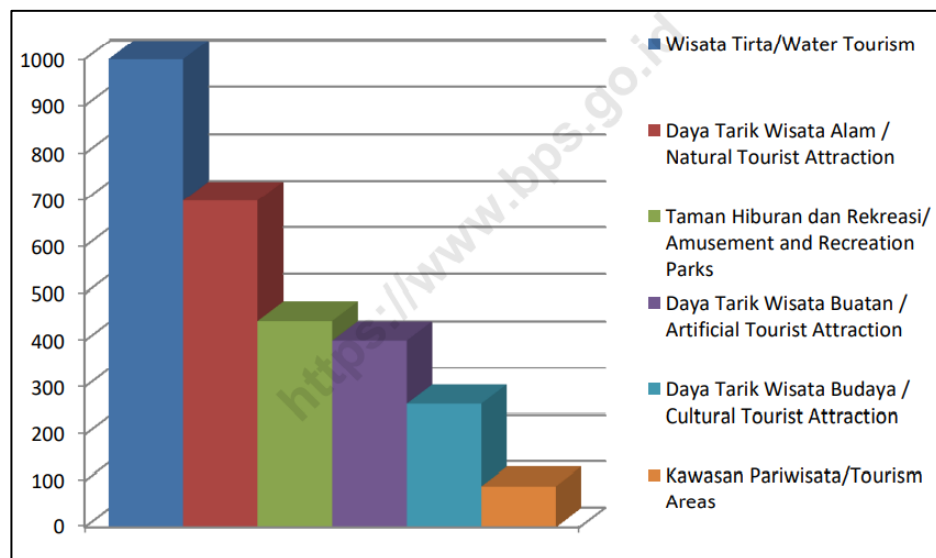
d. Dermaga Marina

Suatu usaha penyediaan dan pengelolaan tempat untuk penambatan atau berlabuh kapal pesiar/wisata dan atau perahu layar wisata dan pelayanan jasa lain yang berkaitan dengan kegiatan kelautan. Misalnya Marina Ancol, Benoa Marine.

e. Wisata Tirta Lainnya

Suatu usaha pengelolaan untuk mengadakan wisata tirta lainnya yang belum tercakup di kelompok sebelumnya seperti selancar, selancar angin, para layar dan motor air sebagai usaha pokok disuatu kawasan tertentu dan dapat dilengkapi dengan penyediaan berbagai jenis fasilitas termasuk jasa pelayanan makan dan minum serta akomodasi.

Menurut data BPS dilihat dari jenis perusahaan objek daya tarik wisata tahun 2018 yang masuk kategori Usaha Menengah Besar (UMB), usaha atau perusahaan di Indonesia didominasi oleh jenis objek wisata tirta, yaitu sebanyak 1000 perusahaan, diikuti oleh jenis objek wisata alam sebanyak 699 perusahaan, taman hiburan dan rekreasi sebanyak 443 perusahaan, wisata buatan sebanyak 401 perusahaan, wisata budaya sebanyak 264 perusahaan, serta kawasan pariwisata sebanyak 89 perusahaan. Untuk D.I.Yogyakarta memiliki 37 Daya Tarik wisata alam, 30 Daya Tarik wisata budaya, 33 Daya Tarik wisata buatan, 30 taman hiburan dan rekreasi, 2 kawasan pariwisata, dan 45 wisata tirta



Gambar 4.3.

Jumlah Usaha/Perusahaan Objek Daya Tarik Wisata Komersial di Indonesia, 2018
(Sumber : Badan Pusat Statistik, Statistik Objek Daya Tarik Wisata 2018)

Tabel 4.1.

Jumlah Usaha/ Perusahaan Objek Daya Tarik Wisata Komersial Per Provinsi
(Sumber : Badan Pusat Statistik, Statistik Objek Daya Tarik Wisata 2018)

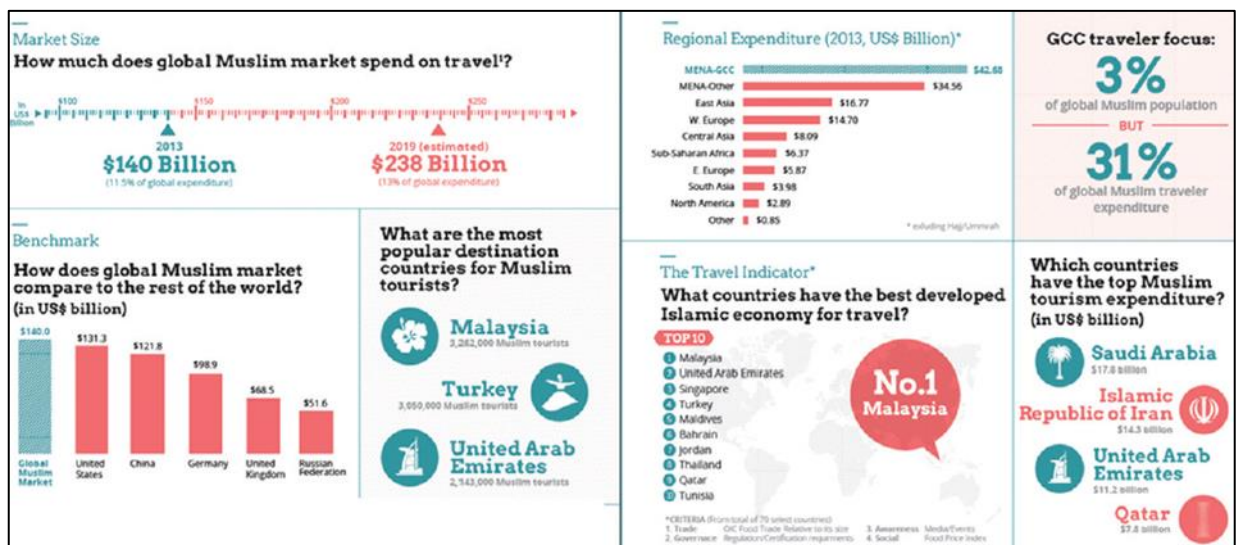
| PROVINSI / PROVINCE | DAYA TARIK WISATA/ TOURISM ATTRACTION | | | TAMAN HIBURAN DAN REKREASI/ AMUSEMENT AND RECREATION PARK | KAWASAN PARI- WISATA/ TOURISM AREA | WISATA TIRTA/ WATER TOURISM | JUMLAH/ TOTAL |
|--------------------------|--|--------------------|-----------------------|---|--|--------------------------------------|------------------|
| | ALAM/ NATURE | BUDAYA/ CULTURE | BUATAN/ ARTIFICIAL | | | | |
| (1) | (2) | (3) | (4) | (5) | (6) | (7) | (8) |
| 01. Aceh | 10 | 5 | 3 | 14 | - | 14 | 46 |
| 02. Sumatera Utara | 48 | 12 | 14 | 33 | 2 | 58 | 167 |
| 03. Sumatera Barat | 37 | 11 | 4 | 14 | 4 | 7 | 77 |
| 04. Riau | 7 | 4 | 8 | 5 | - | 12 | 36 |
| 05. Jambi | 2 | 4 | 1 | 4 | - | 4 | 15 |
| 06. Sumatera Selatan | 5 | 5 | 4 | 5 | - | 7 | 26 |
| 07. Bengkulu | 8 | 3 | 3 | 7 | - | 4 | 25 |
| 08. Lampung | 2 | 1 | 3 | 10 | 2 | 18 | 36 |
| 09. Kep. Bangka Belitung | 13 | 4 | 1 | 9 | 1 | 10 | 38 |
| 10. Kep. Riau | 6 | 2 | 6 | 14 | 1 | 11 | 40 |
| 11. DKI Jakarta | 6 | 17 | 6 | 8 | 10 | 30 | 77 |
| 12. Jawa Barat | 108 | 33 | 39 | 67 | 15 | 196 | 458 |
| 13. Jawa Tengah | 115 | 38 | 45 | 55 | 12 | 37 | 302 |
| 14. DI Yogyakarta | 37 | 30 | 33 | 30 | 2 | 45 | 177 |
| 15. Jawa Timur | 123 | 29 | 78 | 111 | 16 | 172 | 529 |
| 16. Banten | 19 | 2 | 8 | 12 | 12 | 71 | 124 |
| 17. Bali | 55 | 23 | 36 | 14 | 5 | 204 | 337 |
| 18. Nusa Tenggara Barat | 9 | 2 | 15 | 8 | - | 27 | 61 |
| 19. Nusa Tenggara Timur | 5 | 9 | 2 | 3 | 2 | 17 | 38 |
| 20. Kalimantan Barat | 3 | 1 | 3 | 5 | 1 | 4 | 17 |
| 21. Kalimantan Tengah | 4 | 1 | 2 | 2 | - | 3 | 12 |
| 22. Kalimantan Selatan | 3 | 2 | 5 | 4 | 1 | 7 | 22 |

2. POTENSI WISATA HALAL

Wisata Halal merupakan terminologi baru dan inovasi layanan di sektor pariwisata yang berusaha mengakomodir kebutuhan wisatawan muslim. Kata halal di sini merupakan serapan langsung dari bahasa arab yang artinya diizinkan atau diperbolehkan (El-Gohary, 2015). Wisata halal adalah suatu bentuk penawaran berupa paket tujuan wisata yang didesain secara khusus untuk melayani kebutuhan wisatawan muslim dengan mengeliminasi makanan yang haram, judi, minimal alkohol, dan aktivitas terlarang lainnya. Razalli et. al. (2012) menegaskan bahwa faktor fundamental dalam wisata halal harus diperhatikan meliputi makanan halal, hotel halal, transportasi halal, logistik halal, spa halal, paket wisata halal dan kebutuhan jasa keuangan Islam. Dengan demikian, wisata halal tidak bisa dipandang sebagai entitas tunggal melainkan meliputi entitas yang berkaitan dengan produk dan jasa halal lainnya. Dalam situasi pandemi saat ini sangat penting memperhatikan produk dan jasa yang dikonsumsi. Implementasi gaya hidup halal menjadi pilihan bijak untuk memitigasi risiko tertularnya Virus Covid-19 karena produk dan jasa dengan label

halal sangat erat korelasinya atau identik dengan kebersihan dan kesehatan. Hal ini dikonfirmasi oleh Huat (2009) dan Samori et al. (2016) yang menyatakan bahwa produk halal meliputi kebersihan, keamanan, dan kualitas pada seluruh rantai pasoknya.

Thomson Reuters bekerjasama dengan DinarStandard menerbitkan laporan State of Islamic Economy Global yang berusaha mengestimasi pengeluaran perjalanan muslim global sebesar \$238 Milyar pada tahun 2019 atau naik sebesar 70% dari pengeluaran perjalanan muslim pada tahun 2013 sebesar \$140 Milyar. Prediksi pengeluaran perjalanan muslim global dibandingkan dengan total pengeluaran global pada tahun 2019 diperkirakan menduduki angka 13%. Angka ini mengalami kenaikan sebesar 1,5% dari rasio perjalanan muslim global dan total pengeluaran global pada tahun 2013 yang hanya tercatat sebesar 11% (Battour, 2017, Hal: 4).

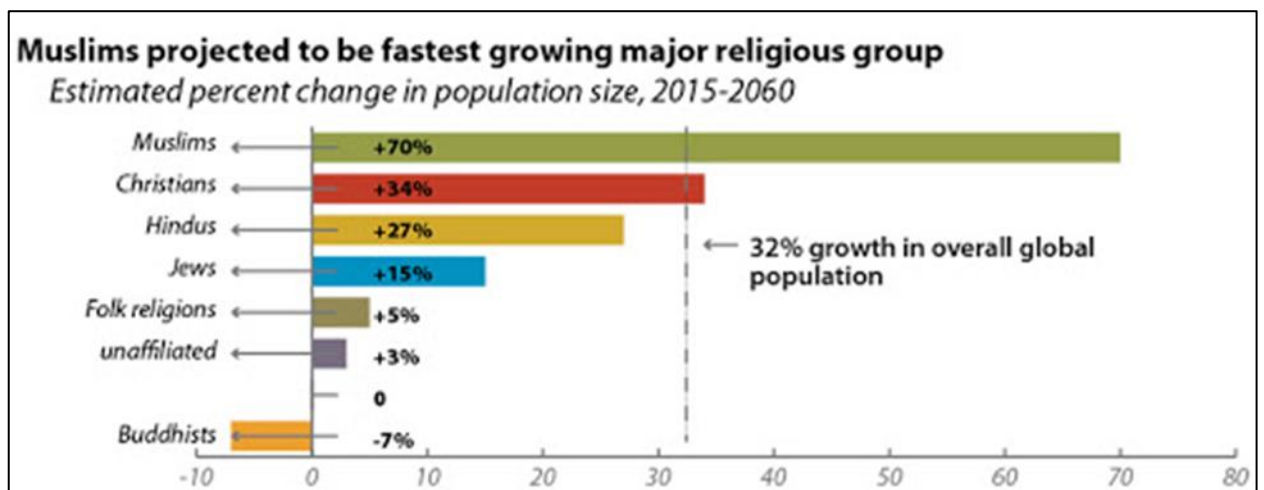


Gambar. 4.4. Global Muslim Market

Sumber: State of the global Islamic economy 2014–2015

Pew Research Center merilis laporan mengenai proyeksi pertumbuhan populasi berdasarkan kelompok agama (El-Gohary, 2015). Dalam laporan tersebut, disebutkan bahwa dalam rentang waktu periode 2015-2016 pertumbuhan populasi Muslim di dunia akan mengungguli Umat Nasrani sebagai kelompok agama terbesar di dunia saat ini. Populasi Muslim diprediksi akan mengalami pertumbuhan sebesar 70% dari 1,8 Milyar pada tahun 2015 diproyeksikan mencapai 3 Milyar pada tahun 2060. Tercatat

bahwa populasi Muslim tahun 2015 berada pada kisaran 24% dari total populasi penduduk secara global. Sementara jika mengikuti hasil prediksi sebelumnya, maka pada tahun 2016 populasi Muslim dibandingkan dengan total populasi penduduk global akan menduduki 31% atau 1:3 dari total populasi penduduk di dunia. Laporan ini memberikan indikasi dan sinyal positif terhadap seluruh negara di dunia bahwa segmentasi konsumen Muslim menjadi aspek menarik dan krusial untuk dipertimbangkan. Dengan kata lain, keberadaan Muslim sebagai calon kelompok populasi terbesar di dunia sangat komersil dan diperhitungkan sebagai target pasar potensial dalam konteks pemasaran global yang akan menyasar kebutuhan dan keinginan para muslim baik barang ataupun jasa.



Gambar 4.5. Muslim Projected to be Fastest Growing Major Religious Group
Estimated Percent Change in Population Size
Sumber: Pew Research Center Demographic Projections

Sebagai segmen pasar pariwisata dunia (Vargas-Sánchez and Moral-Moral, 2019), tingkat animo dan partisipasi wisatawan Muslim dalam pengembangan wisata halal menunjukkan bahwa wisata halal merupakan salah satu niche market terbesar dan potensial dalam kemajuan industri pariwisata global yang memberikan peluang yang menjanjikan baik bagi negara-negara Islam maupun non-Islam (Boğan and Sarıışık, 2018). Wajar saja jika saat ini wisata halal merupakan salah satu sektor di industri pariwisata global yang tumbuh dan berkembang dengan pesat sebagaimana laporan dari The World Halal Travel Summit (2015) yang memperkirakan potensi wisata halal melebihi \$230 Miliar pada tahun 2020 (El-Gohary, 2015). Sama halnya dengan

negara lain, pemerintah Indonesia meyakini bahwa pengembangan wisata halal merupakan sektor strategis dalam akselerasi pertumbuhan ekonomi dan penggerak kunci pengembangan industri halal di Indonesia (Bank Indonesia, 2019). Dalam acara Halal Tourism Summit yang digelar pada tahun 2019, Bank Indonesia menyampaikan terdapat 140 juta wisatawan mancanegara yang datang ke Indonesia dan menghabiskan \$35 Miliar untuk belanja atau pengeluaran online pada tahun 2018. Lebih lanjut, Bank Indonesia meramalkan bahwa akan terjadi lonjakan wisatawan muslim mancanegara sebesar 18 juta pengunjung atau tumbuh sekitar 13% pada tahun 2020.

Indonesia menjadi salah satu negara yang paling progresif dan tidak ingin menghilangkan momentum dalam mengembangkan Wisata Halal berkelas dunia demi mengantisipasi pertumbuhan wisatawan muslim yang diprediksi oleh Bank Indonesia mencapai 158 juta jiwa pada tahun 2020 (Bank Indonesia, 2019). Akhirnya kerja keras pemerintah Indonesia membuahkan hasil ketika Lembaga Pemeringkat Dunia Mastercard-Crecent mempublikasi Global Muslim Travel Index (GMTI) dan mengukuhkan Indonesia sebagai destinasi wisata halal terpopuler dunia pada tahun 2019 (Mastercard and CrescentRating, 2019). Dalam penetapan peringkat, Mastercard-Crecent memiliki standar penilaian yang merujuk pada 4 kriteria kunci yaitu Access, Communications, Environment, and Services (ACES). Dari empat kriteria tersebut, faktor komunikasi menjadi kriteria yang mengalami perubahan positif dan signifikan. Alasannya setiap indikator atau sub-kriteria yang mewakili komunikasi meliputi kemudahan komunikasi, kehadiran teknologi digital, dan jangkauan mengalami peningkatan jika dibandingkan pada tahun 2018 (Mastercard and CrescentRating, 2018). Pencapaian ini tidak terlepas dari kemajuan teknologi dan perkembangan sistem informasi yang terus mendorong dan menstimulus lahirnya aplikasi digital sebagai upaya merespon kebutuhan wisatawan dan perbaikan layanan berkelanjutan di era revolusi industri 4.0.

Mastercard-CrecentRating secara spesifik mengklasifikasi 3 jenis layanan berdasarkan kebutuhan wisatawan muslim yang terdiri dari Need to have, Good to have, and Nice to have.

TOP 10 OIC DESTINATIONS

| RANK | GMTI 2019 RANK | DESTINATION | | SCORE | CHANGE |
|------|----------------|----------------------|---|-------|--------|
| 1 | 1 | Malaysia |  | 78 | 0 |
| 1 | 1 | Indonesia |  | 78 | 1 |
| 3 | 3 | Turkey |  | 75 | 1 |
| 4 | 4 | Saudi Arabia |  | 72 | 1 |
| 5 | 5 | United Arab Emirates |  | 71 | -3 |
| 6 | 6 | Qatar |  | 68 | 0 |
| 7 | 7 | Morocco |  | 67 | 3 |
| 8 | 8 | Bahrain |  | 66 | 0 |
| 8 | 8 | Oman |  | 66 | 1 |
| 10 | 10 | Brunei |  | 65 | 1 |

TOP 10 NON-OIC DESTINATIONS

| RANK | GMTI 2019 RANK | DESTINATION | | SCORE | CHANGE |
|------|----------------|----------------|---|-------|--------|
| 1 | 10 | Singapore |  | 65 | 0 |
| 2 | 18 | Thailand |  | 57 | 0 |
| 3 | 25 | United Kingdom |  | 53 | 0 |
| 3 | 25 | Japan |  | 53 | 1 |
| 3 | 25 | Taiwan |  | 53 | 2 |
| 6 | 29 | South Africa |  | 52 | 1 |
| 7 | 31 | Hong Kong |  | 51 | -2 |
| 8 | 34 | South Korea |  | 48 | 5 |
| 9 | 36 | France |  | 46 | 0 |
| 9 | 36 | Spain |  | 46 | 3 |
| 9 | 36 | Philippines |  | 46 | 5 |

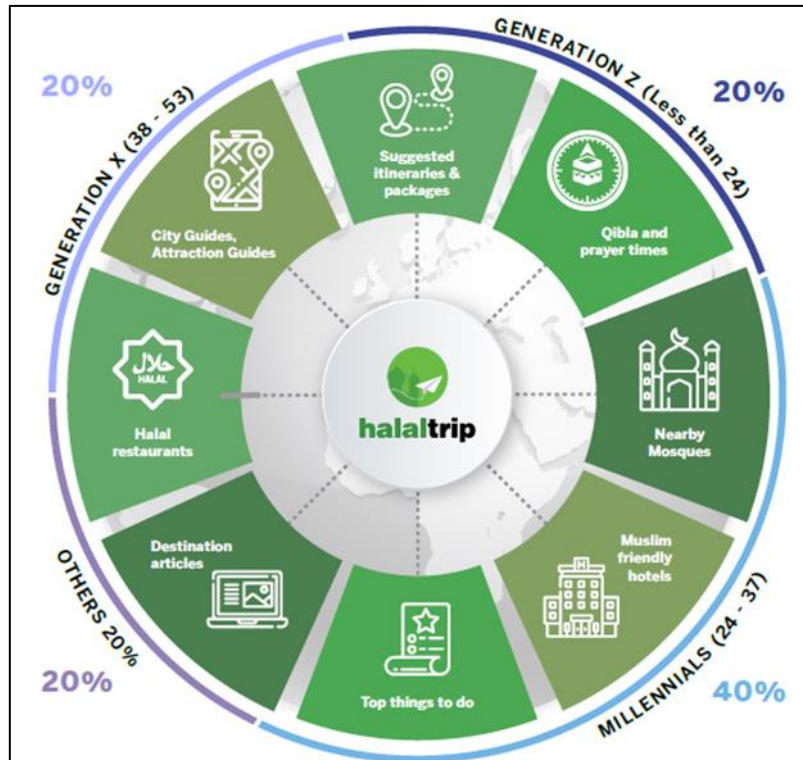
Gambar 4.6. Top 10 Destinations – GMTI 2019 Ranking
Sumber: Mastercard - CrescentRating

Dengan kata lain, Need to have mewakili primary needs yang artinya wajib terpenuhi, Good to have merepresentasi secondary needs yang dianjurkan untuk disediakan dan Nice to have merefleksikan tertiary needs yang bertujuan sebagai pelengkap dan pendukung dari dua kebutuhan sebelumnya. Need to have dibuat untuk memenuhi kebutuhan muslim yang mencakup ketersediaan makanan halal, fasilitas untuk beribadah, kamar mandi yang dilengkapi dengan air bersih, dan jaminan keselamatan dan keamanan saat mengunjungi obyek wisata. Di sisi lain, Good to have dirancang untuk melengkapi kebutuhan wisatawan berkaitan dengan layanan yang berorientasi pada tanggung jawab sosial terhadap lingkungan, layanan saat Bulan Ramadhan, dan pengalaman wisatawan terhadap budaya dan warisan dari komunitas muslim lokal. Sementara Nice to have bertujuan untuk menciptakan paket layanan yang menawarkan lokasi atau area wisata yang bersifat privasi dan memastikan tidak menyediakan layanan kecuali produk dan layanan yang halal. Transformasi layanan digital diharapkan dapat dijadikan sebagai bentuk adaptasi dan inovasi teknologi dalam memasarkan paket wisata halal di era new normal. Lebih lanjut, para pengembang aplikasi juga harus menjamin dan mempromosikan semua layanan yang ditawarkan kepada wisatawan sudah sesuai dengan standar protokol kesehatan yang ditetapkan oleh pemerintah.



Gambar 4.7. Crescentrating Faith-Based Service Needs
Sumber: Mastercard-CrescentRating

Semua wisatawan Muslim dari lintas generasi sangat membutuhkan media dan teknologi digital untuk meningkatkan pengalaman perjalanan mereka. Kehadiran aplikasi yang tersedia pada Smartphone menjadi platform unggulan untuk memfasilitasi layanan berbasis agama sesuai dengan kebutuhan wisatawan Muslim. Prinsipnya, wisatawan muslim dapat menjalankan ibadah saat melakukan perjalanan wisata atau mengunjungi destinasi wisata sesuai dengan ajaran Islam. Ada delapan aktivitas yang sering dilakukan oleh wisatawan muslim ketika menggunakan platform digital untuk mendukung gaya hidup halal saat berwisata, yaitu: pencarian paket perjalanan wisata halal, arah dan waktu shalat, masjid, muslim friendly hotel, artikel-artikel yang mengeksplorasi keindahan destinasi wisata, restaurant halal, pertunjukan atau atraksi wisata, dan beberapa hal menarik yang dilakukan oleh wisatawan lainnya ketika berkunjung ke destinasi wisata tertentu. Menariknya, penggunaan aplikasi digital dalam rangka mematuhi prinsip syariah dan habituasi halal life style ternyata didominasi oleh Generasi Milenial (24-37 Tahun) sebesar 40% dan Generasi Z (Kurang dari 24 Tahun) sebesar 20%. Ini adalah generasi produktif yang diproyeksikan menjadi penyumbang terbesar wisata halal dunia karena jika dijumlah persentase mereka (Generasi Milenial dan Z) mencapai 60% dari total generasi yang ada.



Gambar 4.8. Halaltrip Generations Digital print
Sumber: Mastercard-Crescent Rating

3. POTENSI PASAR MILENIAL

Tidak dapat dipungkiri, bahwa perkembangan Teknologi Informasi dalam 3 dekade belakang telah membawa manusia berada pada level kualitas hidup yang lebih tinggi melalui kemudahan yang didapat. Hampir seluruh informasi yang diperlukan saat ini dapat disediakan langsung dihadapan kita dengan bantuan Sistem Informasi, seolah – olah Everything just in one click away. Saat ini, situasi terkait dengan pariwisata dan teknologi informasi komunikasi berada pada the age of acceleration (Xiang, 2018). Bagi sektor pariwisata, teknologi informasi dan sistem informasi merupakan celah potensial untuk meningkatkan optimalisasi pada perusahaan terkait (Carroll, Caulfield, & Ahern, 2019). Teknologi untuk pengembangan smart tourism muncul dan berkembang di berbagai tempat di dunia (Shafiee, Rajabzadeh Ghatari, Hasanzadeh, & Jahanyan, 2019).

Begitu besarnya pengguna internet saat ini yang difasilitasi oleh Smartphone sehingga melahirkan sebuah Generasi Milenial. Sebuah generasi yang 80% eksis di dunia maya,

media sosial dan media digital. Kementerian Pariwisata menangkap peluang ini dengan melahirkan sebuah komunitas netizen zaman now yang tertarik dengan pariwisata dan 80% bergerak di sosial media, yaitu GenPI (Generasi Pesona Indonesia) dan GenWI (Generasi Wonderful Indonesia) yang sangat disambut baik oleh Menteri Pariwisata. Dimana GenPI/GenWI adalah generasi milenial dengan basis komunitas yang aktif mempromosikan Pariwisata Indonesia baik melalui blog, vlog atau medsos kepada masyarakat luas. Mereka sangat aktif dan rutin menggunakan jari mereka untuk pariwisata Indonesia. Passion mereka memang di pariwisata, untuk itu setiap hari mempromosikan tema-tema pariwisata di Instagram, Facebook, Twitter, YouTube, WeChat, Weibo, Line, Path, dan platform medsos lainnya.

Hasil studi Singapore Tourism Board menyatakan bahwa wisatawan milenial lebih suka mencari pengalaman baru, unik, otentik dan personal. Mereka sangat percaya pada ulasan-ulasan wisata terutama pada media sosial. Pada poin inilah wisata berbasis masyarakat bertemu dengan tren pasar. Desain wisata yang mengedepankan keintiman interaksi masyarakat desa dengan para wisatawan serta keunikan desa menjadi daya tarik bagi wisatawan milenial. Masih menurut Singapore Tourism Board, wisatawan milenial Indonesia mudah terpengaruh oleh pengalaman orang lain. Media social-lah yang menjadi media saling mempengaruhi tersebut. Selain media sosial, forum-forum di internet dan situs review wisata menjadi rujukan bagi mereka untuk berkunjung ke sebuah tempat wisata.

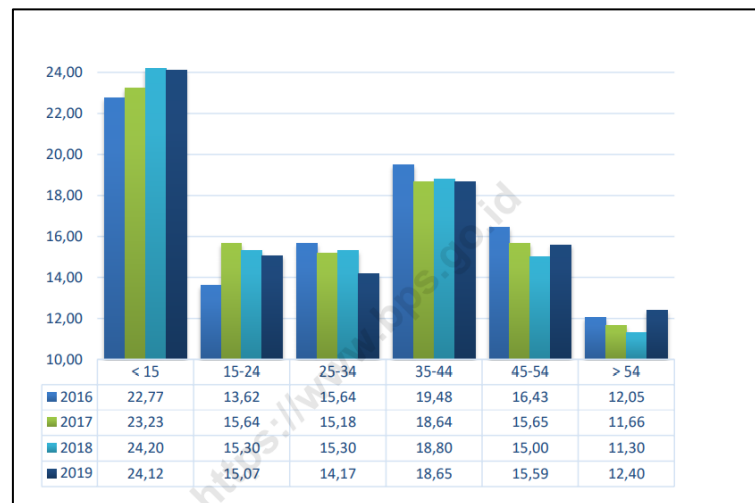
Generasi milenial adalah konsumen wisata yang sangat potensial. Selain jumlah yang besar, karakter mereka secara tidak langsung sangat mendukung proses promosi. Karenanya, pengelola wisata dituntut untuk mengikuti keinginan dan harapan mereka. Jika tidak, tentu mereka akan mengabaikan wisata kita. Secara berurutan, generasi milenial paling banyak menggunakan media sosial youtube, facebook dan instagram. Pegiat wisata berbasis masyarakat harus mempelajari karakter dari ketiga media sosial tersebut. Secara teknis, perlu riset media sosial untuk mendapatkan hati para generasi milenial. Hal pertama yang harus dilakukan adalah mencari kata kunci yang berhubungan dengan wisata yang sedang kita kembangkan. Misalnya saat ada penyelenggaraan event pariwisata seperti Buleleng Festival tentu penggunaan hastag

atau tanda pagar dalam meng-upload sesuatu. Setelah itu perlu mencari akun atau orang-orang yang tertarik dengan karakter wisata yang sedang dikembangkan. Terakhir, mengunggah foto atau video terbaik dengan menyertakan kata kunci dan menandai (tag) orang-orang sehingga saat orang lain membuka aplikasi tentu akan menjadi prioritas tampilan dalam halaman awal.

Dilain pihak, Yogyakarta menjadi salah satu wilayah di Indonesia dengan sektor pariwisata yang terdampak pandemi Covid-19. Menurut data dari BPS DIY, dilihat perkembangannya pariwisata sudah mulai tumbuh kembali. Data dari Dinas Pariwisata DIY menunjukkan kunjungan wisatawan mencapai 180 ribu kunjungan selama libur akhir pekan (TribunNews, 2020). Data ini menunjukkan pariwisata DIY semakin membaik. Pada 2021 diperkirakan wisata semakin meningkat karena adanya Keputusan Bersama Menteri Pendidikan dan Kebudayaan, Menteri Agama, Menteri Kesehatan, dan Menteri Dalam Negeri, tentang Panduan Penyelenggaraan Pembelajaran pada Tahun Ajaran 2020/2021 dan Tahun Akademik 2020/2021 di Masa Pandemi Coronavirus Disease 2019 (Covid-19), yang menyatakan kegiatan pembelajaran dapat dilakukan secara hybrid yaitu secara luring dan daring. Hal ini tentunya akan meningkatkan kunjungan kelokasi wisata, mengingat banyak sekali pelajar dari luar DIY yang menuntut ilmu di Yogyakarta. Sektor pariwisata akan dikunjungi oleh para milenial-milenial yang sudah sekitar 10 bulan menetap dirumahnya. Dari data sebaran penduduk yang melakukan perjalanan wisata yang dikumpulkan oleh Badan Pusat Statistik (BPS), generasi milenial memiliki presentase terbanyak melakukan perjalanan wisata yaitu sebesar 39,19% pada tahun 2019, yang terdiri dari kelompok umur < 15 tahun sebesar 24,12 % dan 15-24 tahun sebesar 15,07%.

Berkembangnya sektor pariwisata nantinya harus diimbangi dengan segala bentuk kebiasaan baru, baik dalam kesehatan maupun berperilaku. Untuk itu maka diperlukan langkah untuk memajukan kembali sektor pariwisata khususnya di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY). Saat ini pemerintah provinsi DIY sudah membuat langkah untuk membuka tempat-tempat wisata dengan merancang protokol kesehatan. Protokol

kesehatan tersebut salah satunya tercantum dalam Peraturan Walikota Yogyakarta Nomor : 51 Tahun 2020. Selain itu sektor pariwisata juga harus mulai merancang tempat wisata yang aman dan nyaman untuk dikunjungi wisatawan. Salah satu factor kenyamanan suatu lokasi wisata adalah tersedianya fasilitas-fasilitas umum seperti tempat ibadah. Masih banyak tempat wisata yang kurang mempertimbangkan fasilitas tersebut, padahal diketahui bahwa muslim adalah mayoritas di Indonesia. Jadi perlu adanya tindakan untuk membawa tempat wisata kearah muslim friendly.

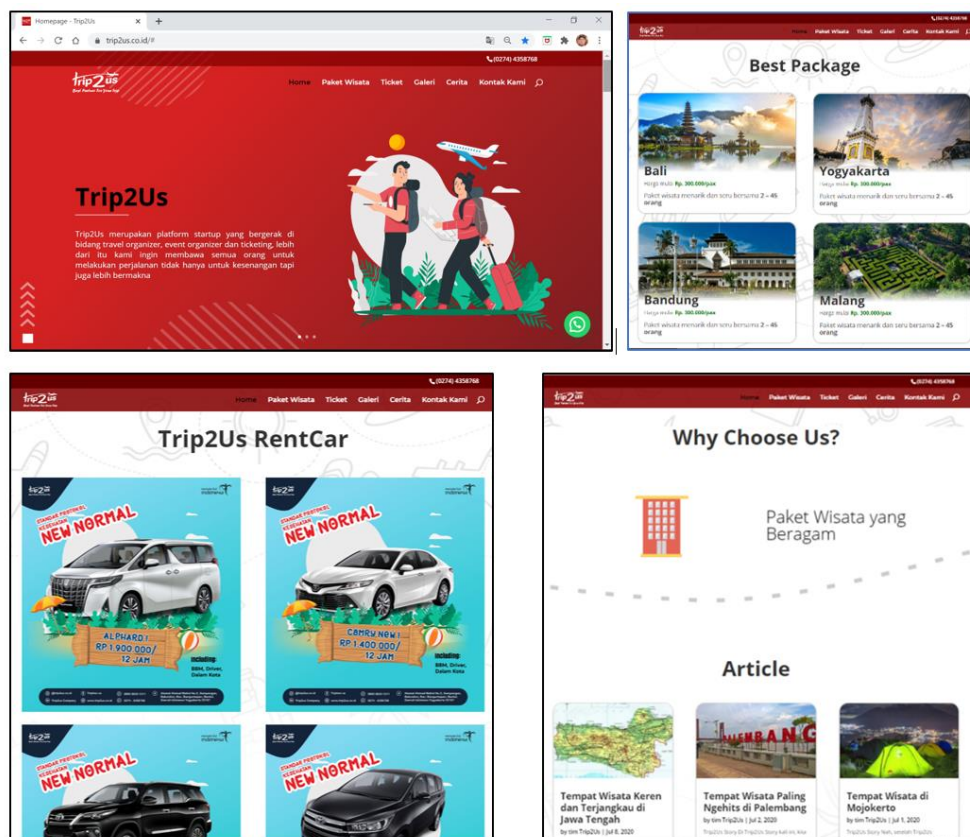


Gambar 4.9. Sebaran Penduduk yang Melakukan Perjalanan Wisata berdasar kelompok Usia (Sumber : Badan Pusat Statistik, Statistik WisatawanNusantara 2019)

4. BENCHMARKING STUDY PADA UKM PARIWISATA

Pada kegiatan kali ini, PT. Travel Istimewa Kita menjadi perusahaan mitra yang akan menjadi obyek pemberdayaan masyarakat. PT. Travel Istimewa Kita atau yang lebih akrab disapa dengan nama Trip2Us adalah perusahaan UKM yang bergerak di bidang jasa layanan pariwisata, tiket, dan transportasi. Bisnis ini didirikan pada tahun 2017 (tiga tahun yang lalu) oleh Ibu Elyas Apriliana, S.H yang beroperasi di Jl. Ahmad Wahid No. 5 Mantup, Baturetno, Banguntapan, Bantul, D.I. Yogyakarta. Usianya yang relatif muda membuat Trip2Us harus berjuang dan bertahan sekuat tenaga melawan pandemi Covid-19 yang sedang mewabah di negeri ini. Kebijakan pembatasan sosial (social distancing) dan himbauan pemerintah kepada masyarakat agar beraktivitas dan mengisolasi diri di rumah diduga menjadi salah satu faktor yang menyebabkan Trip2Us semakin tidak berdaya hingga akhirnya mengalami resesi. Pernyataan ini

didukung oleh Kamar Dagang dan Industri (Kadin) Indonesia yang menyatakan bahwa sebagian besar industri di tanah air lumpuh akibat penyebaran Covid-19, namun hantaman yang paling berat tetap dirasakan oleh industri pariwisata. Lebih lanjut, situasi ini terjadi karena masyarakat tidak berpergian dan harus berdiam diri di rumah untuk menghindari penularan Covid-19 yang meningkat setiap hari. Kesehatan finansial perusahaan secara langsung terganggu mengingat posisi omset merosot tajam, sementara perusahaan tetap harus mengalokasikan anggaran untuk pembayaran biaya tetap (fixed cost) seperti biaya sewa tempat, listrik, dan tenaga kerja. Faktanya Trip2Us sedang memasuki kondisi yang sulit dan memprihatinkan, perusahaan mengalami defisit di mana arus kas masuk (cash in) lebih kecil dibandingkan arus kas keluar (cash out). Akhirnya, perusahaan mengalami kerugian hingga pemberhentian tenaga kerja secara masif.



Gambar 4.10. Existing Website milik Trip2us

Sebagai solusi alternatif, pemerintah mengenalkan kebijakan new normal yang diharapkan dapat membantu para pelaku bisnis khususnya di sektor pariwisata untuk bangkit dan keluar dari ancaman krisis dan resesi. Penerapan new normal memberikan

peluang bagi obyek wisata untuk dibuka secara bertahap. Momentum ini memberikan sinyal positif bagi para pelaku bisnis sektor pariwisata untuk kembali beroperasi.

Trip2Us mengaku bahwa model pemasaran digital (digital marketing) sangat relevan digunakan sebagai sebuah adaptasi strategi untuk mendongkrak penjualan. Sayangnya, konten dan materi promosi Trip2Us yang sudah terpublikasi melalui website dan media sosial belum sesuai dengan kriteria yang dibutuhkan di era new normal. Mereka berharap ada suatu sistem informasi yang mampu memberikan penjelasan secara komprehensif dan progresif mengenai kesiapan obyek wisata mematuhi protokol kesehatan, ketersediaan fasilitas untuk mendukung wisata halal, dan transaksi pembayaran secara virtual untuk mendukung gerakan non-tunai dalam rangka menghambat penularan Covid-19. Lebih lanjut, isu lain yang sering menghambat proses pemasaran digital terletak pada minimnya respon masyarakat terhadap unggahan promosi dan iklan yang dibagikan secara luas lewat internet. Trip2Us merasa dan menyadari bahwa desain promosi yang disebarakan melalui website dan media sosial selama ini kurang efektif. Oleh sebab itu, diperlukan bantuan teknologi yang mengadopsi prinsip search engine optimization agar setiap konten promosi virtual yang dibuat oleh Trip2Us dapat diakses dengan mudah melalui smartphone dan berada di halaman pertama pencarian. Dengan demikian, secara otomatis layanan yang ditawarkan oleh Trip2Us akan dikonsumsi secara cepat oleh masyarakat yang selanjutnya dikonversi menjadi informasi yang berkualitas dan terpercaya sehingga menghasilkan keuntungan demi kelangsungan bisnis perusahaan.

Secara ringkas, permasalahan yang dihadapi oleh mitra, yang juga diyakini dihadapi oleh banyak UKM pariwisata yang lain adalah sebagai berikut :

1. Belum tumbuhnya minat pasar untuk melakukan perjalanan pariwisata karena masih banyak yang melakukan Physical dan Social Distancing menyusul Pandemi COVID-19 yang belum berakhir secara tuntas.
2. Masyarakat masih belum yakin bahwa obyek wisata yang akan dikunjungi telah sesuai dengan protokol kesehatan baru pasca Covid-19, termasuk kegiatan transportasi selama berwisata yang juga belum sepenuhnya memberikan rasa “aman” pasca pandemi Covid-19.

3. Pelaku usaha pariwisata belum sepenuhnya dapat memberikan alternatif wisata yang sesuai dengan aturan protokol kesehatan baru dan juga sesuai dengan konsep Wisata Halal sebagai salah satu potensi wisata yang menjanjikan.
4. Belum tersedianya sistem transaksi dan kegiatan ekonomi pariwisata bagi UKM yang berbasis pada konsep Less Contact Economy dan Contactless Transaction yang dapat diakses oleh masyarakat dengan konsep Mobile Information System secara luas.
5. Di lain pihak, kriteria untuk menentukan obyek wisata dan media transportasi yang sesuai dengan Protokol Kesehatan Baru Pasca Covid-19 (New Normal) dan sesuai dengan konsep Wisata Halal juga masih beragam dan tidak ada suatu standar yang diterima oleh kalangan luas.

5. SISTEM INFORMASI SEBAGAI SALAH SATU SOLUSI PERMASALAHAN

Sistem informasi adalah kumpulan subsistem yang saling berinteraksi dan membentuk suatu kesatuan, untuk melakukan fungsi pengolahan data meliputi menerima masukan (input) berupa data-data, melakukan pengolahan (processing), dan menghasilkan keluaran (output) berupa informasi yang bermanfaat bagi penerima/pengguna serta dapat membantu dalam pengambilan keputusan pengguna. Sistem Informasi merupakan sekumpulan fungsi-fungsi yang bekerja bersama-sama dalam mengelola, menyimpan, memproses serta mendistribusikan informasi .

Lebih lanjut, Sistem Informasi Pariwisata adalah sistem yang menyajikan informasi - informasi mengenai suatu objek wisata, kawasan wisata ataupun wahana - wahana di suatu objek/kawasan wisata. Sistem ini juga menyajikan tentang beberapa informasi yang menunjang kegiatan kepariwisataan seperti akomodasi, transportasi, tiket, hotel. Bagian-bagian dari sistem informasi pariwisata, antara lain: Promosi oleh negara/daerah, Asosiasi pariwisata, Travel information centers, Promosi oleh perusahaan, Pengetahuan pekerja pariwisata, dan Penampilan daerah pariwisata.

Manfaat menggunakan internet dalam Sistem Informasi Pariwisata secara umum adalah kemudahan untuk mengakses, dapat memberikan informasi yang lengkap kepada konsumen, dmenjangkau luas di berbagai dunia, dan dapat menjadi data-data yang dibutuhkan untuk perencanaan pariwisata.

Sebagaimana diuraikan pada bagian sebelumnya, bahwa pokok permasalahan pada mitra adalah pada aspek akses yang dimiliki oleh Calon wisatawan untuk mendapatkan informasi tentang perjalanan wisata (termasuk obyek wisata dan transportasi dan akomodasi) yang telah sesuai dengan protokol kesehatan baru pasca Covid-19 serta Wisata Halal, serta mekanisme untuk melakukan transaksi dan kegiatan ekonomi lain secara contactless. Karena itu, salah satu solusi yang dapat ditawarkan untuk meningkatkan daya saing dan kebangkitan UKM Pariwisata pasca Covid-19 ini adalah dengan meng-implementasikan sistem Mobile Digital Marketing, yang memungkinkan masyarakat untuk mendapatkan akses kepada :

1. Informasi terkait Perjalanan Wisata (Obyek dan Transportasinya) yang telah memenuhi standar / kriteria Protokol Pesehatan Baru pasca Covid-19 serta sesuai dengan konsep Wisata Halal.
2. Kemudahan transaksi dan kegiatan ekonomi lainnya seacara virtual atau Contactless sehingga meminimalkan resiko paparan Pandemi serta sesuai dengan protokol Kesehatan.
3. Informasi lain yang valid terkait perjalanan wisata dalam era New Normal.

6. STANDAR DAN KESIAPAN OBYEK WISATA TERHADAP PROTOKOL KESEHATAN PANDEMI COVID-19

Dari hasil observasi, wawancara, dan FGD yang dilaukan, maka telah didapatkan beberapa hal yang terkait dengan Standar dan kesiapan obyek wisata terhadap protokol Kesehatan Pandemi Covid-19.

a. Tata Laksana Pembukaan Tempat Wisata di Masa Pandemi

1) Sektor Hospitality

Menurut World Travel & Tourism Council (WTTC) beberapa hal yang harus dipersiapkan dalam menghadapi new normal adalah memperhatikan kesiapan operasional dan staf, memastikan pengalaman yang aman, membangun kembali kepercayaan wisatawan, dan kepercayaan diri serta penerapan kebijakan yang memungkinkan. Ketika hotel/homestay memutuskan kembali beroperasi, pastikan mereka :

- a) Hotel/homestay dapat mencapai kesiapan operasional untuk membuka kembali dengan memiliki:
- Memperoleh lisensi pembukaan kembali yang berlaku jika diminta oleh pemerintah daerah
 - Mengembangkan rencana pencegahan COVID-19 termasuk tindakan
 - / daftar pemeriksaan untuk pencegahan infeksi dan rencana pembersihan dan disinfeksi khusus
 - Level staf yang diperlukan tersedia untuk memulai kembali operasi
 - Protokol dan pedoman yang diterapkan untuk keselamatan dan kesehatan staf, termasuk pemeriksaan kesehatan untuk staf hotel. Hotel harus mengeluarkan dan mengomunikasikan kebijakan tinggal di rumah bagi siapa saja yang menunjukkan gejala atau peningkatan suhu sesuai pedoman Organisasi Kesehatan Dunia (WHO)
 - Bagi pemilik homestay tuan rumah diwajibkan dalam keadaan sehat.
 - Sebaiknya yang menjadi tuan rumah tidak yang berusia lanjut
 - Diselaraskan dengan mitra perjalanan dan transportasi lokal.
 - Protokol harus dilaksanakan oleh semua mitra, diharapkan semua pihak tersosialisasi dengan protokol yang sama
 - Menerapkan social distancing di lingkungan ruang kantor dan membatasi jumlah staf di area-area umum
 - Pastikan protokol dan pedoman social distancing, dan berikan tanda yang jelas agar komunikatif (menggunakan poster/ banner)
 - Teknologi terintegrasi untuk memungkinkan otomatisasi seperti pembayaran tanpa kontak jika memungkinkan (cashless payment/ non tunai)
 - Menerapkan protokol dan panduan yang ditingkatkan untuk keamanan makanan di restoran, kafe dan kios yang berkaitan dengan kontrol rantai pasokan, penanganan dan persiapan makanan, kebersihan, digitalisasi, manajemen antrian dan pembersihan.
 - Evaluasi inovasi untuk kebersihan dan desinfeksi, seperti teknologi penyemprotan elektrostatik, UVC, penyaringan udara berbasis cahaya

dan EPA, dengan validasi dari badan pakar dan lembaga pemerintah, dan berbagi praktik terbaik (cuci tangan menggunakan sabun sudah cukup)

b) Hotel/ homestay harus melatih staf/ pemilik rumah untuk mempersiapkan dan melaksanakan rencana operasional dengan:

- Membuat dan menerapkan protokol dan pedoman staf, Pedoman Perilaku atau daftar perilaku yang diharapkan untuk staf dan operasional
- Pelatihan ulang staf tentang pengendalian infeksi, sosial distancing dan langkah-langkah kebersihan yang ditingkatkan termasuk mencuci tangan, penggunaan masker dan sarung tangan seperti yang direkomendasikan oleh otoritas kesehatan setempat atau lebih ketat jika diperlukan oleh prosedur perusahaan perhotelan
- Semua pelatihan harus diinformasikan oleh rekomendasi terbaru dari otoritas kesehatan masyarakat dan atau WHO
- Pemantauan berkelanjutan terhadap staf dengan kepemimpinan, mendorong mereka untuk mengikuti pedoman pemerintah dan WHO. (pemeriksaan dilakukan secara berkala)

c) Hotel/homestay harus memastikan mereka memiliki:

- Proses yang berfokus pada peningkatan sanitasi, desinfeksi dan praktik pembersihan mendalam (deep cleaning) serta meningkatkan frekuensi pembersihan / desinfeksi.
 - Produk desinfektan terpilih yang disetujui oleh otoritas kesehatan
 - Pedoman yang telah direvisi kepada tim kebersihan untuk semua area hotel termasuk kamar tamu, kamar mandi, lift, klub kebugaran dan area umum dengan fokus khusus pada titik sentuh frekuensi tinggi seperti kartu kunci kamar, sakelar lampu, dan pegangan pintu.
 - Bagi seluruh pemilik homestay dianjurkan untuk membersihkan homestaynya
 - Barang-barang yang tidak penting harus dikeluarkan dari seluruh area hotel, seperti hiasan yang tidak terlalu penting, agar bisa meminimalisir dalam pembersihan

- Memastikan social distancing untuk para tamu melalui papan petunjuk dan panduan, termasuk di lift
- Proses skrining tamu dan social distancing:
 - Penerapan pemeriksaan kesehatan / pengukuran suhu tamu pada saat masuk kawasan hotel atau homestay.
 - Penyediaan sarana cuci tangan di seluruh area hotel, bisa dengan hand sanitizer atau wastafel dengan sabun dan fasilitas pengering tangan (mesin pengering atau tissue)
 - Interaksi sosial yang dibatasi danantisipasi sistem antrian di resepsionis
 - Bagi pemilik homestay yang sudah berusia lanjut, diharapkan tidak usah menerima tamu terlebih dahulu
- Meningkatkan keamanan dan kebersihan makanan di restoran dengan:
 - Pembatasan tamu dan reservasi sebaiknya dilaksanakan
 - Tamu tidak mengambil sendiri makanan (a la carte atau sediakan petugas untuk melayani pengambilan makanan di meja buffet)
 - Rapat koordinasi yang sifatnya terbatas, konsumsi bisa dalam bentuk nasi dos
 - Pembersihan peralatan secara berkala dan jika memungkinkan dioperasikan oleh staf hotel / pemilik homestay
 - Menawarkan layanan kamar sebagai alternatif pengiriman tanpa kontak
 - Meningkatkan kebersihan meja makan dengan melakukan disinfeksi segera setelah tamu pergi
 - Menerapkan social distancing melalui jarak meja dan tempat duduk tamu dengan tanda yang sesuai
 - Meminimalkan peralatan makan yang ditempatkan di meja tamu dan menyediakan barang-barang yang dikemas secara paket jika memungkinkan (tissue, alat makan, sarung tangan plastic, tooth picks dikemas dalam paket untuk masing-masing tamu)

- Proses berfokus pada peningkatan pembersihan, desinfeksi, dan social distancing untuk rapat dan acara, termasuk:
 - Menerapkan social distancing untuk distribusi tempat duduk pembatasan jumlah peserta acara sesuai pedoman pemerintah
 - Pembersihan semua peralatan secara berkala dan jika mungkin dioperasikan oleh anggota staf
 - Tingkatkan frekuensi pembersihan dan desinfeksi
- Buat protokol konsumsi air / minuman ringan dimana dianjurkan bagi para tamu untuk bepergian dengan botol air isi ulang mereka sendiri di daerah-daerah di mana terdapat fasilitas air minum yang aman. Sediakan air minum dalam kemasan sebagai alternatif.
- Menerapkan protokol dan panduan makanan yang berkaitan dengan makanan outsourcing / pihak ketiga.

d) Hotel/homestay harus memastikan mereka memiliki:

- Komunikasi yang jelas, konsisten kepada pelanggan tentang protokol kesehatan dan kebersihan yang baru melalui in house channel, baik secara digital maupun fisik (poster/ banner) di hotel/ homestay. Staf yang berhadapan langsung dengan tamu / front officer harus dilatih untuk menjawab pertanyaan
- Berikan tanda yang jelas di seluruh hotel/ homestay untuk memberi tahu tamu tentang protokol kebersihan, social distancing, dan rekomendasi pedoman kesehatan berdasarkan saran dari otoritas kesehatan, termasuk pemakaian masker wajah, panduan tentang kebersihan tangan dan social distancing.
- telah melatih staf untuk mempersiapkan dan melaksanakan rencana operasional:

2) Sektor Kuliner

Sektor kuliner sangat penting dalam marketing pariwisata. Di sisi lain, kuliner juga merupakan sektor yang mudah sekali menjadi agen penularan covid-19. Untuk itu pelaku pariwisata yang bergerak dalam bidang kuliner, contohnya restoran, warung makan, toko oleh-oleh makanan dan sebagainya harus mematuhi berbagai protocol sebagai berikut:

- Fasilitas desinfektan tersedia di pintu masuk dalam bentuk hand sanitizer tangan berbasis alkohol yang sesuai atau fasilitas cuci tangan dengan sabun
- Staf restoran dilatih dan mematuhi pedoman kesehatan, kebersihan, dan kontak fisik yang serupa
- Hindari penanganan makanan oleh tamu sendiri di prasmanan, tawarkan kepada tamu untuk disajikan di meja secara a la carte atau bila memang menghendaki prasmanan, pastikan ada staf dengan APD standar (masker, face shield, sarung tangan food grade) yang bertugas membantu mengambilkan makanan.
- Pembersihan secara teratur mesin kopi / minuman dan sebisa mungkin dioperasikan oleh staf
- Pembersihan yang ditingkatkan, termasuk desinfektan meja dan kursi setelah tamu pergi dan sebaiknya menggunakan mesin pencuci piring (dish washer) bila tersedia
- Meminimalkan kontak fisik melalui jarak meja dan tempat duduk tamu
- Pertimbangkan meminimalkan apa yang ditempatkan di meja tamu dan menyediakan barang yang dikemas secara tunggal
- Tinjau metode pembayaran, prioritaskan metode contactless dan pra-bayar (pembayaran menggunakan kartu dibanding tunai, uang elektronik (DANA, GOPAY, OVO dll) dibanding kartu)
- Pertimbangkan memiliki jam buka lebih lama untuk mengurangi jumlah tamu yang dilayani pada waktu tertentu dan fasilitasi penerapan aturan baru tersebut. Dianjurkan pembatasan tamu dan reservasi terlebih dahulu.

3) *Operator Wisata*

Ketika operator wisata mulai beroperasi, mereka harus memastikan mereka dapat mengoptimalkan kualitas dan pengiriman operasional dan telah melatih staf untuk mempersiapkan dan melaksanakan rencana operasional

- Pengelola wisata telah siap beroperasi kembali dengan memiliki:
 - Memperoleh lisensi pembukaan kembali yang berlaku jika diminta oleh pemerintah daerah
 - Mengembangkan rencana pencegahan COVID-19 termasuk tindakan/ checklist untuk pencegahan infeksi dan rencana pembersihan dan desinfeksi khusus
 - Protokol dan pedoman yang diterapkan untuk kesehatan staf, termasuk pemeriksaan kesehatan untuk staf. Jika tidak diperlukan, operator tur mengeluarkan dan mengomunikasikan kebijakan stay- home untuk siapa saja yang menunjukkan gejala apa pun sesuai pedoman Organisasi Kesehatan Dunia (WHO)
 - Menerapkan physical distancing dalam tata letak kantor dan membatasi jumlah staf di area umum di mana mungkin jika diperlukan oleh undang-undang setempat
 - Protokol yang diterapkan untuk meminimalkan kontak fisik.
 - Menerapkan protokol physical distancing
 - Alat perlindungan diri (APD) yang tersedia untuk staf, seperti masker, google/face shield, selama diperlukan sesuai pendekatan berbasis risiko
 - Teknologi terintegrasi untuk memungkinkan otomatisasi seperti pembayaran tanpa kontak jika memungkinkan. Jika pembayaran tanpa kontak tidak memungkinkan, pertimbangkan untuk menggunakan sarung tangan dan sanitasi tangan
 - Meminta kepada pemasok dan mitra termasuk restoran, hotel, taman, mitra transportasi dan tempat wisata lain agar mereka mengikuti protokol kesehatan dan kebersihan yang serupa dan pedoman untuk melindungi para tamu seperti yang dipersyaratkan oleh undang-undang
 - Membuat rencana kontingensi COVID-19 jika kasus baru muncul bekerja sama dengan pihak terkait (Dinas Kesehatan/ Puskesmas/ Klinik/ RS)

- Mengidentifikasi dan mengadopsi praktik terbaik kebersihan dan desinfeksi yang divalidasi oleh badan pakar, otoritas kesehatan dan lembaga pemerintah
- Mengembangkan berbagai opsi untuk operasional, jika memungkinkan, seperti tiket lanjutan, pengaturan waktu masuk, grup yang lebih kecil, dan sistem reservasi
- Untuk tahap awal sebaiknya tidak semua wahana/ destinasi wisata dibuka.
- Operator wisata harus melatih semua staf mereka untuk mempersiapkan dan melaksanakan rencana operasional dengan:
 - Membuat dan menerapkan protokol dan pedoman staf, termasuk pemandu wisata, coach/ pengemudi dan spesialis lokal
 - Membekali staf dengan alat dan informasi yang diperlukan mengenai pengendalian infeksi, kontak fisik, berbagi makanan dan peralatan, pakaian yang sesuai, dan tindakan kebersihan yang ditingkatkan, penggunaan masker dan sarung tangan seperti yang direkomendasikan atau seperti yang disyaratkan oleh prosedur dari operator wisata
 - Meminta pemangku kepentingan utama seperti mitra venue, hotel dan mitra transportasi untuk melatih staf mereka berdasarkan protokol yang serupa untuk memungkinkan pendekatan yang konsisten di seluruh sektor
 - Semua pelatihan harus diinformasikan oleh saran terbaru dari otoritas kesehatan masyarakat dan atau WHO
 - Pemantauan staf secara teratur oleh pemimpin, mendorong mereka untuk mengikuti pedoman pemerintah dan WHO
- Konfirmasi dengan pemasok proses-proses yang berfokus pada peningkatan sanitasi, desinfeksi, dan praktik pembersihan mendalam untuk coach/ pelatih dan kendaraan lain yang digunakan serta meningkatkan frekuensi pembersihan / desinfeksi:
 - Produk desinfektan terpilih yang disetujui oleh otoritas kesehatan

- Pedoman yang telah direvisi untuk tim pembersih dengan fokus khusus pada titik sentuh frekuensi tinggi, termasuk pegangan tangan, pegangan pintu, meja, penutup toilet, filter pendingin udara, loker overhead dan headset jika berlaku. Tingkatkan frekuensi pembersihan seperlunya
- Produk desinfektan yang disetujui tersedia di stasiun sanitasi untuk para tamu dalam bentuk pembersih tangan berbasis alkohol yang sesuai. Berikan atau sediakan untuk tamu bila ingin membeli produk desinfektan individu tambahan
- Alokasikan tamu sesuai tempat duduknya, tidak boleh berpindah/ bertukar tempat. Terapkan jarak sesuai peraturan.
- Sediakan tempat sampah dengan kantong plastik di dalam dan pembuangan reguler
- Biasakan bekerja dengan mitra transportasi yang telah memiliki proses yang standar untuk sanitasi, desinfeksi dan praktik pembersihan mendalam
- Pelayanan tamu dan meminimalkan kontak fisik:
 - Melaksanakan pemeriksaan dan pengujian kesehatan tamu jika perlu
 - Kontak fisik yang terbatas dan menjaga jarak dalam antrian jika memungkinkan
 - Menyediakan masker untuk tamu
 - Kembangkan online check-in dan check-out tanpa kontak
- Kembangkan hubungan dengan mitra dan pemasok, termasuk toko, ruang pameran, tempat mencicipi / toko, museum, pertunjukan, teater, ruang konser, pabrik & pertanian, dimana mereka mengikuti protokol kesehatan, sanitasi, desinfeksi dan kebersihan yang serupa dengan peraturan lokal
- Bekerja samadengan restoran mitra yang mengikuti protokol kesehatan, sanitasi, desinfeksi, dan kebersihan yang serupa untuk melindungi para tamu.

4) *Destinasi Wisata*

Destinasi wisata sebagai ikon pariwisata suatu daerah, sangat memegang peranan penting dalam kemajuan pariwisata suatu daerah. Destinasi Pariwisata, menurut UU no 10 tahun 2009 adalah kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang di dalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan yang termasuk dalam destinasi wisata antara lain desa wisata, objek wisata alam maupun buatan. Selama masa vakum kemarin, diharapkan pengelola destinasi wisata telah mempersiapkan diri menghadapi pembukaan destinasi wisata ini. Protokol standar yang wajib diperhatikan adalah sebagai berikut:

1. Pastikan seluruh area umum bersih

Melakukan pembersihan menggunakan desinfektan minimal 3 kali sehari terutama pada waktu aktivitas padat (pagi, siang dan sore hari) di setiap lokasi representatif (pegangan pintu, tombol lift, pegangan eskalator, dll.)

2. Deteksi suhu tubuh di setiap titik pintu masuk tempat wisata

Jika suhu tubuh masyarakat terdeteksi ≥ 38 derajat Celcius, dianjurkan untuk segera memeriksakan kondisi tubuh ke fasilitas pelayanan kesehatan dan tidak diperkenankan untuk memasuki tempat wisata

3. Sementara menunda perhelatan besar yang mendatangkan masyarakat dalam jumlah banyak (contoh konser, seminar, dll). Bila ada pertemuan dibatasi max 20 peserta

4. Sementara membatasi pengunjung hanya dari wilayah DIY sampai ditentukan lain oleh Dinas setelah berkoordinasi dengan Gugus Tugas Penanggulangan Covid-19 Kabupaten Bantul

5. Promosikan cuci tangan secara teratur dan menyeluruh

- Pajang poster mengenai pentingnya cuci tangan dan tata cara cuci tangan yang benar
- Pastikan tempat wisata memiliki akses untuk cuci tangan dengan sabun dan air atau pencuci tangan berbasis alcohol

- Tempatkan dispenser pembersih tangan di tempat-tempat strategis dan mudah dijangkau masyarakat di tempat wisata dan pastikan dispenser ini diisi ulang secara teratur
6. Mensosialisasikan etika batuk/ bersin di tempat wisata
 - Pajang poster tentang mengenai pentingnya menerapkan etika batuk/ bersin serta tata cara bersin/ batuk di tempat wisata
 - Pengelola tempat wisata harus menyediakan masker wajah dan atau tisu yang diberikan untuk seluruh pengunjung dan penumpang yang mempunyai gejala flu atau batuk
 7. Memperbaharui informasi tentang Covid-19 secara reguler dan menempatkan di area yang mudah dilihat oleh pengunjung.
 8. Menyediakan media komunikasi, informasi dan edukasi (KIE) mengenai pencegahan dan pengendalian Covid-19 di lokasi strategis di setiap tempat wisata.
 9. Bekerja sama dengan fasilitas kesehatan terdekat untuk prosedur rujukan wisatawan yang sakit dan peningkatan pengetahuan staf tentang alat perlindungan diri dan pencegahan infeksi
 10. Pengaturan ulang system ticketing, system pembayaran cashless, system reservasi di destinasi wisata. Khusus untuk desa wisata antrian reservasi ini sekaligus untuk mempersiapkan paket edukasi yang dipilih oleh wisatawan.
 11. Pembatasan pengunjung sesuai dengan kapasitas petugas dan ratio wisatawan dibandingkan luas area lahan (sistem buka tutup)

b. Standar Obyek Wisata Halal

Dalam menentukan pedoman penyusunan kriteria wisata halal, peneliti menetapkan standar-standar khusus yang harus dipenuhi oleh pihak penyedia atau penyelenggara wisata untuk mendukung terciptanya aktivitas wisata sesuai dengan kebutuhan wisatawan muslim baik lokal, nasional, maupun mancanegara. Terdapat 5 standar yang disusun secara bertingkat dan disimbolkan dengan bintang. Semakin banyak bintang yang disematkan pada suatu obyek wisata tertentu mengindikasikan bahwa obyek atau destinasi wisata tersebut semakin memenuhi seluruh kriteria

yang disyaratkan melalui indikator atau instrumen pengukuran yang telah ditetapkan. Instrumen pengukuran yang digunakan dalam penentuan kriteria wisata halal diadopsi dan diadaptasi melalui artikel-artikel yang sudah terpublikasi di jurnal internasional yang bereputasi dan dapat dipertanggungjawabkan (Battour, 2013; Eid, 2013; Eid dan El-Gohary, 2014; Rodrigo dan Turnbull, 2019).

Tabel 4.2. Standar Wisata Halal

| No | Klasifikasi Kriteria Wisata Halal | Indikator Wisata Halal | Peringkat Wisata Halal | | | | |
|----|---|---|------------------------|----|-----|------|-------|
| | | | * | ** | *** | **** | ***** |
| 1 | Fasilitas Ibadah | Tersedianya Akses Menuju Masjid/Mushola (Ruang Ibadah) | √ | √ | √ | √ | √ |
| | | Adanya Adzan atau Media untuk Menginformasikan Waktu Shalat | √ | √ | √ | √ | √ |
| | | Terdapat Petunjuk Arah Kiblat | √ | √ | √ | √ | √ |
| | | Tersedianya Air Bersih untuk Wudhu' dan Bersuci (Buang Air Kecil dan Besar) | √ | √ | √ | √ | √ |
| | | Tersedianya Fasilitas untuk Shalat (Al-Quran, Mukea, Sajadah, Sarung, dan Peci) | √ | √ | √ | √ | √ |
| 2 | Makanan dan Minuman Halal | Tersedianya Makanan dan Minuman Halal | | √ | √ | √ | √ |
| | | Tidak Ada Makanan dan Minuman yang Mengandung Alkohol | | √ | √ | √ | √ |
| 3 | Moralitas Islam | Tidak Ada Aktivitas Sex dan Kegiatan Prostitusi | | | √ | √ | √ |
| | | Tidak Ada Hiburan yang Mengandung Unsur Pornografi | | | √ | √ | √ |
| | | Sensor Terhadap Tayangan Dewasa di Saluran Televisi | | | √ | √ | √ |
| | | Tidak Ada Perilaku Asusila atau Tidak Senonoh di Tempat Umum | | | √ | √ | √ |
| | | Tidak Ada Aktivitas Perjudian | | | √ | √ | √ |
| 4 | Karya Seni | Tidak Ada Karya Seni yang Menyerupai Bentuk Manusia | | | | √ | √ |
| 5 | Fasilitas Terpisah antara Pria dan Wanita | Ada Fasilitas Khusus untuk Wanita yang Tidak Bercampur dengan Pria (Kolam Renang, Ruang Fitness, dan SPA) | | | | | √ |
| | | Para Staf yang Bekerja Melayani Wisatawan Mengenakan Baju yang Sopan atau Menutup Aurat (Hijab) | | | | | √ |

A. Penjelasan Umum

1. Pariwisata Syariah adalah konsep pariwisata yang dijalankan sesuai dengan prinsip syariah.
2. Wisata Syariah adalah jenis wisata yang sesuai dengan prinsip syariah.
3. Destinasi Wisata Syariah adalah kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang di dalamnya terdapat daya tarik

wisata, fasilitas ibadah dan umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan menjadi bagian dalam mendukung terciptanya kegiatan pariwisata yang sesuai dengan prinsip syariah.

4. Usaha Hotel Syariah adalah penyediaan akomodasi berupa kamar-kamar di dalam suatu bangunan yang dapat dilengkapi dengan jasa pelayanan makan dan minum, kegiatan hiburan dan atau fasilitas lainnya secara harian untuk memperoleh keuntungan sesuai dengan prinsip syariah.
5. Kriteria Usaha Hotel Syariah adalah rumusan kualifikasi dan/atau klasifikasi yang mencakup aspek produk, pelayanan, dan pengelolaan.
6. Hotel Syariah Hilal-1 adalah penggolongan untuk usaha hotel syariah yang dinilai memenuhi seluruh kriteria Usaha Hotel Syariah yang diperlukan untuk melayani kebutuhan minimal wisatawan muslim.
7. Hotel Syariah Hilal-2 adalah penggolongan untuk Usaha Hotel Syariah yang dinilai memenuhi seluruh Kriteria Usaha Hotel Syariah yang diperlukan untuk melayani kebutuhan moderat wisatawan muslim.
8. Kriteria Mutlak adalah ketentuan dan persyaratan minimal tentang produk, pelayanan, dan pengelolaan yang wajib dipenuhi dan dilaksanakan oleh Pengusaha Hotel sehingga dapat ditetapkan sebagai Usaha Hotel Syariah dan memperoleh Sertifikat Usaha Hotel Syariah.
9. Kriteria Tidak Mutlak adalah ketentuan dan persyaratan tentang produk, pelayanan, dan pengelolaan yang dapat dilaksanakan oleh Pengusaha Hotel Syariah, guna memenuhi kebutuhan tertentu wisatawan muslim.
10. Kriteria Tidak Mutlak yang berlaku bagi Usaha Hotel Syariah, tidak mempengaruhi penilaian dalam proses Sertifikasi Usaha Hotel Syariah dan tidak memiliki dampak dalam penggolongan Usaha Hotel Syariah.
11. Penilaian atas pemenuhan Kriteria Mutlak yang berlaku bagi Usaha Hotel Syariah dalam rangka Sertifikasi dan penerbitan Sertifikat Usaha Hotel Syariah, diselenggarakan oleh DSN-MUI.

B. Prinsip Umum

1. Terhindar dari kemusyrikan, kemaksiatan, kemafsadatan, berlebih-lebihan (tabdzir/israfi), dan kemunkaran.

2. Menciptakan kemaslahatan dan kemanfaatan baik secara material maupun spiritual.

C. Ketentuan Destinasi Wisata Syariah

1. Destinasi wisata wajib diarahkan pada ikhtiar untuk:
 - a. Mewujudkan kemaslahatan umum
 - b. Pencerahan, penyegaran dan penenangan
 - c. Memelihara amanah, keamanan dan kenyamanan
 - d. Mewujudkan kebaikan yang bersifat universal dan inklusif
 - e. Memelihara kebersihan, kelestarian alam, sanitasi, dan lingkungan
 - f. Menghormati nilai-nilai sosial-budaya dan kearifan lokal yang tidak melanggar prinsip syariah
2. Destinasi wisata wajib memiliki:
 - a. Fasilitas ibadah yang layak pakai, mudah dijangkau dan memenuhi persyaratan syariah
 - b. Makanan dan minuman yang halal dan terjamin kehalalannya melalui Sertifikat Halal MUI
3. Destinasi wisata wajib terhindar dari:
 - a. Kemusyrikan (segala sesuatu yang dapat mempersekutukan Allah) dan khurafat (mitos atau kepercayaan yang tidak dapat dibuktikan kebenarannya secara ilmiah namun masih terus dilestarikan)
 - b. Maksiat, zina, pornografi, pornoaksi, minuman keras, narkoba, dan judi

D. Usaha Hotel Syariah

1. Kriteria Umum
 - a. Hotel Syariah tidak boleh menyediakan fasilitas yang mengarah pada akses pornografi dan tindakan asusila.
 - b. Hotel Syariah tidak boleh menyediakan fasilitas hiburan yang mengarah pada kemusyrikan, maksiat, pornografi, dan/atau tindak asusila.

- c. Hotel Syariah wajib telah memperoleh sertifikat halal dari Majelis Ulama Indonesia (MUI) dalam penyediaan makanan dan minuman.
 - d. Hotel Syariah wajib menyediakan fasilitas, peralatan, dan sarana yang memadai untuk pelaksanaan ibadah, termasuk fasilitas untuk bersuci (thaharah).
 - e. Hotel Syariah mewajibkan pengelola dan karyawan/karyawati untuk mengenakan pakaian yang sesuai dengan prinsip syariah.
 - f. Hotel Syariah wajib memiliki pedoman dan/atau panduan mengenai prosedur pelayanan hotel untuk menjamin terselenggaranya pelayanan hotel yang sesuai dengan prinsip syariah.
 - g. Hotel Syariah wajib menggunakan jasa Lembaga Keuangan Syariah dalam melakukan pelayanan kepada pelanggan.
2. Kriteria Mutlak yang berlaku bagi Usaha Hotel Syariah Hilal-1, dan terhadapnya harus dilakukan penilaian, meliputi:
- a. Aspek produk yang terdiri dari:
 - 1) 8 (delapan) unsur
 - 2) 27 (dua puluh tujuh) subunsur
 - b. Aspek pelayanan yang terdiri dari:
 - 1) 6 (enam) unsur
 - 2) 20 (dua puluh) subunsur
 - c. Aspek pengelolaan yang terdiri dari:
 - 1) 2 (dua) unsur
 - 2) 2 (dua) subunsur
3. Kriteria Mutlak yang berlaku bagi Usaha Hotel Syariah Hilal-2, dan terhadapnya harus dilakukan penilaian, meliputi:
- a. Aspek produk yang terdiri dari:
 - 1) 11 (sebelas) unsur
 - 2) 40 (empat puluh) subunsur
 - b. Aspek pelayanan yang terdiri dari:
 - 1) 10 (sepuluh) unsur
 - 2) 28 (dua puluh delapan) subunsur

- c. Aspek pengelolaan yang terdiri dari:
- 1) 3 (tiga) unsur
 - 2) 6 (enam) subunsur

Tabel 4.3. Relevansi Standar Kriteria Wisata Halal dengan Ajaran Islam yang Bersumber dari Al-Quran dan As-Sunnah

| No | Klasifikasi Kriteria Wisata Halal | Indikator Wisata Halal | Sumber Al-Quran atau As-Sunnah |
|----|---|---|---|
| 1 | Fasilitas Ibadah | Tersedianya Akses Menuju Masjid/Mushola (Ruang Ibadah) | <i>An-Nisa: 103, Al-Maidah: 6, HR Bukhari & Muslim, HR: At Tabrany</i> |
| | | Adanya Adzan atau Media untuk Menginformasikan Waktu Shalat | |
| | | Terdapat Petunjuk Arah Kiblat | |
| | | Tersedianya Air Bersih untuk Wudhu' dan Bersuci (Buang Air Kecil dan Besar) | |
| | | Tersedianya Fasilitas untuk Shalat (Al-Quran, Mukena, Sajadah, Sarung, dan Peci) | |
| 2 | Makanan dan Minuman Halal | Tersedianya Makanan dan Minuman Halal | <i>Al-Maidah:88</i> |
| | | Tidak Ada Makanan dan Minuman yang Mengandung Alkohol | |
| 3 | Moralitas Islam | Tidak Ada Aktivitas Sex dan Kegiatan Prostitusi | <i>Al-Isra: 32</i> |
| | | Tidak Ada Hiburan yang Mengandung Unsur Pornografi | |
| | | Sensor Terhadap Tayangan Dewasa di Saluran Televisi | |
| | | Tidak Ada Perilaku Asusila atau Tidak Senonoh di Tempat Umum | |
| | | Tidak Ada Aktivitas Perjudian | |
| 4 | Karya Seni | Tidak Ada Karya Seni yang Menyerupai Bentuk Manusia | <i>Hadits Riwayat Muslim dalam Al-Jana'iz, 969 dan HR. Bukhari dan Muslim</i> |
| 5 | Fasilitas Terpisah antara Pria dan Wanita | Ada Fasilitas Khusus untuk Wanita yang Tidak Bercampur dengan Pria (Kolam Renang, Ruang Fitness, dan SPA) | <i>QS. Al-Ahzab: 53, HR. Abu Daud, no. 484 dalam kitab 'Ash-Shalah</i> |
| | | Para Staf yang Bekerja Melayani Wisatawan Mengenakan Baju yang Sopan atau Menutup Aurat (Hijab) | |

BAB – V

IMPLEMENTASI SISTEM INFORMASI PARIWISATA

Dalam penelitian ini, untuk implementasi Standar Kesiapan Obyek Wisata dalam menjalankan standar Protokol Kesehatan, standar Wisata Halal, Sistem Informasi Pariwisata diambil dua Obyek Wisata yaitu :

1. Candi Borobudur

Candi Borobudur yang terletak di Magelang, Jawa Tengah, tidak hanya kaya akan nilai sejarah, tetapi juga memiliki pesona keindahan arsitektur yang khas bergaya candi Buddha. Candi yang didirikan pada masa pemerintahan Dinasti Syailendra pada Kerajaan Mataram Kuno ini merupakan situs arkeologi candi Buddha yang terbesar di dunia. Megahnya bangunan dengan arsitektur unik Candi Borobudur tidak pernah gagal membuat para wisatawan terpesona. Boleh dibilang, Candi Borobudur ini menjadi salah satu tempat wisata yang tidak boleh terlewatkan bila berkunjung ke Magelang, Jawa Tengah.



Gambar 5.1. Profil Obyek Wisata Candi Borobudur

Candi Borobudur dibangun pada abad ke-8 dan 9 sekitar tahun 800 masehi pada masa pemerintahan dinasti Syailendra, yang merupakan penganut agama Buddha Mahayana. Menurut prasasti Karangtengah, Candi Borobudur dibangun pada 824 masehi oleh Raja Samaratungga ketika masa Wangsa Syailendra. Pembangunan Candi Borobudur selesai pada 874 masehi oleh Ratu Prabudawardhani, putri Samaratungga.

Candi borobudur memiliki ukuran tapak candi yang sangat luas. Ukurannya yakni 123 x 123 meter persegi. Sementara itu, tinggi Candi Borobudur adalah 35,40 meter, terdiri

dari 504 patung Buddha, 72 stupa terawang, dan 1 stupa induk. Sempat terkubur berabad-abad, candi Borobudur ditemukan kembali pada 1814 oleh Gubernur Jenderal Inggris Thomas Stamford Raffles ketika sedang berada di Pulau Jawa.

Waktu ia tengah mengadakan kegiatan di Semarang dan mendapatkan informasi di daerah Kedu telah ditemukan susunan batu bergambar. Kemudian ia mengutus seseorang untuk membersihkannya. Saat ditemukan Candi Borobudur kemudian diumumkan dan diperkenalkan lewat buku. Setelah itu, serentak Candi Borobudur terkenal di dunia karena terdiri dari tumpukan batu berukuran besar.

Di dalam Candi Borobudur, terdapat 2.672 panel. Ansambel reliefnya paling lengkap di dunia dan tidak ada yang menandingi nilai seninya karena setiap adegannya merupakan mahakarya utuh. Selain itu, ada 504 patung Buddha. Pada tahun 1991, United Nations Educational, Scientific and Cultural Organization atau Organisasi Pendidikan, Keilmuan, dan Kebudayaan Persekerikatan bangsa-Bangsa (UNESCO) menetapkan Candi Borobudur sebagai salah satu warisan dunia.

2. Pantai Indrayanti

Pantai Indrayanti adalah salah satu primadona wisata di Gunungkidul, DI Yogyakarta. Sudah pantainya indah, alami, cocok untuk melepaskan penat. Pantai Indrayanti merupakan pantai cantik yang berada di Desa Tepus, Kecamatan Tepus, Gunungkidul, Yogyakarta. Tak jauh dari pantai ini, ada deretan pantai lain yang tak kalah cantiknya seperti Pantai Omandeng, Sundak, Ngadong, dan Sadranan yang berlokasi tepat di sebelah timur.



Gambar 5.2. Profil Pantai Indrayanti

Nama pantai Indrayanti rupanya diambil dari nama gabungan pemilik resto di dekat pantai tersebut, yaitu Bapak Indra dan Ibu Yanti. Tanpa sengaja, tempat ini dikenal dengan nama Pantai Indrayanti. Namun sebenarnya, nama resmi yang dipakai oleh pemerintah daerah setempat adalah Pantai Pulang Sawal. Tapi nama yang sudah melekat betul di kalangan pengunjung adalah Pantai Indrayanti.

Pantai Indrayanti menawarkan pemandangan khas laut pantai selatan yang luas dengan air yang jernih. Pasir pantainya pun putih bersih, cocok buat main pasir. Pemandangan terbaik Pantai Indrayanti tak hanya saat sunset saja, tapi pada pagi hari pantai ini malah menawarkan suasana yang sejuk. Bukit-bukit di belakang garis pantai menjadi daya tarik tersendiri dengan deburan ombak.

Di pantai ini, terdapat banyak tempat makan ataupun kafe untuk bersantai dan menikmati kuliner khas. Di sepanjang pantai, banyak terdapat gazebo yang bisa digunakan untuk beristirahat sambil ditemani dengan pemandangan pantai yang menakjubkan.

Pantai Indrayanti menyuguhkan suasana khas pantai selatan yang luas dengan air yang jernih. Pemandangan terbaik Pantai Indrayanti tidak hanya saat matahari menjelang terbenam, tetapi pada pagi hari menawarkan suasana pantai yang sejuk. Bukit-bukit di belakang garis pantai menjadi daya tarik tersendiri dengan deburan ombak. Terdapat gunung batu karang yang besar, dengan dilengkapi anak tangga. Para wisatawan bisa berfoto dan menikmati pemandangan pantai yang indah dan luas

3. STUDI KASUS IMPLEMENTASI PADA OBYEK WISATA

Penelitian dilaksanakan pada tempat pariwisata di provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta dimana dalam kegiatan kali ini akan diambil kasus pada obyek wisata sesuai penjelasan diatas.


a. Identifikasi Kesesuaian Standar Wisata Halal di Obyek Wisata Candi Borobudur

Candi Borobudur adalah salah satu Kuil Buddha terbesar di seluruh dunia yang berdiri sejak abad ke-9 pada masa pemerintahan Dinasti Syailendra dari Kerajaan

Medang. Situs Warisan Dunia UNESCO ini akan membuat Anda berdecak mengagumi strukturnya yang megah, ukiran reliefnya yang detail dan indah, serta 72 stupa yang masing-masing memuat patung Buddha yang gagah. Sambil menaiki anak tangga candi utama yang berbentuk seperti piramid berteras, resapi nuansa sejarah dan kebudayaan yang menyelimuti Anda.

Tabel 5.1. Identifikasi Kesesuaian Standar Wisata Halal di Obyek Wisata Candi Borobudur

| Klasifikasi Kriteria Wisata Halal | Indikator Wisata Halal | Dokumentasi |
|-----------------------------------|---|--|
| Fasilitas Ibadah | Tersedianya Akses Menuju Masjid/Mushola (Ruang Ibadah) |  |
| | Adanya Adzan atau Media untuk Menginformasikan Waktu Shalat |  |
| Klasifikasi Kriteria Wisata Halal | Indikator Wisata Halal | Dokumentasi |
| | Terdapat Petunjuk Arah Kiblat |  |
| | Tersedianya Air Bersih untuk Wudhu' dan Bersuci (Buang Air Kecil dan Besar) |  |

| Klasifikasi Kriteria Wisata Halal | Indikator Wisata Halal | Dokumentasi |
|-----------------------------------|--|---|
| | Tersedianya Fasilitas untuk Shalat (Al-Quran, Mukena, Sajadah, Sarung, dan Peci) |  |
| Makanan dan Minuman Halal | Tersedianya Makanan dan Minuman Halal |  |

| Klasifikasi Kriteria Wisata Halal | Indikator Wisata Halal | Dokumentasi |
|-----------------------------------|---|--|
| | Tidak Ada Makanan dan Minuman yang Mengandung Alkohol |  |
| Moralitas Islam | Tidak Ada Aktivitas Sex dan Kegiatan Prostitusi |  |

| Klasifikasi Kriteria Wisata Halal | Indikator Wisata Halal | Dokumentasi |
|-----------------------------------|---|--|
| | Tidak Ada Hiburan yang Mengandung Unsur Pornografi |  |
| | Sensor Terhadap Tayangan Dewasa di Saluran Televisi |  |

| Klasifikasi Kriteria Wisata Halal | Indikator Wisata Halal | Dokumentasi |
|-----------------------------------|--|--|
| | Tidak Ada Perilaku Asusila atau Tidak Senonoh di Tempat Umum |  |
| | Tidak Ada Aktivitas Perjudian |  |



Hasil Analisis

Setelah melakukan identifikasi kesesuaian antara standar wisata halal dan obyek wisata Candi Borobudur secara langsung, dapat disimpulkan bahwa Candi Borobudur adalah salah satu destinasi atau obyek wisata halal yang memperoleh 3 Bintang. Dengan kata lain, Candi Borobudur telah memenuhi 3 standar dari 5 standar yang telah ditetapkan.

b. Identifikasi Kesesuaian Standar Wisata Halal di Obyek Wisata Pantai Indrayanti

Tabel 5.2. Identifikasi Kesesuaian Standar Wisata Halal di Obyek Wisata Pantai Indrayanti

| No | Klasifikasi Kesesuaian dengan Protokol Kesehatan | Indikator Protokol Kesehatan di era Pandemi COVID-19 | Dokumentasi |
|----|---|--|---|
| 1. | Memastikan seluruh area umum bersih dan aman dari penyebaran Covid-19 | Melakukan pembersihan menggunakan desinfektan minimal 3 kali sehari terutama pada waktu aktivitas padat (pagi, siang dan sore hari) di setiap lokasi representatif (pegangan pintu, tombol lift, pegangan eskalator, dll.) |  |
| | | Deteksi suhu tubuh di setiap titik pintu masuk tempat wisata | Cek Suhu Tubuh |
| | | Tidak ada perhelatan besar, Bila ada pertemuan dibatasi max 20 peserta |  |
| | | di area kuliner disinfektan meja dan kursi setelah tamu pergi | Jaga Jarak |
| | | Menerapkan social distancing melalui jarak meja dan tempat duduk tamu dengan tanda yang sesuai |  terilisasi Seluruh Area |
| 2. | Mempromosikan cuci tangan secara teratur dan Mensosialisasikan etika batuk/ bersin di tempat wisata | Memajang poster mengenai pentingnya cuci tangan dan tata cara cuci tangan yang benar |  |
| | | Tempat wisata memiliki akses untuk cuci tangan dengan sabun dan air atau pencuci tangan berbasis alcohol | |
| | | Menempatkan dispenser pembersih tangan di tempat-tempat strategis dan mudah dijangkau masyarakat di tempat wisata dan pastikan dispenser ini diisi ulang secara teratur | Poster Protokol Covid  |
| | | Memajang poster tentang pentingnya menerapkan etika batuk/ bersin serta tata cara bersin/ batuk di tempat wisata | |

| | | | |
|----|--|--|--|
| | | Memajang poster tentang pentingnya menerapkan etika batuk/ bersin serta tata cara bersin/ batuk di tempat wisata | Sarana Pencuci Tangan |
| | | Pengelola tempat wisata menyediakan masker wajah dan atau tisu yang diberikan untuk seluruh pengunjung dan penumpang yang mempunyai gejala flu atau batuk | |
| 3. | Memberikan informasi tentang covid-19 | Menyediakan media komunikasi, informasi dan edukasi (KIE) mengenai pencegahan dan pengendalian Covid-19 di lokasi strategis | |
| | | Memperbaharui informasi tentang Covid-19 secara regular | |
| 4. | Bekerja sama dengan fasilitas kesehatan terdekat | |  <p>Bekerjasama dengan Pusat Kesehatan Setempat untuk melakukan Rapid Test Antigen COVID-19 on the spot.</p> |
| 5. | Mengatur ulang tata laksana untuk menghindari kontak fisik | Adanya system ticketing Adanya system pembayaran cashless Adanya system reservasi di destinasi wisata dan hotel Menghindari penanganan makanan oleh tamu sendiri di prasmanan dengan menawarkan kepada tamu untuk disajikan di meja secara a la carte Pembatasan pengunjung sesuai dengan kapasitas petugas dan ratio wisatawan dibandingkan luas area lahan (sistem buka tutup) |  <p>Tersedia pembelian tiket secara online</p> |

Hasil Analisis

Setelah melakukan observasi untuk membuktikan kesesuaian antara standar wisata halal dan obyek wisata Pantai Indrayanti secara langsung, ditemukan bahwa Pantai Indrayanti adalah salah satu destinasi atau obyek wisata halal yang sangat digemari oleh para wisatawan untuk mendapatkan pengalaman, suasana dan panorama alam yang indah. Namun yang lebih penting, Pantai Indrayanti berhasil memperoleh 4 Bintang yang mengindikasikan bahwa telah memenuhi 4 dari 5 standar kriteria yang sudah ditetapkan.

c. Identifikasi Kesesuaian Standar Protokol Kesehatan Era Pandemi Covid-19 di Obyek Wisata

Destinasi wisata sebagai ikon pariwisata suatu daerah, sangat memegang peranan penting dalam kemajuan pariwisata suatu daerah. Destinasi Pariwisata, menurut UU no 10 tahun 2009 adalah kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang di dalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan yang termasuk dalam destinasi wisata antara lain desa wisata, objek wisata alam maupun buatan. Selama masa vakum kemarin, diharapkan pengelola destinasi wisata telah mempersiapkan diri menghadapi pembukaan destinasi wisata ini.

Tabel 5.3. Identifikasi Kesesuaian Standar Protokol Kesehatan di Obyek Wisata

| No | Faktor | Kriteria | Penilaian |
|----|---|--|---|
| 1. | Memastikan seluruh area umum bersih dan aman dari penyebaran Covid-19 | Melakukan pembersihan menggunakan desinfektan minimal 3 kali sehari terutama pada waktu aktivitas padat (pagi, siang dan sore hari) di setiap lokasi representatif (pegangan pintu, tombol lift, pegangan eskalator, dll.) | Bintang 1 = Terdapat 1 Kriteria Bintang 2 = Terdapat 2 Kriteria Bintang 3 = Terdapat 3 Kriteria Bintang 4 = Terdapat 4 Kriteria Bintang 5 = Terdapat 5 Kriteria |
| | | Deteksi suhu tubuh di setiap titik pintu masuk tempat wisata | |
| | | Tidak ada perhelatan besar, Bila ada pertemuan dibatasi max 20 peserta | |
| | | di area kuliner disinfektan meja dan kursi setelah tamu pergi | |
| | | Menerapkan social distancing melalui jarak meja dan tempat duduk tamu dengan tanda yang sesuai | |
| 2. | Mempromosikan cuci tangan secara teratur dan Mensosialisasikan etika batuk/ bersin di tempat wisata | Memajang poster mengenai pentingnya cuci tangan dan tata cara cuci tangan yang benar | Bintang 1 = Terdapat 1 Kriteria Bintang 2 = Terdapat 2 Kriteria Bintang 3 = Terdapat 3 Kriteria Bintang 4 = Terdapat 4 Kriteria Bintang 5 = Terdapat 5 Kriteria |
| | | Tempat wisata memiliki akses untuk cuci tangan dengan sabun dan air atau pencuci tangan berbasis alcohol | |
| | | Menempatkan dispenser pembersih tangan di tempat-tempat strategis dan mudah dijangkau masyarakat di tempat wisata dan pastikan dispenser ini diisi ulang secara teratur | |
| | | Memajang poster tentang pentingnya menerapkan etika batuk/ bersin serta tata cara bersin/ batuk di tempat wisata | |
| | | Pengelola tempat wisata menyediakan masker wajah dan atau tisu yang diberikan untuk seluruh pengunjung dan penumpang yang mempunyai gejala flu atau batuk | |

| No | Faktor | Kriteria | Penilaian |
|----|--|---|---|
| 3. | Memberikan informasi tentang covid-19 | Menyediakan media komunikasi, informasi dan edukasi (KIE) mengenai pencegahan dan pengendalian Covid-19 di lokasi strategis | Bintang 3 = Terdapat 1 Kriteria Bintang 5 = Terdapat 2 Kriteria |
| | | Memperbaharui informasi tentang Covid-19 secara regular | |
| 4. | Bekerja sama dengan fasilitas kesehatan terdekat | | Bintang 5 = Terdapat 1 Kriteria |
| 5. | Mengatur ulang tata laksana untuk menghindari kontak fisik | Adanya system ticketing | Bintang 1 = Terdapat 1 Kriteria Bintang 2 = Terdapat 2 Kriteria Bintang 3 = Terdapat 3 Kriteria Bintang 4 = Terdapat 4 Kriteria Bintang 5 = Terdapat 5 Kriteria |
| | | Adanya system pembayaran cashless | |
| | | Adanya system reservasi di destinasi wisata dan hotel | |
| | | Menghindari penanganan makanan oleh tamu sendiri di prasmanan dengan menawarkan kepada tamu untuk disajikan di meja secara a la carte | |
| | | Pembatasan pengunjung sesuai dengan kapasitas petugas dan ratio wisatawan dibandingkan luas area lahan (sistem buka tutup) | |

4. PENGEMBANGAN DAN DESAIN SISTEM INFORMASI PARIWISATA

a. Gambaran Teknologi Sistem Informasi Pariwisata

1) Beberapa aspek teknologi pendukung:

- Menggunakan arsitektur jaringan multitier system
- Penggunaan Less Contact Economy (LCE) dalam pembayaran dan pelayanan wisatawan
- Perangkat Teknologi pendukung (gambaran teknologi, desain, dll)
- Penggunaan database server sebagai sumber basisdata di era Revolusi Industri 4.0
- Penggunaan satu akun untuk semua media pemasaran
- Tersedia info protokol kesehatan, baik di perjalanan / lokasi wisata
- Berbentuk website multiplatform
- Info Transportasi
- Info Lokasi Wisata
- Pembayaran melalui internet banking (core banking system)
- Info protokol kesehatan di lokasi wisata

2) Faktor Keamanan web di Era Digital

Mengenai masalah yang berkaitan dengan keamanan di dalam era digital tidak lepas dari 3 prinsip utama CIA :

1. Confidentiality : memiliki makna bahwa data-data ataupun informasi-informasi yang berada di dalam sebuah website hanya dapat di baca atau di akses oleh orang-orang yang memang memiliki kewenangan untuk mengaksesny
2. Integrity : memiliki pengertian data-data yang berada didalam server atau website hanya dapat diubah ataupun di delete oleh orang yang memiliki kewenangan untuk melakukan hal itu
3. Availability : memiliki makna bahwa website harus dapat diakses jika user ingin meggunakannya.

3) Arsitektur Multi Tier System

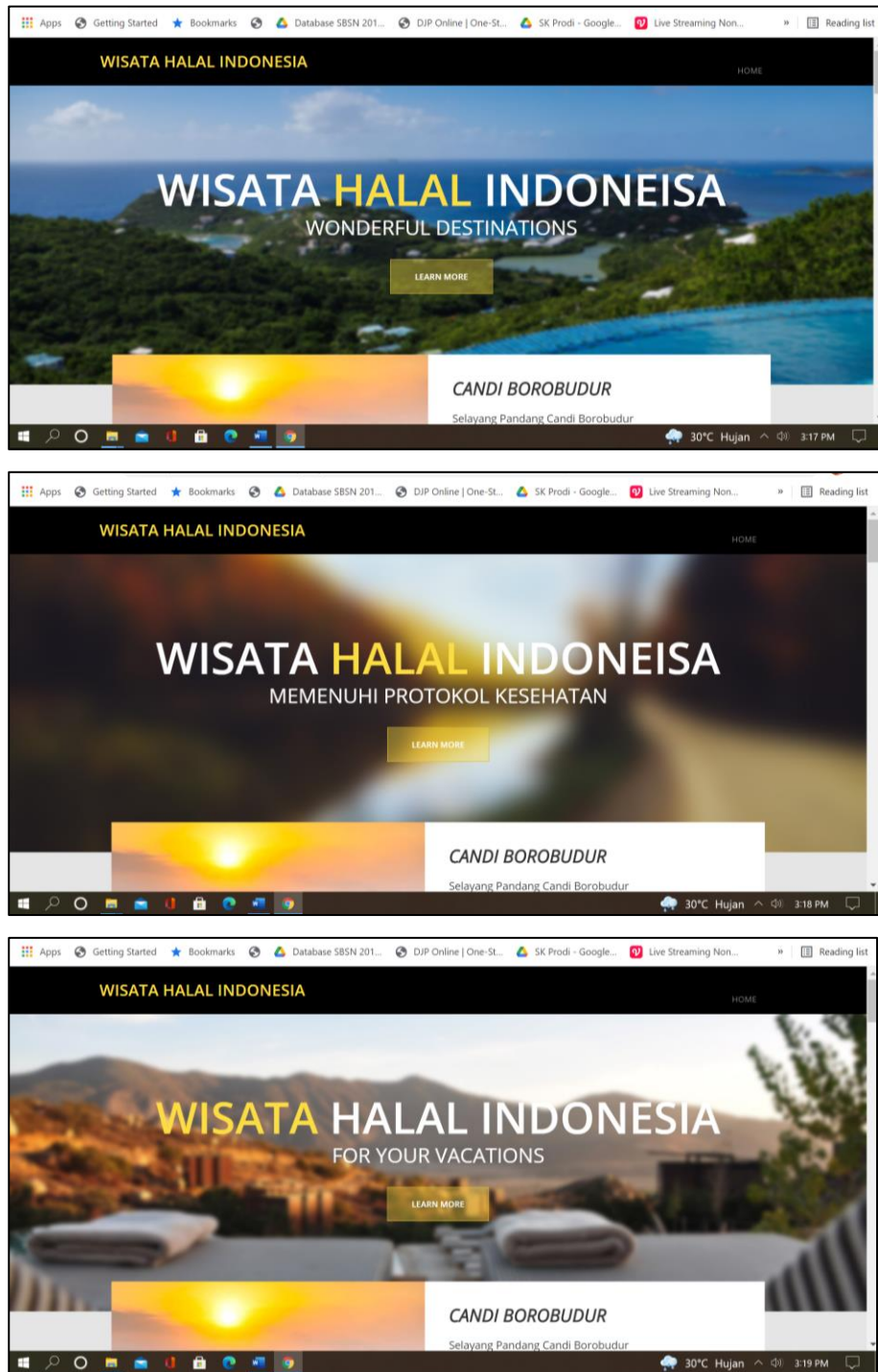


Gambar 5.1. Arsitektur Sistem Informasi Pariwisata

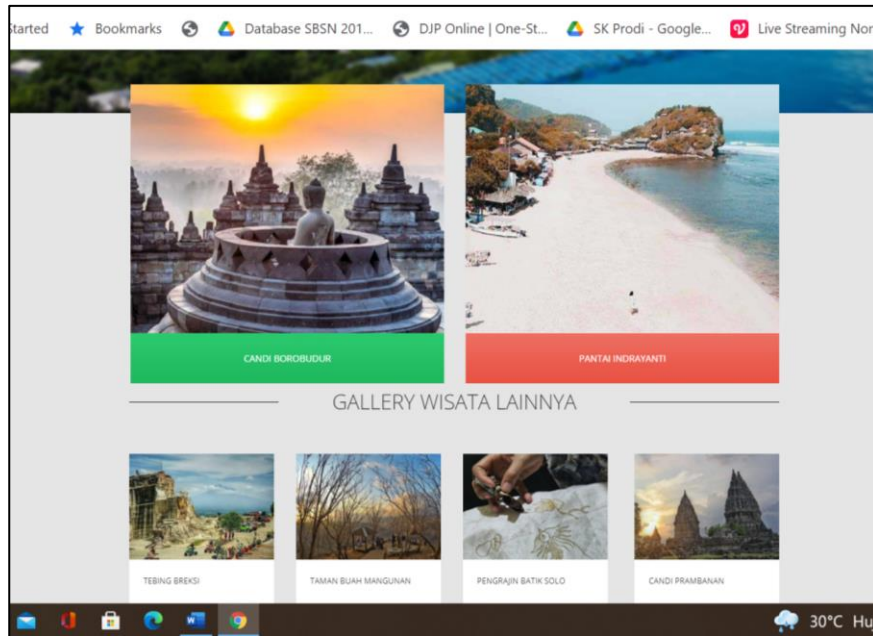
b. Prototipe Sistem Informasi Pariwisata

Berikut adalah hasil tampilan dari Prototipe Sistem Informasi Pariwisata yang telah di kembangkan dalam penelitian ini:

1. Halaman depan dan Galeri Obyek Wisata

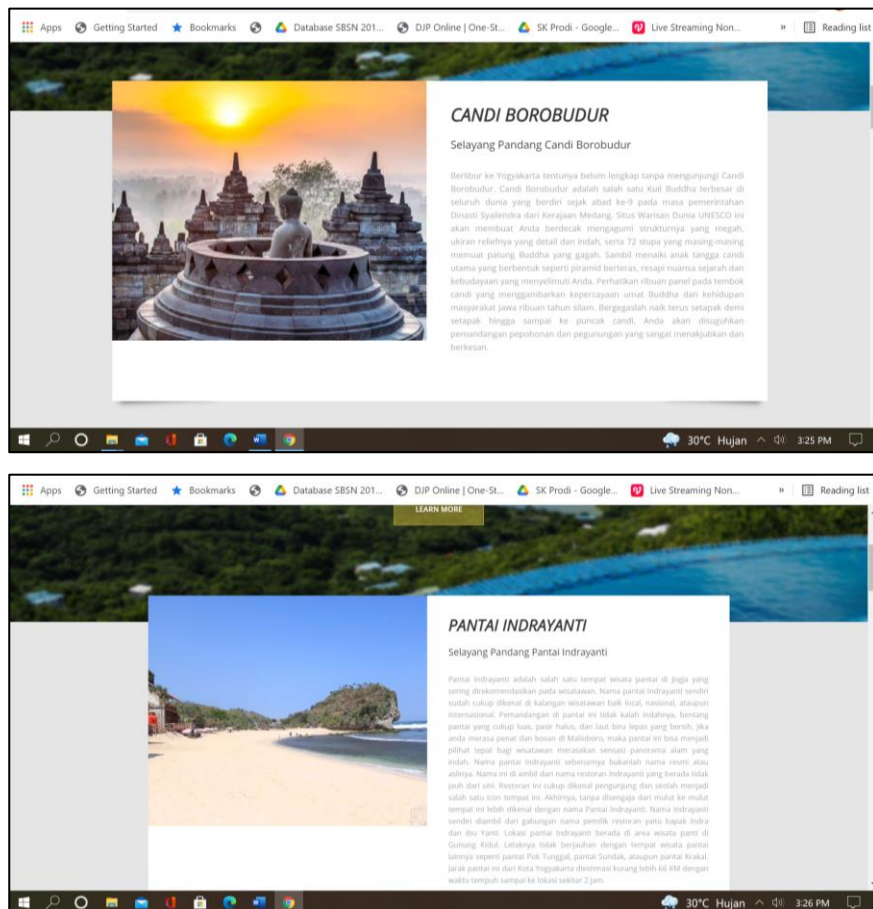


Gambar 5.2. Halaman Depan Sistem Informasi Pariwisata



Gambar 5.3. Galery Obyek Wisata (*Customisable*)

2. Profil Obyek Wisata dan Testimonial



Gambar 5.4. Selayang Pandang Obyek Wisata

Bookmarks

Database SBSN 201...

DJP Online | One-St...

SK Prodi - Google...

Live Stream


CANDI BOROBUDUR

TESTIMONIALS

"Salah satu keajaiban dunia yang ada di Indonesia, benar - benar menakutkan"
BUDI RAHARJO

"Keindahannya tak tertandingi, sudah berkali kali namun tidak pernah bosan"
SUNDARI


"Negri di atas awan, Masya Allah begitu indah ciptan-Mu"
THOMAS INDRA



CANDI BOROBUDUR YANG MEGAH, SEBUAH SITUS WARISAN UNESCO

Candi Borobudur yang berlokasi di Magelang, Jawa Tengah adalah bangunan bersejarah yang telah lama diakui sebagai warisan budaya dunia oleh Organisasi Pendidikan, Ilmu Pengetahuan, dan Budaya PBB atau UNESCO. Berdiri megah di tengah-tengah lingkungan yang berpenduduk mayoritas muslim, candi umat Buddha ini tetap terjaga keindahan dan kemegahannya.


SUMBER : DETIK.COM



MELIHAT 72 STUPA DENGAN PATUNG SANG BUDDHA

Borobudur memiliki koleksi relief Buddha terlengkap dan terbanyak di dunia[3]. Stupa utama terbesar terletak di tengah sekaligus memahkotai bangunan ini, dikelilingi oleh tiga barisan melingkar 72 stupa berlubang yang di dalamnya terdapat arca Buddha tengah duduk bersila dalam posisi teratai sempurna dengan mudra (sikap tangan) Dharmachakra mudra (memutar roda dharma).

SUMBER : DETIK.COM



NEGERI DI ATAS AWAN DARI PUNCAK CANDI

Sebutan negeri di atas awan karena pengunjung dapat menyaksikan keajaiban alam berupa gumpalan awan tebal sehingga membentuk seperti lautan awan di kaki gunung-gunung. Dan terkadang ada aliran sungai diantara bukit-bukit. Momen langka tersebut dapat disaksikan saat matahari terbit di pagi hari. Saat musim penghujan maupun kemarau gumpalan awan berubah dan berbeda-beda. Saat musim kemarau biasanya

Bookmarks

Database SBSN 201...

DJP Online | One-St...

SK Prodi - Google...

Live Stream


PANTAI INDRAYANTI

TESTIMONIALS

"Salah satu pantai terindah di daerah Jogja"
SLAMET RIYADI

"Keindahannya tak tertandingi, sudah berkali kali namun tidak pernah bosan"
WULANDARI


"Pasirnya yang begitu putih, Masya Allah begitu indah ciptan-Mu"
LOREN RAMDHAN



SUASANA SANTAI DI TEPI PANTAI

Pantai Indrayanti menyuguhkan suasana khas pantai selatan yang luas dengan air yang jernih. Pemandangan terbaik Pantai Indrayanti tidak hanya saat matahari menjelang terbenam, tetapi pada pagi hari menawarkan suasana pantai yang sejuk. Bukit-bukit di belakang garis pantai menjadi daya tarik tersendiri dengan deburan ombak.


SUMBER : DETIK.COM



HAMPARAN PASIR YANG EKSOTIS

Meskipun Pantai Indrayanti berada di bagian selatan beraroma Nyi Roro Kidul, yang indetik dengan mitos dan larangan, hal itu tak berlaku pada Pantai Indrayanti. Namun untuk kebersihan, para wisatawan tetap akan ditindak tegas. Wisatawan yang membuang sampah sembarangan akan didenda sekitar Rp 10.000 oleh petugas. Inilah alasan Pantai Indrayanti selalu memiliki pasir dan air laut yang jernih tanpa sampah sedikit pun.

SUMBER : DETIK.COM



PESONA INDAH DI ATAS BUKIT

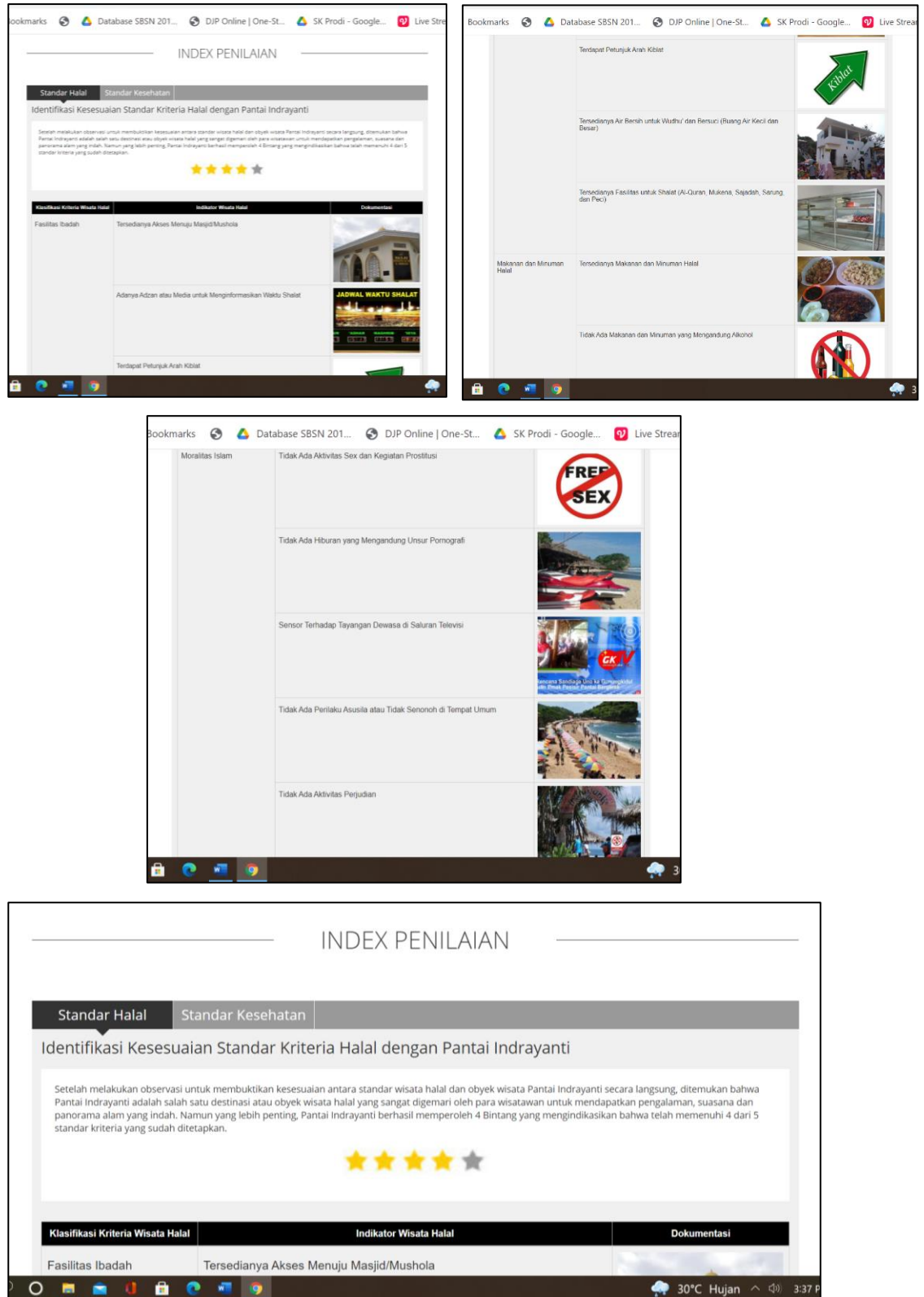
Penginapan yang tersedia di Pantai Indrayanti menggunakan konsep 'Back To Nature' yakni ada yang di bawah bukit, dan rumah-rumah panggung yang menyerupai rumah adat Papua. Ada pula penyewaan jet ski seharga sekitar Rp 250.000/15 menit. Tentunya tidak boleh dilewatkan berjalan-jalan di air yang surut dengan pemandangan makhluk laut yang mengagumkan.

SUMBER : DETIK.COM

Gambar 5.5. Profil Obyek Wisata dan Halaman Testimonial

Hal - 79

3. Indeks Penilaian Kesesuaian dengan Standar Wisata Halal



Gambar 5.6. Halaman Penilaian Indeks Kesesuaian dengan Standar Wisata Halal

4. Indeks Penilaian Standarisasi dengan Standar Protokol Kesehatan







Bookmarks Database SBSN 201... DJP Online | One-St... SK Prodi - Google... Live Strea

Standar Halal Standar Kesehatan

Identifikasi Kesesuaian Standar Protokol Kesehatan dalam Era Pandemi Covid-19 pada Candi Borobudur

Setelah melakukan identifikasi kesesuaian antara standar kesesuaian dengan Protokol Kesehatan dalam era Pandemi Covid 19 pada obyek wisata Candi Borobudur secara langsung, dapat disimpulkan bahwa Candi Borobudur adalah salah satu destinasi atau obyek wisata halal yang memperoleh 4 Bintang. Dengan kata lain, Candi Borobudur telah memenuhi 4 standar dari 5 standar yang telah ditetapkan.

★★★★☆

| Klasifikasi Protokol Kesehatan | Indikator Protokol Kesehatan | Dokumentasi |
|---|--|---|
| Memastikan seluruh area umum bersih dan aman dari penyebaran Covid-19 | Melakukan pembersihan menggunakan desinfektan minimal 3 kali sehari terutama pada waktu aktivitas padat (pagi, siang dan sore hari) di setiap lokasi representatif (pegangan pintu, tombol lift, pegangan eskalator, dll.) |  |
| | Deteksi suhu tubuh di setiap titik pintu masuk tempat wisata |  |
| | Menerapkan social distancing melalui jarak meja dan tempat duduk tamu dengan tanda yang sesuai |  |
| Mempromosikan cuci tangan secara teratur dan Mensosialisasikan etika batuk/ bersin di tempat wisata | • Memajang poster mengenai pentingnya cuci tangan dan tata cara cuci tangan yang benar |  |
| | • Memajang poster tentang pentingnya menerapkan etika batuk/ bersin serta tata cara bersin/ batuk di tempat wisata |  |
| | • Tempat wisata memiliki akses untuk cuci tangan dengan sabun dan air atau pencuci tangan berbasis alcohol |  |

Bookmarks

Database SBSN 201...

DJP Online | One-St...

SK Prodi - Google...

Live Strea

Standar Halal

Standar Kesehatan

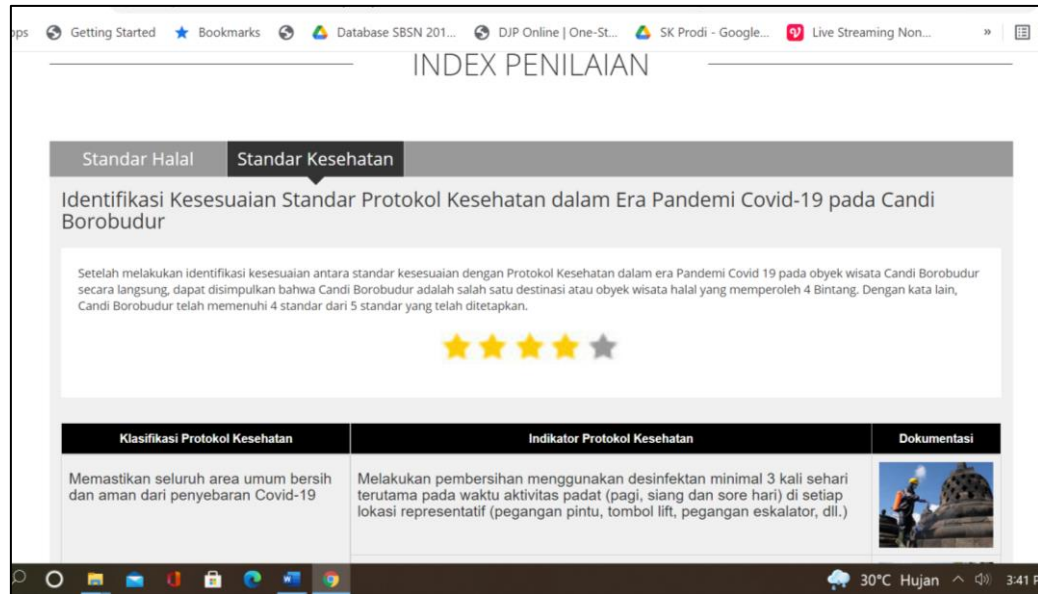
Identifikasi Kesesuaian Standar Protokol Kesehatan dalam Era Pandemi Covid-19 pada Candi Borobudur

Setelah melakukan identifikasi kesesuaian antara standar kesesuaian dengan Protokol Kesehatan dalam era Pandemi Covid 19 pada obyek wisata Candi Borobudur secara langsung, dapat disimpulkan bahwa Candi Borobudur adalah salah satu destinasi atau obyek wisata halal yang memperoleh 4 Bintang. Dengan kata lain, Candi Borobudur telah memenuhi 4 standar dari 5 standar yang telah ditetapkan.

★★★★☆

| Klasifikasi Protokol Kesehatan | Indikator Protokol Kesehatan | Dokumentasi |
|---|--|-------------|
| Memastikan seluruh area umum bersih dan aman dari penyebaran Covid-19 | Melakukan pembersihan menggunakan desinfektan minimal 3 kali sehari terutama pada waktu aktivitas padat (pagi, siang dan sore hari) di setiap lokasi representatif (pegangan pintu, tombol lift, pegangan eskalator, dll.) | |
| | Deteksi suhu tubuh di setiap titik pintu masuk tempat wisata | |
| | Menerapkan social distancing melalui jarak meja dan tempat duduk tamu dengan tanda yang sesuai | |
| Mempromosikan cuci tangan secara teratur dan Mensosialisasikan etika batuk/ bersin di tempat wisata | <ul style="list-style-type: none"> Memajang poster mengenai pentingnya cuci tangan dan tata cara cuci tangan yang benar Memajang poster tentang pentingnya menerapkan etika batuk/ bersin serta tata cara bersin/ batuk di tempat wisata Tempat wisata memiliki akses untuk cuci tangan dengan sabun dan air atau pencuci tangan berbasis alcohol | |

Gambar 5.7. Keterangan Kesesuaian terhadap Standar Protokol Kesehatan Pandemi Covid-19



Gambat 5.8. Kesimpulan Penilaian Indeks Kesesuaian dengan Standar Protokol Kesehatan.

BAB – VI

KESIMPULAN DAN SARAN

Setelah berdasarkan proses pengambilan data, studi pustaka dan analisis yang didasarkan pada proses wawancara, observasi, studi banding, dan *Focus Group Discussion*, dilengkapi dengan pengembangan Prototipe Sistem Informasi Pariwisata sebagai sebuah alternatif solusi bagi permasalahan yang ada, maka berikut dapat dismapaikan beberapa kesimpulan dan saran yang dapat dikemukakan dari peneliti ini:

1. KESIMPULAN

- 1) Indikator Standar Protokol Kesehatan dalam era Pandemi Covid-19 vagi obyek wisata, khususnya di Daerah Istimewa Yogyakarta, secara umum dapat dirumuskan sebagaimana tercantum dalam Tabel 5.3. yaitu :
 - a. Memastikan seluruh area umum bersih dan aman dari penyebaran Covid-19 yang meliputi : *touchless system*, deteksi suhu, penyediaan sarana disinfektansi, *social distancing*.
 - b. Mempromosikan cuci tangan secara teratur dan Mensosialisasikan etika batuk/ bersin di tempat wisata.
 - c. Memberikan informasi dan edukasi tentang Covid-19.
 - d. Bekerja sama dengan fasilitas kesehatan terdekat khususnya terkait dengan penanganan kedaruratan akibat Covid-19
 - e. Mengatur ulang tata laksana untuk menghindari kontak fisik mulai dari sistem pembayaran *cashless*, sistem online-ticketing, sistem reservasi online, pembatasan jumlah pengunjung, dan pembatasan *direct contact* dengan makanan / minuman dalam suatu penyajian atau jamuan.
- 2) Indikator standar wisata halal dapat dirumuskan sesuai dengan Tabel 4.3. sebagai berikut:
 - a. Tersedianya fasiltas ibadah : Tempat Ibadah, akses yang memadai, penanda waktu shalat, petunjuk arah qiblat, tersedianya air bersih untuk wudhu dan bersuci, serta tersedianya perangkat fasilitas untuk melaksanakan Shalat.
 - b. Tersedianya makanan dan minuman yang Halal dan jelas tidak tercampur dengan makanan yang non-halal.

- c. Diterapkannya norma norma etika moral Islam seperti : tidak ada prostitusi dan tindakan asusila lainnya, tidak ada perjudian, dll.
 - d. Tidak ada Karya seni yang tidak sesuai dengan norma Islam.
 - e. Fasilitas dan sarana prasarana yang terpisah antara Wanita dan Pria.
- 3) Karakteristik Sistem Informasi Pariwisata yang sesuai dengan Protokol Kesehatan dan Wisata Halal dirumuskan memiliki beberapa elemen sesuai gambar 5.2. yaitu : *Map / Info Lokasi, Database obyek wisata, User Access, Internet and mobile base, Mobile financing, WWW, Data Center, Web Service, Transportation*, serta akses terhadap Informasi terkait Standar Protokol Kesehatan dan Standar Wisata Halal.
- 4) Telah berhasil dikembangkan suatu Prototipe Sistem Informasi Pariwisata yang sesuai menunjang Protokol Kesehatan era Pandemi Covid-19 dan Standar Wisata Halal sebagaimana tercantum dalam Gambar 5.2. sampai dengan Gambar 5.8.

2. SARAN

Salah satu permasalahan pada sektor pariwisata saat ini adalah pada aspek akses yang dimiliki oleh Calon wisatawan untuk mendapatkan informasi tentang perjalanan wisata (termasuk obyek wisata dan transportasi dan akomodasi) yang telah sesuai dengan protokol kesehatan baru pasca Covid-19 serta Wisata Halal, serta mekanisme untuk melakukan transaksi dan kegiatan ekonomi lain secara *contactless*. Karena itu, sebagai tindak lanjut dari hasil penelitian ini, dapat dikembangkan Sistem Informasi Pariwisata berbasis *Mobile Digital Marketing*, yang memungkinkan masyarakat untuk mendapatkan akses kepada :

1. Informasi terkait Perjalanan Wisata (Obyek dan Transportasinya) yang telah memenuhi standar / kriteria Protokol Kesehatan Baru pasca Covid-19 serta sesuai dengan konsep Wisata Halal.
2. Kemudahan transaksi dan kegiatan ekonomi lainnya secara virtual atau *Contactless* sehingga meminimalkan resiko paparan Pandemi serta sesuai dengan protokol Kesehatan.
3. Informasi lain yang valid terkait perjalanan wisata dalam era New Normal.

DAFTAR PUSTAKA

- <https://jogja.tribunnews.com/2020/11/03/dinas-pariwisata-di-yogyakarta-lebih-dari-180-ribu-kunjungan-wisatawan-saat-libur-panjang>)
- Abror, A., Wardi, Y., Trinanda, O., & Patrisia, D. (2019). The impact of Halal tourism, customer engagement on satisfaction: moderating effect of religiosity. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 24(7), 633–643.
<https://doi.org/10.1080/10941665.2019.1611609>
- Aji, H. M., Muslichah, I., & Seftyono, C. (2020). The determinants of Muslim travellers' intention to visit non-Islamic countries: a halal tourism implication. *Journal of Islamic Marketing*. <https://doi.org/10.1108/JIMA-03-2020-0075>
- Aji, H.M., I. Muslichah, dan C. Seftyono. 2019. The Determinants of Muslim Travellers' Intention to Visit Non-Islamic Countries: A Halal Tourism Implication. *Journal of Islamic Marketing*.
- Akhlas, A. W. (2020). BI injects \$18.19b liquidity into financial markets, banks as rupiah slides. Retrieved July 29, 2020, from
<https://www.thejakartapost.com/news/2020/03/24/bi-injects-18-19b-liquidity-into-financial-markets-banks-as-rupiah-slides.html>
- Amri, Andi.2020. Dampak Covid-19 Terhadap UMKM Di Indonesia. *Jurnal Brand*, Vol.2 No.1, 123-130.
- Ardhia, Dwi, dkk. 2020. Penerapan Protokol Kesehatan dan Dampak Covid-19 Terhadap Harga Komoditas Perikanan dan Aktivitas Penangkapan. *Indonesian Journal of Applied Science and Technology*, vol.1 No.2, 2020, 80-87.
- Badan Pusat Statisti.2020. Statistik Objek Daya Tarik Wisata 2018
- Badan Pusat Statistik Daerah Istimewa Yogyakarta. 2019. Berita Resmi Statistik: Perkembangan Pariwisata dan Transportasi Udara Daerah Istimewa Yogyakarta Februari 2019. No. 22/04/34/Th.XXI.

- Badan Pusat Statistik. 2020. Perkembangan Pariwisata dan Transportasi Nasional Oktober 2020 .
- Badan Pusat Statistik. 2020. Statistik Wisatawan Nusantara 2019
- BaliTravelNews. (2019). Don't Apply Halal Tourism in Bali. Retrieved from <http://bali-travelnews.com/2019/04/16/dont-apply-halal-tourism-in-bali/>
- Bank Indonesia (2019) Halal Tourism Key Driver of Halal Industry in Indonesia.
- Bank Indonesia (2019) Halal Tourism Key Driver of Halal Industry in Indonesia.
Available at: <https://www.bi.go.id/en/ruang-media/info-terbaru/Pages/Wisata-Halal-Penggerak-Utama-Industri-Halal-Indonesia.aspx> (Accessed: June 17, 2020).
- Bank Indonesia. (2019). Halal Tourism Key Driver of Halal Industry in Indonesia.
- Battour, M. (2017) Mobilities, Tourism and Travel Behavior - Contexts and Boundaries. Intech.
- Battour, M. and Ismail, N.M. 2016, Halal Tourism: Concepts, Practises, Challenges and Future, Tourism Management Perspectives. Tourism Management Perspectives, Vol. 19, pp. 150-154.
- Battour, M. M., Ismail, M. N., & Battor, M. (2010). Toward a halal tourism market. Tourism Analysis, 15(4), 461–470.
- Battour, M., Battor, M., & Bhatti, M. A. (2014). Islamic attributes of destination: construct development and measurement validation, and their impact on tourist satisfaction. International Journal of Tourism Research, 16(6), 556–564.
- Battour, Mohamed, & Ismail, M. N. (2016). Halal tourism: Concepts, practises, challenges and future. Tourism Management Perspectives, 19, 150–154.
<https://doi.org/10.1016/j.tmp.2015.12.008>
- Bayu, D. J. (2020). Kadin: Sektor Pariwisata Paling Terdampak Corona, Ribuan Hotel Tutup Artikel ini telah tayang di Katadata.co.id dengan judul “Kadin: Sektor Pariwisata Paling Terdampak Corona, Ribuan Hotel Tutup” ,
<https://katadata.co.id/berita/2020/04/19/kadin-sektor-par>.

- Boğan, E. and Sarıışık, M. (2018) “Halal tourism: conceptual and practical challenges,” *Journal of Islamic Marketing*, 10(1), pp. 87–96. doi: 10.1108/JIMA-06-2017-0066.
- Boğan, E., & Sarıışık, M. (2018). Halal tourism: conceptual and practical challenges. *Journal of Islamic Marketing*, 10(1), 87–96. <https://doi.org/10.1108/JIMA-06-2017-0066>
- Carboni, M., Perelli, C., & Sistu, G. (2014). Is Islamic tourism a viable option for Tunisian tourism? Insights from Djerba. *Tourism Management Perspectives*, 11, 1–9.
- Carroll, P., Caulfield, B., & Ahern, A. (2019). Modelling the potential benefits of increased active travel. *Transport Policy*, 79, 82–92. <https://doi.org/10.1016/j.tranpol.2019.04.020>
- Chandra, G. R. (2014). Halal tourism: a new gold mine for tourism. *International Journal of Business Management and Research*, 4(6), 45–62.
- Eid, R. (2013). Integrating muslim customer perceived value, satisfaction, loyalty and retention in the tourism industri: An empirical study. *International Journal of Tourism Research*. <https://doi.org/10.1002/jtr.1982>
- Eid, R. 2013. Integrating Muslim Customer Perceived Value, Satisfaction, Loyalty and Retention in The Tourism Industry: An Empirical Study. *International Journal of Tourism Research*, Vol. 17, pp. 249-260.
- Eid, R. and El-Gohary, H. 2014, Muslim Tourist Perceived Value in The Hospitality and Tourism Industry, *Journal of Travel Research*, Vol. 54 No. 6, pp. 774-787.
- Eid, Riyadh, & El-Gohary, H. (2014). Muslim Tourist Perceived Value in the Hospitality and Tourism Industry. *Journal of Travel Research*, 28, 1–14. <https://doi.org/10.1177/0047287514532367>
- Eid, Riyadh, & El-Gohary, H. (2015). The role of Islamic religiosity on the relationship between perceived value and tourist satisfaction. *Tourism Management*, 46, 477–488. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.08.003>

- El-Gohary, H. (2015) “Halal tourism, is it really Halal?,” *Tourism Management Perspectives*. Elsevier Ltd, 19, pp. 124–130. doi: 10.1016/j.tmp.2015.12.013.
- El-Gohary, H. (2015). Halal tourism, is it really Halal? *Tourism Management Perspectives*, 19, 124–130. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2015.12.013>
- El-Gohary, H. 2015. Halal tourism, Is It Really Halal? *Tourism Management Perspectives*, Vol. 19 No. B, pp. 124-130.
- Engelke, T., Becker, M., Wuest, H., Keil, J., & Kuijper, A. (2013). MobileAR Browser – A generic architecture for rapid AR-multi-level development. *Expert Systems with Applications*, 40(7), 2704–2714.
<https://doi.org/10.1016/J.ESWA.2012.11.003>
- Fajar, W. H. (2020) President Announces New Normal Policy to Coexist with the Coronavirus. Available at:
<https://indonesia.go.id/ragam/komoditas/ekonomi/mengenal-konsep-new-normal>
(Accessed: June 17, 2020).
- Fajar, W. H. (2020). President Announces New Normal Policy to Coexist with the Coronavirus.
- Guild, J. (2020). n Indonesia, Will COVID-19 Trigger Another Asian Financial Crisis?
- Halbase. (2020). No Title.
- Han, H., Al-Ansi, A., Koseoglu, M. A., Lin, P. M. C., Park, J., Yu, J., & Kim, W. (2019). Halal tourism: travel motivators and customer retention. *Journal of Travel and Tourism Marketing*, 36(9), 1012–1024.
<https://doi.org/10.1080/10548408.2019.1683483>
- Henderson, J.C. (2009). Islamic tourism reviewed. *Tourism Recreation Research*, 34(2), 207–211.
- Henderson, Joan C. (2015). Halal food, certification and halal tourism: Insights from Malaysia and Singapore. *Tourism Management Perspectives*, 19, 160–164.
<https://doi.org/10.1016/j.tmp.2015.12.006>

<http://bali-travelnews.com/2019/04/16/dont-apply-halal-tourism-in-bali/> (Accessed: July 18, 2020).

<https://halaalquest.com/2019/09/09/indonesias-halal-tourism-plans-for-lake-toba-faces-resistance/> (Accessed: July 18, 2020).

<https://jogja.antaranews.com/berita/410494/pariwisata-berkontribusi-terbesar-pada-pertumbuhan-ekonomi-di-yogyakarta> (Accessed: July 17, 2020).

<https://jogja.idntimes.com/business/economy/holy-kartika/ini-5-strategi-bank-indonesia-dorong-pertumbuhan-ekonomi-yogyakarta/5> (Accessed: July 17, 2020).

<https://jogja.tribunnews.com/2016/10/17/wisatawan-domestik-sumbang-pendapatan-diy-rp-72-triliun> (Accessed: July 17, 2020).

<https://jogja.tribunnews.com/2019/01/02/pariwisata-berikan-kontribusi-sebesar-23-persen-ke-pad-sleman> (Accessed: July 17, 2020).

<https://jogja.tribunnews.com/2019/11/05/jumlah-kunjungan-wisatawan-di-kota-yogyakarta-terus-alami-peningkatan-tiap-tahun> (Accessed: July 17, 2020).

<https://setkab.go.id/5-tahun-dikembangkan-indonesia-raih-peringkat-pertama-wisata-halal-dunia-2019/> (Accessed: July 17, 2020).

Huat, T. L. (2009) Straight Talk: Tapping The Huge Halal Business. Available at: <http://203.115.229.228/edgemyjoomla/commentary/155833-straight-talk-tapping-the-hugeHalal-business.html>.

Huat, T. L. (2009). Straight Talk: Tapping The Huge Halal Business. Retrieved from <http://203.115.229.228/edgemyjoomla/commentary/155833-straight-talk-tapping-the-hugeHalal-business.html>.

Huat, T.L. 2009. Straight Talk: Tapping The Huge Halal Business, available at: <http://203.115.229.228/edgemyjoomla/commentary/155833-straight-talk-tapping-the-hugeHalal-business.html>.

Jafari, J., & Scott, N. (2014). Muslimworld and its tourisms. *Annals of Tourism Research*, 44, 1–19.

- Jogiyanto HM, 1999. Analisis dan Disain Informasi: Pendekatan Terstruktur Teori dan Praktek Aplikasi Bisnis. Andi Offset. Yogyakarta
- Kawsar, M. J., & Rashid, T. (2019). Islamic Customer Relationship Marketing (ICRM) and Inspirations for Religious Tourism in Jamal, A., Raj, R. and Griffin, K. (Eds). Islamic Tourism: Management of Travel Destinations, CABI, Oxfordshire, 78–90.
- Kawsar, M.J. and Rashid, T. 2019. Islamic Customer Relationship Marketing (ICRM) and Inspirations for Religious Tourism in Jamal, A., Raj, R. and Griffin, K. (Eds). Islamic Tourism: Management of Travel Destinations, CABI, Oxfordshire, pp. 78-90.
- Khan, F., & Callanan, M. (2017). The ‘halalification’ of tourism. Journal of Islamic Marketing, 8(4), 558–577.
- Lee, Y., Pennington-Gray, L., & Kim, J. (2019). Does location matter? Exploring the spatial patterns of food safety in a tourism destination. Tourism Management, 71, 18–33. <https://doi.org/10.1016/J.TOURMAN.2018.09.016>
- Liu, J., Wang, C., Fang, S., & Zhang, T. (2019). Scale development for tourist trust toward a tourism destination. Tourism Management Perspectives, 31, 383–397. <https://doi.org/10.1016/J.TMP.2019.07.001>
- Maniga, P. (2020). The Impact of COVID-19 on Tourism.
- Mastercard and CrescentRating (2018) “Global Muslim Travel Index Report,” (April). doi: [10.1287/mnsc.2015.2270](https://doi.org/10.1287/mnsc.2015.2270).
- Mastercard and CrescentRating (2018) “Global Muslim Travel Index Report,” (April). doi: [10.1287/mnsc.2015.2270](https://doi.org/10.1287/mnsc.2015.2270).
- Mastercard and CrescentRating (2019) “Global Muslim Travel Index 2019,” (April), pp. 01–63. Available at: <https://www.crescentrating.com/halal-muslim-travel-market-reports.html>.
- Mastercard, & CrescentRating. (2018). Global Muslim Travel Index Report, (April). <https://doi.org/10.1287/mnsc.2015.2270>

Mastercard, & CrescentRating. (2019). Global Muslim Travel Index 2019, (April), 01–63.

Mohsin, A., Ramli, N., & Alkhulayfi, B. A. (2016). Halal tourism: Emerging opportunities. *Tourism Management Perspectives*, 19(2016), 137–143.
<https://doi.org/10.1016/j.tmp.2015.12.010>

Mufti, R. R. (2020). Nearly 190, 000 dismissed tourism workers join preemployment card program.

Nugroho, Isfauzi Hadi, dan Yulianto, Dema.2020. Penerapan Disiplin Protokol Kesehatan di Era Kenormalan Baru Pada Dunia PAUD. *Jurnal Al-Hikmah*, vol.8 no.1, 150-156.

Polat, N., & Hermans, E. (2016). A model proposed for sustainable accessible tourism (SAT). *Tékhne*, 14(2), 125–133.
<https://doi.org/10.1016/J.TEKHNE.2016.11.002>

Quest, H. (2019). Indonesia's halal tourism plans for Lake Toba faces resistance. Retrieved from <https://halaalquest.com/2019/09/09/indonesias-halal-tourism-plans-for-lake-toba-faces-resistance/>

Rahman, M. K., Zailani, S., & Musa, G. (2017). What Travel Motivational Factors Influence Muslim Tourists Towards MMITD? *Journal of Islamic Marketing*, 8(1), 1–24.

Rahman, M.K., Zailani, S. and Musa, G. 2017. What Travel Motivational Factors Influence Muslim Tourists Towards MMITD? *Journal of Islamic Marketing*, Vol. 8 No. 1, pp. 1-24.

Razalli, M.R., Abdullah, S., & Hassan, M. G. (2012) Developing a model for Islamic hotels: Evaluating opportunities and challenges.

Razalli, M.R., Abdullah, S., & Hassan, M. G. (2012). Developing a model for Islamic hotels: Evaluating opportunities and challenges.

- Razzaq, S., Hall, C. M., & Prayag, G. (2016). The capacity of New Zealand to accommodate the halal tourism market - Or not. *Tourism Management Perspectives*, 18, 92–97. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2016.01.008>
- Robert A. Szymanski, 1995. *Computer and Information Systems* 1th Edition. Prentice Hall College Div. United States.
- Ryan, C. (2015). Halal tourism. *Tourism Management Perspectives*, 19(2015), 121–123. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2015.12.014>
- Samori, Z., Md Salleh, N. Z. and Khalid, M. M. (2016) “Current trends on Halal tourism: Cases on selected Asian countries,” *Tourism Management Perspectives*, 19, pp. 131–136. doi: [10.1016/j.tmp.2015.12.011](https://doi.org/10.1016/j.tmp.2015.12.011).
- Samori, Z., Md Salleh, N. Z., & Khalid, M. M. (2016). Current trends on Halal tourism: Cases on selected Asian countries. *Tourism Management Perspectives*, 19, 131–136. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2015.12.011>
- Samori, Z., Md Salleh, N.Z. and Khalid, M.M. 2016. Current Trends on Halal Tourism: Cases on Selected Asian Countries. *Tourism Management Perspectives*, Vol. 19, pp. 131-136.
- Sen Küpeli, T. S., Koc, B., & Hassan, A. (2018). Understanding religion-based tourism terminology in the context of the hotel industry. *Anatolia*, 29(2), 252–266.
- Shafiee, S., Rajabzadeh Ghatari, A., Hasanzadeh, A., & Jahanyan, S. (2019). Developing a model for sustainable smart tourism destinations: A systematic review. *Tourism Management Perspectives*, 31, 287–300. Retrieved from <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S2211973619300698>
- Stephenson, M. L. (2014). Deciphering “Islamic hospitality”: Developments, challenges and opportunities. *Tourism Management*, 40, 155–164. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2013.05.002>
- Taufik, dan Warsono, Hardi. 2020. Birokrasi Baru Untuk New Normal: Tinjauan Model Perubahan Birokrasi dalam Pelayanan Publik di Era Covid-19. *Jurnal Ilmu Administrasi Publik*.

- Telaumbanua, Dalinama.2020. Urgensi Pembentukan Aturan Terkait Pencegahan Covid-19 di Indonesia. Qalamuna-Jurnal Pendidikan, Sosial, dan Agama, vol,12 no.1,59-70.
- Vargas-Sánchez, A. and Moral-Moral, M. (2019) “Halal tourism: literature review and experts’ view,” Journal of Islamic Marketing, 11(3), pp. 549–569. [doi: 10.1108/JIMA-04-2017-0039](https://doi.org/10.1108/JIMA-04-2017-0039).
- Vargas-Sánchez, A., & Moral-Moral, M. (2019). Halal tourism: literature review and experts’ view. Journal of Islamic Marketing, 11(3), 549–569. <https://doi.org/10.1108/JIMA-04-2017-0039>
- Wardi, Y., Abror, A., & Trinanda, O. (2018). Halal tourism: antecedent of tourist’s satisfaction and word of mouth (WOM). Asia Pacific Journal of Tourism Research, 23(5), 463–472. <https://doi.org/10.1080/10941665.2018.1466816>
- WHO. (2020). Coronavirus.
- Wingett, F., & Turnbull, S. (2017). Halal holidays: exploring expectations of Muslim-friendly holidays. Journal of Islamic Marketing, 8(4), 642–655.
- Xiang, Z. (2018). From digitization to the age of acceleration: On information technology and tourism. Tourism Management Perspectives, 25(September), 147–150.
- Yang, S.-Y., & Hsu, C.-L. (2016). A location-based services and Google maps-based information master system for tour guiding. Computers & Electrical Engineering, 54, 87–105. <https://doi.org/10.1016/J.COMPELECENG.2015.11.020>
- Zamani-Farahani, H., & Henderson, J. C. (2010). Islamic tourism and managing tourism development in Islamic societies: the cases of Iran and Saudi Arabia. InternationalJournal of Tourism Research, 12(1), 79–89.
- Zheng, W., Ji, H., Lin, C., Wang, W., & Yu, B. (2020). Using a heuristic approach to design personalized urban tourism itineraries with hotel selection. Tourism Management, 76, 103956. <https://doi.org/10.1016/J.TOURMAN.2019.103956>

LAMPIRAN