

Diterima: 22 Nov 2023 Direvisi: 30 Dec 2023 Disetujui: 30 Dec 2023 Dipublikasi: 31 Dec 2023

ANALISIS POTENSI PENERAPAN KONSEP PARIWISATA HALAL PADA DESTINASI DESA WISATA WATU KANDANG KABUPATEN TRENGGALEK

Dhiam Permana^{1*}, Lailatul Qadariah²

^{1,2}Fakultas Ilmu Keislaman Universitas Trunojoyo Madura, Bangkalan, Indonesia

Korespondensi Email^{1*}: 190721100060@student.trunojoyo.ac.id

Email²: lailatul.qadariah@trunojoyo.ac.id

Abstrak:

Penelitian ini membahas tentang analisis potensi penerapan konsep pariwisata halal pada destinasi Desa Wisata Watu Kandang di Kabupaten Trenggalek. Desa Wisata Watu Kandang merupakan destinasi wisata baru yang berfokus pada ekowisata dan menawarkan interaksi langsung dengan alam serta kehidupan masyarakat setempat. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis potensi penerapan konsep pariwisata halal di Desa Wisata Watu Kandang berdasarkan kriteria wisata halal menurut Global Muslim Travel Index. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Data dianalisis melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Desa Wisata Watu Kandang memiliki potensi yang baik untuk dikembangkan menjadi destinasi wisata halal. Hal ini dilihat dari kriteria wisata halal telah ada sepenuhnya di wisata watu kandang, selain itu wisata tersebut didukung dengan aksesibilitas menuju lokasi yang mudah, fasilitas ibadah dan toilet yang memadai, lingkungan yang asri dan aman, serta makanan dan minuman yang menjamin kehalalan. Jadi sesuai dengan kriteria diatas wisata watu kandang layak dijadikan sebagai destinasi wisata halal di Indonesia

Kata kunci: *Parwisata Halal, Global Muslim Travel Index (GMTI), Desa Wisata Watu Kandang*

ANALYSIS OF THE POTENTIAL FOR IMPLEMENTING THE CONCEPT OF HALAL TOURISM IN WATU KANDANG TOURISM VILLAGE DESTINATIONS, TRENGGALEK DISTRICT

Abstract:

This research discusses the analysis of the potential for implementing the halal tourism concept at the Watu Kandang Tourism Village destination in Trenggalek Regency. Watu Kandang Tourism Village is a new tourist destination that focuses on ecotourism and offers direct interaction with nature and the lives of local people. This research aims to analyse the potential for implementing the halal tourism concept in the Watu Kandang Tourism Village based on halal tourism criteria according to the Global Muslim Travel Index. The research method used is qualitative, with data collection techniques through interviews, observation, and documentation. Data were analysed through data reduction, data presentation, and drawing conclusions. The research results show that the Watu Kandang Tourism Village has good potential to be developed into a halal tourist destination. This can be seen from the criteria for halal tourism that are fully in place in the Watu Kandang tourist attraction. Apart from that, this tourism is supported by easy accessibility to the location, adequate worship and toilet facilities, a beautiful and safe environment, as well as food and drinks that guarantee halal. So according to the criteria above, Watu Kandang tourism is worthy of being used as a halal tourist destination in Indonesia.

Keywords: *Halal Tourism, Global Muslim Travel Index (GMTI), Watu Kandang Tourism Village*

PENDAHULUAN

Indonesia adalah negara dengan potensi pariwisata yang besar di dunia. Negara ini memiliki beragam keindahan alam, budaya, sejarah, dan kekayaan kuliner yang menarik perhatian wisatawan dari seluruh dunia. Kekayaan alam yang dimiliki oleh Indonesia menjadi daya tarik wisatawan asing maupun lokal untuk berkunjung. Pariwisata merupakan segala sesuatu yang ada hubungannya dengan wisata termasuk usaha - usaha yang terkait di bidang tersebut maka dapat dijadikan menjadi pariwisata (Ridwan, 2020). Pariwisata memberikan banyak manfaat terhadap masyarakat, sehingga wisata mampu menjadi penggerak pembangunan pada suatu wilayah. Sektor pariwisata juga memberikan kontribusi menyumbang devisa bagi pemerintah daerah atau pemerintah pusat. Dapat mempengaruhi bertambahnya lapangan kerja dan peluang bisnis. Di Indonesia tidak hanya terdapat yang berbasis konvensional namun juga ada wisata berbasis syariah yang biasa disebut wisata halal (Napriilia, 2022).

Saat ini Kemenparekraf gencar mengembangkan potensi wisata khususnya wisata halal karena menjadikan pasar yang cukup menjanjikan (Apridia & Dahruji, 2022). Indonesia memang memiliki peran sebagai salah satu lokasi pariwisata halal terbaik di dunia (Desky, Thaver, & Rijal, 2022). Negara ini telah berhasil meraih berbagai penghargaan internasional dalam bidang ini. Pada tahun 2019, Indonesia berhasil meraih posisi teratas dalam Global Muslim Travel Index (GMTI), mengalahkan 130 negara berdasarkan pada fakta bahwa sekitar 14,92 juta dari total pengunjung dari luar negeri yang mengunjungi Indonesia adalah wisatawan muslim. Penilaian ini juga mempertimbangkan berbagai aspek seperti aksesibilitas, komunikasi, lingkungan, dan layanan yang diberikan selama berada di destinasi wisata halal.

Dalam mengembangkan wisata halal Indonesia didukung dengan jumlah penduduk mayoritas pemeluk agama islam. Tercatat sebagai negara dengan jumlah penduduk muslim terbesar di dunia. Berdasarkan riset *The Royal Islamic Strategic Studies Center* (RISSC) bertajuk *The Muslim 500* edisi 2023, jumlah umat Islam di Indonesia tercatat mencapai angka 237,55 juta jiwa. Pemeluk Agama islam di Indonesia setara 86,7% dari total populasi di Indonesia. Penduduk muslim Indonesia menjadi penggerak pariwisata halal yang terampil dalam mengembangkan destinasi pariwisata. Sehingga, dengan modal besar tersebut, para wisatawan muslim dari berbagai negara pun tidak perlu khawatir akan Islamofobia ketika berlibur ke Indonesia (Kemenparekraf, 2021).

Wisata halal merupakan segala rangkaian wisata yang menerapkan prinsip islam baik dalam pengoperasian wisata, makanan dan minuman yang dijual, pelayanan, serta fasilitas yang memenuhi standar halal (Maulana & Qadariyah, 2019). Halal dalam konteks wisata halal merujuk pada segala sesuatu yang sesuai dengan ajaran Islam dan menjadi pedoman bagi aktivitas umat Islam. Pariwisata halal semakin berkembang dan menjadi fenomena baru melalui peningkatan pengetahuan dan kesadaran konsumen terhadap produk dan layanan halal (Nuraini & Sucipto, 2021). Indonesia telah berusaha untuk menetapkan dirinya sebagai tujuan wisata Halal utama sejak dimulainya Indeks Perjalanan Muslim Global Mastercard-Crescentrating (GMTI) pada tahun 2015, yang merangking destinasi berdasarkan keramahan mereka terhadap Muslim (CrescentRating, 2023).

Konsep wisata halal, seperti yang disampaikan Indonesia Halal Expo dan Global Halal Forum yang diadakan pada 30 Oktober - 2 November 2013 di Gedung Pusat Niaga, JIIExpo, oleh Muhammad Munir Caudry dari President Islamic Nutrition Council of America, bukanlah tentang wisata religi. Sebaliknya, wisata halal adalah konsep pariwisata yang menyediakan layanan liburan yang disesuaikan dengan kebutuhan wisatawan muslim.

Potensi Indonesia layak menjadi sentra pariwisata halal karena didukung dengan keunggulan yang dimiliki seperti keindahan alam, populasi umat muslim yang cukup besar serta budaya yang beragam. Pariwisata halal merupakan industri wisata dengan menyediakan layanan yang disesuaikan pada aturan dan syariat Islam (Febriana, 2021). Sebagai destinasi wisata muslim dunia yang diakui oleh Global Muslim Travel Index (GMTI), Indonesia membutuhkan panduan yang jelas dan konkrit dalam mengelola pariwisata halal. Ini penting untuk memastikan bahwa standar dan praktik halal diterapkan secara konsisten di seluruh sektor pariwisata, sehingga dapat memenuhi kebutuhan dan harapan wisatawan muslim. Selain itu, panduan ini juga akan membantu dalam mempromosikan Indonesia sebagai destinasi wisata halal yang unggul di dunia.

GMTI (Global Muslim Travel Index) merupakan standar global dalam menilai kriteria pariwisata halal dan telah menjadi standar industri wisata halal di Indonesia. CrescentRating, perusahaan yang telah berdiri sejak 2008 dan mengeluarkan GMTI, telah menjadi pilihan utama bagi berbagai lapisan industri pariwisata, termasuk entitas pemerintah dan agen pariwisata, dalam memenuhi kebutuhan wisatawan muslim. CrescentRating, dengan memanfaatkan pemahaman tentang gaya hidup, kecerdasan industri, perilaku, dan kebutuhan penelitian wisatawan Muslim, memberikan bimbingan tentang berbagai aspek perjalanan halal kepada organisasi di seluruh dunia. CrescentRating menyediakan berbagai produk dan layanan, termasuk evaluasi dan akreditasi, konsultasi, pelatihan dan sertifikasi, laporan industri, dan konferensi tentang pariwisata halal. Semua ini berkontribusi dalam memperluas peluang bisnis dalam sektor pariwisata syariah. Wisata syariah merupakan salah satu bentuk wisata berbasis budaya yang mengedepankan nilai-nilai dan norma syariat Islam sebagai landasan dasar (Adinugraha, Sartika, & Kadarningsih, 2018). Seperti yang telah dianjurkan oleh World Tourism Organization (WTO) karena konsumen wisata halal bukan hanya dari kalangan masyarakat yang beragama Islam saja namun juga mereka yang beragama non islam (Riyanto Sofyan, 2020).

Wisata halal bukan hanya di khususkan untuk wisatawan pemeluk agama islam, tetapi juga dapat dinikmati oleh wisatawan non-islam. Konsep wisata halal berfokus pada penyediaan layanan yang berlandaskan prinsip-prinsip syariah, yang mencakup kebersihan, kehalalan, dan higienitas produk yang ditawarkan. Bagi wisatawan non-muslim, ini menawarkan jaminan bahwa produk dan layanan yang mereka nikmati memenuhi standar tinggi dalam hal kebersihan dan kualitas. Oleh karena itu, wisata halal dapat menjadi pilihan menarik bagi semua wisatawan yang mencari pengalaman wisata yang unik dan berkualitas tinggi. Lingkup wisata halal dapat berasal dari wisata budaya, wisata alam, atau wisata buatan. GMTI atau lembaga yang fokus mengembangkan wisata halal dunia menjelaskan bahwa wisata halal merupakan pariwisata dengan menjalankan prinsip – prinsip Islam dengan bertujuan memberi layanan dan fasilitas yang ramah pada wisatawan (Subarkah, 2018). Indonesia Muslim Travel Index (IMTI) 2023 telah memberikan pencerahan pada provinsi-provinsi di Indonesia yang berhasil memposisikan diri sebagai destinasi utama bagi wisatawan muslim. Nusa Tenggara Barat berada di puncak daftar dengan skor yang cukup baik, yaitu 67. Provinsi ini disusul oleh Aceh, Sumatera Barat, DKI Jakarta, Jawa Tengah, Jawa Barat, Yogyakarta dan Jawa Timur (CrescentRating, 2023).

Di Jawa Timur, Tepatnya Kabupaten Trenggalek terdapat wisata Watu Kandang yang terletak di Desa Pandean Kecamatan Dongko. yang didalamnya terdapat keindahan dan keasrian alam. Trenggalek memiliki beragam daya tarik. Kabupaten ini dikenal dengan Jaranan Turangga Yakso, Pantai Prigi yang menakjubkan, dan sebagai penghasil buah durian. Potensi pariwisata di kabupaten Trenggalek sangat tinggi, terutama karena kekayaan

alamnya yang mencakup wilayah pegunungan hingga pesisir, serta kebudayaan dan adat yang masih terjaga hingga kini. Salah satu desa yang mencuri perhatian adalah Desa Pandean. Desa ini memiliki potensi alam yang melimpah, seperti sungai dengan arus yang ideal untuk river tubing, air terjun atau "jurug" yang indah, perkebunan kakao, dan lahan persawahan yang luas. Selain itu, Desa Pandean juga kaya akan seni jaranan, kuliner khas, dan tradisi memukul lesung. Melalui upaya maksimal dan kerja keras, masyarakat Desa Pandean berhasil mengoptimalkan potensi ini menjadi sumber mata pencaharian baru dan pengetahuan baru. Pada Tahun 2022 Desa Wisata tersebut mendapat penghargaan 50 besar dalam rangka penilaian Anugerah Desa Wisata Indonesia (Tempo.com, 2022).

Dalam upaya pengembangan pariwisata, Desa Pandean mendirikan "Desa Wisata Watu Kandang Pandean," yang dikelola oleh Pokdarwis Dewi Arum Pulosari. Pokdarwis ini adalah Kelompok Sadar Wisata dengan tujuan pengembangan pariwisata desa dan mendukung pembangunan pariwisata daerah. Desa wisata dibentuk sebagai wadah untuk memberdayakan masyarakat agar dapat berperan sebagai pelaku langsung dalam upaya meningkatkan kesiapan dalam menyikapi potensi pariwisata atau lokasi daya tarik wisata di wilayah masing-masing desa (Handriyana, Priyana, Felix Vincentius, & Mardiananingrum, 2023).

Dalam proses pengembangan pariwisata halal di Desa Wisata Watu Kandang, beberapa kendala telah diidentifikasi. Kendala utama adalah kebutuhan akan panduan yang jelas dan konkrit dalam mengelola pariwisata halal. Konsistensi dalam penerapan standar dan praktik halal di seluruh sektor pariwisata sangat penting untuk memenuhi kebutuhan dan harapan wisatawan muslim. Kendala lain yang dihadapi adalah terkait dengan pemahaman dan kesadaran masyarakat tentang konsep wisata halal. Meskipun wisata halal bukan hanya ditujukan untuk wisatawan muslim dan dapat dinikmati oleh wisatawan non-muslim, masih ada kebutuhan untuk meningkatkan pengetahuan dan kesadaran masyarakat tentang konsep ini. Oleh karena itu, upaya-upaya untuk meningkatkan pemahaman ini perlu dilakukan dalam rangka pengembangan pariwisata halal di Desa Wisata Watu Kandang.

Global Muslim Travel Index (GMTI) adalah penelitian dari Crescent Rating. Index ini berperan sebagai patokan untuk kriteria wisata halal dan menghasilkan peringkat bagi negara di seluruh dunia. Kriteria GMTI untuk pengembangan destinasi halal mengacu pada "Model CrescentRating ACES". Model ini meliputi empat elemen penting, yaitu: Akses (*Access*), Komunikasi (*Communication*), Lingkungan (*Environment*), Layanan (*Services*). Sehingga hal ini menunjukkan bahwa kegiatan wisata menyebabkan adanya perpindahan orang dari dari satu tempat berpindah dengan pada tempat lainnya sehingga memenuhi kepuasan sesuai nilai – nilai Islam. Perpindahan aktivitas wisatawan ditujukan guna mendorong pertumbuhan ekonomi penduduk yang bertempat tinggal pada suatu daerah wisata. Dalam konsep pariwisata halal, keterlibatan (muslim), tempat (tujuan kunjungan), produk (makanan, minuman, tempat tinggal), dimensi kegiatan (budaya, agama, ekonomi) serta pengelolaan proses pelayanan (isu- isu etis dalam kegiatan wisata dan pemasaran) (Yusuf, Inayatillah, & Isnaliana, 2021).

Terdapat peneliti yang sudah meneliti terkait dengan wisata halal, salah satunya oleh Febriana (2021) dengan Judul Analisis Potensi Pengembangan Wisata Halal (Halal Tourism) Pada Destinasi Wisata Lereng Gunung Wilis Kabupaten Madiun menunjukkan bahwa Destinasi Lereng Gunung Wilis di Kabupaten Madiun memiliki potensi untuk pengembangan wisata halal, dengan keberadaan potensi alam, layanan ramah muslim, dan produk halal. Namun, ada hambatan seperti kurangnya regulasi dan persepsi masyarakat yang salah tentang wisata halal. Oleh karena itu, strategi diperlukan untuk meningkatkan

aksesibilitas, komunikasi, lingkungan, dan layanan sesuai dengan standar GMTI dan indikator ACES.

Dengan potensi yang ada sehingga penulis tertarik untuk melakukan penelitian analisis potensi penerapan konsep wisata halal pada destinasi Desa Wisata Watu Kandang Kabupaten Trenggalek dengan menggunakan teori wisata halal untuk menerapkan konsep wisata halal pada wisata tersebut karena jika mampu dikembangkan dengan memaksimalkan potensi yang ada dan dapat menerapkan konsep halal tentunya akan membawa dampak positif bagi perekonomian masyarakat serta menaikkan citra Kabupaten Trenggalek pada dan Desa Pandean sebagai destinasi wisata di Indonesia.

Berdasarkan uraian di atas maka pokok permasalahan yang dibahas dalam penelitian ini adalah bagaimana potensi penerapan konsep pariwisata halal pada destinasi Desa Wisata Watu Kandang Kabupaten Trenggalek? Berdasarkan hal tersebut maka tujuan dilakukan penelitian ini adalah untuk melihat potensi penerapan konsep pariwisata halal pada destinasi Desa Wisata Watu Kandang Kabupaten Trenggalek.

METODE PENELITIAN

Pendekatan Penelitian

Dalam penelitian ini, penulis memilih metode penelitian kualitatif (M. Djuanidi Ghony, 2016). Penelitian ini dilaksanakan di Desa Wisata Watu Kandang Kabupaten Trenggalek. dengan demikian penelitian ini akan membutuhkan data dari pihak - pihak terkait khususnya pihak pengelola Desa Wisata Watu Kandang Trenggalek.

Sumber data dalam penelitian ini dibagi menjadi 2 yaitu data primer diperoleh dengan wawancara kepada informan yang bersangkutan untuk mendapatkan informasi mengenai kondisi Wisata Watu Kandang Kabupaten Trenggalek serta potensi jika wisata tersebut dijadikan sebagai wisata halal dan data sekunder penelitian ini diperoleh dari sumber yaitu literatur seperti skripsi, jurnal, buku, atau data - data yang terkait dengan Desa Wisata Watu Kandang Kabupaten Trenggalek.

Metode Pengumpulan Data

1. Wawancara

Wawancara merupakan percakapan yang dilakukan oleh dua pihak yaitu peneliti yang mengajukan pertanyaan dan pihak informan atau narasumber yang memberikan informasi atau jawaban atas pertanyaan dari peneliti (Suharsimi, 2020). Wawancara terstruktur yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pedoman wawancara. Peneliti ketika melakukan wawancara mengungkapkan data dengan mengajukan pertanyaan secara langsung pada informan.

2. Observasi

Observasi merupakan pengamatan langsung yang dilakukan peneliti secara cermat. Observasi dilakukan dengan tujuan untuk mendapatkan data yang konkret pada lokasi objek penelitian yang dituju. Observasi digunakan dalam melakukan studi pendahuluan untuk menemukan permasalahan yang menyebabkan hal tersebut untuk diteliti, dan untuk mengetahui hal-hal dari informan lebih mendalam mengenai penelitian penulis.

3. Dokumentasi

Dokumentasi merupakan metode dengan mencari data mengenai hal-hal atau variabel yang berupa catatan, buku, surat kabar, majalah, prasasti, agenda, notulen rapat, dan lainnya. Metode dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan dan mencari informasi yang tertulis dengan permasalahan penelitian. Sedangkan dalam penelitian ini metode

dokumentasi digunakan untuk mengumpulkan data yang berkaitan dengan aspek kajian yang telah penulis rumuskan.

Sumber Informasi

Key informan dalam penelitian ini adalah Ketua dan Pengurus Pokdarwis Dewi Arum Pulosari, Pedagang, Pengunjung. Total informan dalam penelitian ini adalah empat orang.

Teknik Analisis Data

Dalam penelitian kualitatif, metode analisis data melibatkan pengumpulan data yang mencakup catatan lapangan dan berbagai dokumen seperti laporan biografi, artikel, foto, dan sebagainya. Dalam penelitian ini peneliti menganalisis data sesuai dengan berapa cara, yaitu meliputi (Nur Wahyuni, 2019):

1. Reduksi Data

Reduksi data merupakan narasi yang di dalamnya terdapat abstrak atau menerangkan data dalam suatu laporan yang tersusun secara sistematis serta fokus pada hal - hal yang penting.

2. *Display* data

Display data dilakukan agar dimpermudah dalam melihat gambar penelitian secara keseluruhan atau bagian tertentu dari hasil penelitian.

3. Analisis Data

Analisis data merupakan proses mengartikan, mengurutkan data kemudian mengelompokkan data dan memberikan kode dan mengategorikan.

4. Mengambil Kesimpulan

Data yang dikumpulkan dengan cara mencari pola tema, hal - hal yang sering timbul hipotesis, persamaan, dan lain sebagainya

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Watu Kandang menjadi sebuah destinasi wisata yang berfokus pada ekowisata, menawarkan pengalaman unik bagi para wisatawan melalui interaksi langsung dengan alam dan kegiatan sehari-hari masyarakat setempat. Dengan tidak adanya atraksi buatan, Watu Kandang mempertahankan keaslian lingkungan alamnya. Wisata Watukandang terletak di Desa Pandean Kecamatan Dongko, Kabupaten Trenggalek. Tempat tersebut merupakan destinasi wisata baru yang didirikan pada bulan februari tahun 2021 dan dikembangkan berdasarkan kepedulian Pokdarwis Dewi Arum Pulosari terhadap kondisi sungai di desa tersebut.

Pokdarwis Dewi Arum Pulosari merupakan organisasi yang bergerak dalam pengelolaan desa wisata yang dapat memberikan sumbangsih perannya untuk meningkatkan perekonomian dengan memberdayakan masyarakat sekitar Desa Pandean maupun meningkatkan pendapatan daerah (Sakti, Tri maharani, Amalia Nuril Hidayati, 2022). Desa Wisata Watu Kandang Pandean berhasil masuk dalam 50 terbaik Anugerah Desa Wisata Indonesia (ADWI) 2022. Penghargaan ini diberikan oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) dan merupakan pengakuan atas upaya desa dalam mengembangkan potensi wisata mereka.

Watu Kandang juga memiliki daya tarik selain wisata alamnya, seperti River Tubing, jelajah karangkitri, fun game, River camp, dan wisata budaya dan edukasi. Desa Wisata Watu Kandang juga menyajikan atraksi menarik hasil konservasi budaya dengan melibatkan

masyarakat. Salah satu kesenian hasil konservasi budaya adalah Terbang Elo dan tabuh lesung. Tempat ini telah berhasil menarik minat pengunjung meskipun baru dirintis. Desa Wisata Watu Kandang juga termasuk dalam program 100 Desa Wisata Trenggalek Tahun 2021.

Program ini ditujukan untuk mendukung pengembangan dan pemasaran produk-produk dari desa wisata. Keunikan yang dimiliki wisata ini sehingga menjadi daya tarik tersendiri yaitu selain dari kelengkapan fasilitas desa wisata yaitu dari segi pelayanan mengenai paket wisata dengan harga yang bervariasi, paket wisata yang ditawarkan mencakup kegiatan sehari-hari masyarakat, seperti angon wedus, ngundat bengkeng, umbah-umbah di sungai, dan petik sayur. Kegiatan-kegiatan ini memberikan kesempatan kepada wisatawan untuk berinteraksi dengan masyarakat lokal dan belajar tentang budaya dan kehidupan mereka.

Berikut data kunjungan wisatawan selama wisata ini didirikan :

Tabel 1
Jumlah pengunjung per tahun dari tahun 2021 – 2023

Tahun	Jumlah Pengunjung
2021	1456
2022	3891
2023	1527

Sumber : Pokdarwis (data diolah penulis, 2023)

Dalam analisis potensi wisata halal di Desa Wisata Watu Kandang, peneliti menggunakan kriteria wisata halal yang dijabarkan dalam bentuk empat elemen, keempat elemen ini digunakan dalam menilai dan mengembangkan destinasi wisata halal sebagai berikut:

1. Kemudahan menuju lokasi tujuan (*Accessibility*)

Konsep aksesibilitas merujuk pada kemudahan akses atau izin untuk memasuki suatu area atau tempat. Dalam konteks desa wisata Watu Kandang, aksesibilitas menjadi penting karena diperlukan strategi atau rencana untuk pengembangan wisata halal yang sesuai dengan kriteria Global Muslim Travel Index (GMTI).

Sebagaimana yang dikatakan oleh ibu Ririn S selaku Ketua Pokdarwis:

“Untuk akses menuju desa wisata kami Alhamdulillah sejauh ini masih bisa representatif karena dari jalan raya masuk sekitar 3 kilo itu juga aspal sudah sudah bagus sudah hotmix. untuk bis kalau yang big bus itu memang belum bisa karena disitu ada tikungan tajam tapi kalau medium dengan isi 30 sampai 40 itu bisa dan sudah beberapa kali bus yang masuk di lokasi kami tetapi untuk bis besar kami biasanya ada kita siapkan shuttle dari dari jalan raya yang dapat menampung sekitar 15 orang. Untuk akses kami dari alun-alun menuju desa wisata pandean tergantung armadanya kalau bis besar itu 1 jam 15 menit tapi kalau station atau Elf atau apa gitu satu jam sudah sampai di lokasi.”

Berdasarkan hasil wawancara, dijelaskan bahwa aspek aksesibilitas di destinasi wisata sudah cukup baik. Namun, ada beberapa area yang memerlukan perhatian dan peningkatan, khususnya terkait infrastruktur jalan. Ada kebutuhan untuk memperbaiki jalan dengan tikungan tajam dan melakukan pelebaran jalan menuju objek wisata. Untuk itu, dukungan dari Pemerintah Daerah Kabupaten Trenggalek sangat dibutuhkan dalam hal ini. Dengan perbaikan infrastruktur tersebut, diharapkan dapat meningkatkan kenyamanan dan keamanan bagi wisatawan yang berkunjung.

2. Komunikasi (Communication)

Komunikasi adalah proses vital yang memfasilitasi pertukaran informasi dan pesan antara berbagai pihak. Dalam konteks industri pariwisata, komunikasi memainkan peran penting dalam strategi pemasaran. Tujuan utamanya adalah untuk menarik wisatawan untuk mengunjungi destinasi wisata tertentu. Strategi komunikasi pemasaran dalam pariwisata melibatkan berbagai teknik dan metode untuk mencapai audiens target. Ini bisa melalui berbagai media, termasuk media cetak dan elektronik. Media cetak bisa berupa brosur, pamflet, atau majalah yang memberikan informasi tentang destinasi wisata. Sementara itu, media elektronik bisa berupa situs web, media sosial, atau platform digital lainnya yang memungkinkan interaksi langsung dengan calon wisatawan. Secara keseluruhan, komunikasi dalam pemasaran pariwisata adalah tentang menciptakan dan menyampaikan pesan yang menarik dan relevan kepada wisatawan, sambil memastikan bahwa tindakan dan strategi pemasaran mendukung tujuan keberlanjutan dan kelestarian. Ini adalah proses yang kompleks dan berkelanjutan yang memerlukan pemahaman mendalam tentang industri pariwisata dan audiens targetnya.

Sebagaimana yang dikatakan oleh ibu Riski Arianti selaku Seksi Humas Pokdarwis:

“Untuk komunikasi eksternal Kami menggunakan beberapa media jadi ada YouTube, Tik Tok, Facebook, Instagram, Google bisnis, website itu kami gunakan sebagai sarana komunikasi kami dengan wisatawan kami”.

Ibu Ririn S selaku Ketua Pokdarwis juga mengatakan:

“Kami juga bekerja sama dengan biro perjalanan dan menurut kami ya tidak kalah pentingnya adalah hospitality kami harus bagus karena ketika wisatawan datang ke pandean dengan pelayanan yang baik dan Prima maka mereka akan datang kembali dan mengajak rekan-rekannya dan ini menurut saya juga sangat strategis karena informasi dari mulut ke mulut ini akan lebih akurat dan lebih dipercaya oleh sesama temannya seperti itu Jadi intinya adalah hospitality.”

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dipaparkan, dapat dijelaskan bahwa Desa Wisata Watu Kandang di Kabupaten Trenggalek menerapkan strategi komunikasi pemasaran pariwisata melalui media digital. Selain itu, mereka juga bekerja sama dengan pihak ketiga seperti Biro Perjalanan Wisata. Meski begitu, informasi yang diperoleh secara langsung atau dari mulut ke mulut masih dianggap lebih akurat dan dapat dipercaya. Ini menunjukkan betapa pentingnya kombinasi strategi pemasaran dalam industri pariwisata.

3. Lingkungan di tempat tujuan (Environment)

Lingkungan di tempat tujuan adalah aspek penting yang harus dipertimbangkan oleh wisatawan. Sebagai konsumen destinasi wisata, wisatawan mengharapkan destinasi wisata yang aman dan nyaman untuk dinikmati. Oleh karena itu, pengelola destinasi wisata bertanggung jawab untuk menyediakan destinasi wisata yang memenuhi standar kebersihan, kenyamanan, keramahan, keamanan, dan kelestarian lingkungan. Pemenuhan standar-standar tersebut akan menjamin kepuasan wisatawan dan mendorong mereka untuk kembali mengunjungi destinasi wisata tersebut.

Wawancara dengan seorang pengunjung bernama Kevin Agusta:

“Di sini tempatnya bersih, sejuk dan tenang, ada petugas bersih-bersihnya juga, selain itu teman teman pokdarwis juga komunikatif jika ditanya.”

Ibu Ririn S selaku Ketua Pokdarwis juga menambahkan keterangan bahwa:

"Di desa wisata kami tidak menggunakan CCTV tetapi kami menggunakan sistem percaya, jadi apa namanya security-nya juga tidak ada kemudian untuk cctv-nya tak ada karena begini Menurut kami kalau niat kita baik kita berusaha memberikan contoh yang baik maka masyarakat juga akan baik ke kita contohnya dengan adanya pariwisata ini maka masyarakat merasa menjadi penerima manfaat jadi Insya Allah sama sekali tidak ada apa namanya hal-hal yang kita ragukan terkait keamanan."

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dipaparkan, dapat dijelaskan bahwa kelestarian lingkungan dan keamanan di destinasi wisata sangat penting untuk kenyamanan bersama. Beberapa langkah pengembangan yang dapat dilakukan antara lain pemasangan sistem pengawasan video atau CCTV, peningkatan kesadaran pengunjung dan pengelola tentang pentingnya menjaga kelestarian alam dan lingkungan di area wisata, serta penerapan sanksi yang tegas bagi mereka yang merusak alam dan fasilitas yang ada.

4. Layanan (Service)

Layanan adalah serangkaian aktivitas yang dilakukan oleh suatu organisasi untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan menciptakan pengalaman unik. Kualitas layanan yang baik dapat menciptakan kepuasan bagi konsumen. Dalam konteks ini, layanan dapat mencakup berbagai aspek seperti penyediaan makanan halal, fasilitas untuk sholat, layanan khusus selama Ramadhan, ketersediaan kamar mandi, dan absennya aktivitas yang dianggap non-halal.

Seperti yang diungkapkan salah satu pedagang di Watu Kandang, yang bernama Mbak Narmi:

"Ya jadi kami sebagai pelaku usaha ini sudah memiliki izin usaha nib selain itu kami yang masak yang apa ini juga sudah snack dan sebagainya ini suka sudah memiliki sertifikat halal jadi insya Allah untuk makanan dan minum serta oleh-oleh dilakukan karena izin sudah ada dan kemudian nib juga sudah ada kehalalan juga sudah ada."

Ibu Ririn S selaku Ketua Pokdarwis, beliau menambahkan bahwa;

"Kami juga memiliki homestay kami tidak memiliki penginapan tetapi kami memiliki homestay karena menurut kami kalau penginapan itu adalah nanti pasti kita membangun dan kita kelola secara mandiri Tetapi kalau homestay itu karena miliknya masyarakat maka ada asas manfaat masyarakat yang diterima itu yang pertama yang kedua memang tujuan kami ekowisata dan pemberdayaan jadi ketika homestay itu kami ajak kerjasama maka penerima manfaat yang paling besar adalah Kemudian untuk tempat ibadah kami memiliki mushola di lokasi walaupun kecil tapi insya Allah bisa dimanfaatkan untuk beribadah dan selama ini tidak ada pertentangan sama sekali dalam syariat islam."

Berdasarkan hasil wawancara di atas dapat dijelaskan bahwa desa wisata Watu Kandang di Kabupaten Trenggalek telah berhasil mengembangkan wisata halal dengan memberikan layanan yang ramah bagi wisatawan muslim. Layanan tersebut mencakup ketersediaan makanan halal, fasilitas ibadah, dan kamar mandi dengan air yang cukup, serta tidak ada aktivitas yang bertentangan dengan prinsip halal.

Mengingat potensi besar yang dimiliki oleh desa wisata Watu Kandang, perlu adanya upaya untuk menjaga dan merawat fasilitas yang ada seperti mushola dan kamar mandi agar tetap nyaman bagi wisatawan. Selain itu, program-program khusus seperti buka puasa bersama selama bulan Ramadhan dan pengembangan sumber daya manusia dalam

hal pelayanan yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam, seperti keramahan dalam melayani wisatawan, juga perlu ditingkatkan.

PEMBAHASAN

1. Kemudahan menuju lokasi tujuan (*Accessibility*)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa aspek aksesibilitas di destinasi wisata sudah cukup baik. Namun, ada beberapa area yang memerlukan perhatian dan peningkatan, khususnya terkait infrastruktur jalan. Ada kebutuhan untuk memperbaiki jalan dengan tikungan tajam dan melakukan pelebaran jalan menuju objek wisata. Untuk itu, dukungan dari Pemerintah Daerah Kabupaten Trenggalek sangat dibutuhkan dalam hal ini. Dengan perbaikan infrastruktur tersebut, diharapkan dapat meningkatkan kenyamanan dan keamanan bagi wisatawan yang berkunjung.

Konsep yang merujuk pada jalan masuk atau izin untuk memasuki suatu area atau tempat. Ini memungkinkan kita untuk berinteraksi dengan sumber daya yang ada di wilayah tersebut berdasarkan izin yang kita miliki. Aksesibilitas memang merupakan faktor penting dalam pariwisata. Menurut Sammeng, aksesibilitas adalah komponen vital dalam pariwisata, yang mencakup kemudahan perpindahan dari satu tempat ke tempat lain, baik jarak dekat maupun jauh. Aksesibilitas dapat dibagi menjadi dua bentuk, yaitu fisik dan non fisik. Aksesibilitas fisik berkaitan dengan ketersediaan infrastruktur dan jaringan transportasi yang menghubungkan daerah asal dengan daerah tujuan. Sementara itu, aksesibilitas non fisik mencakup kemudahan dalam mencapai tujuan melalui rute perizinan, kawasan yang dilindungi, dan pembatasan jumlah pengunjung. Ini semua membantu mempermudah perjalanan wisatawan menuju destinasi wisata. Desa Wisata Watu Kandang terletak di Kabupaten Trenggalek, Jawa Timur. Desa ini dikelilingi oleh keindahan alam, seperti sungai, hutan, dan air terjun. Desa ini juga memiliki udara yang sejuk dan segar, sehingga sangat cocok untuk wisatawan yang ingin menikmati suasana alam yang asri. Aksesibilitas menuju desa wisata ini cukup baik.

Tiga aspek utama yang menjadi indikator aksesibilitas adalah *visa requirements* (persyaratan visa), *connectivity* (konektivitas), dan *transport infrastructure* (infrastruktur transportasi).

- a. *Visa Requirements* (Persyaratan Visa), Visa merupakan dokumen yang diperlukan untuk memasuki suatu negara tertentu, termasuk Indonesia. Namun, wisatawan domestik yang berkunjung ke Desa Wisata Watu Kandang tidak diwajibkan untuk memiliki visa, karena Indonesia tidak memberlakukan persyaratan visa bagi wisatawan domestik.
- b. *Connectivity* (Konektivitas) mengacu pada ketersediaan dan kualitas jaringan transportasi dan komunikasi menuju suatu destinasi wisata, ketersediaan penawaran transportasi dan rute perjalanan.

Akses menuju wisata watu kandang bisa di bilang cukup mudah dan strategis untuk di tempuh dikarenakan dekat dengan alun – alun. Untuk wisatawan yang menggunakan kendaraan pribadi, mereka dapat berkendara langsung menuju desa wisata melalui jalan raya provinsi. Jarak tempuh dari alun-alun Trenggalek ke desa wisata sekitar 1 jam 15 menit untuk kendaraan besar, dan 1 jam untuk kendaraan kecil. Untuk wisatawan yang menggunakan kendaraan umum, mereka dapat menggunakan bis dari arah alun-alun Trenggalek.

Bis akan berhenti di jalan raya provinsi, sekitar 3 kilometer dari desa wisata. Dari situ, wisatawan dapat menggunakan *shuttle* yang disediakan oleh desa wisata untuk menuju ke

lokasi. Selain itu, desa wisata juga menyediakan fasilitas parkir bagi wisatawan yang menggunakan kendaraan pribadi.

- c. *Transport infrastructure*, yaitu ketersediaan infrastruktur transportasi yang baik seperti jalan yang mulus dan angkutan umum yang nyaman sangat penting agar wisatawan bisa menikmati perjalanan menuju desa wisata.

Akses menuju desa wisata ini cukup baik, dengan jalan beraspal sepanjang 3 kilometer dari jalan raya provinsi. Jalan ini sudah beraspal hotmix, sehingga cukup nyaman untuk dilalui kendaraan. Namun, terdapat tikungan tajam yang tidak bisa dilalui oleh bus besar, tetapi Desa wisata watu kandang membuat sebuah solusi dengan menyediakan Shuttle berupa minibus yang dapat menampung sekitar 15 orang. Berdasarkan data lapangan yang diperoleh, dapat diambil kesimpulan bahwa aspek *Accessibility* sudah terpenuhi.

Hasil Penelitian ini Sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Febriana, (2021) yang menemukan bahwa perlu adanya perbaikan dan pelebaran infrastruktur jalan.

2. Komunikasi Internal dan Eksternal

Sehubungan dengan komunikasi internal dan eksternal hasil penelitian menunjukkan bahwa Desa Wisata Watu Kandang di Kabupaten Trenggalek menerapkan strategi komunikasi pemasaran pariwisata melalui media digital. Selain itu, mereka juga bekerja sama dengan pihak ketiga seperti Biro Perjalanan Wisata. Meski begitu, informasi yang diperoleh secara langsung atau dari mulut ke mulut masih dianggap lebih akurat dan dapat dipercaya. Ini menunjukkan betapa pentingnya kombinasi strategi pemasaran dalam industri pariwisata.

Communication dalam praktiknya, komunikasi dapat diartikan sebagai proses penyampaian pesan atau informasi dari satu pihak ke pihak lain. Menurut Jenis & Kelly, komunikasi adalah proses di mana seseorang (komunikator) mengirimkan rangsangan (berupa kata-kata) kepada pihak lain (komunikan) dengan maksud untuk mempengaruhi atau membentuk perilaku orang lain (audiens). Komunikasi internal dan eksternal bagian dari integral suatu organisasi, yaitu termasuk komunikasi antar anggota dalam organisasi dan komunikasi yang dilakukan oleh pimpinan pada public luar atau disebut eksternal organisasi (Gandariani, 2023).

Komunikasi internal di Desa Wisata Watu Kandang dilakukan secara rutin, baik secara tatap muka maupun melalui media sosial. Rapat rutin setiap bulan merupakan sarana komunikasi yang paling penting, karena di sini seluruh pengelola desa wisata, termasuk masyarakat setempat, dapat berkumpul untuk membahas berbagai hal terkait pengelolaan desa wisata yaitu Program kerja desa wisata, Anggaran desa wisata, Evaluasi kegiatan desa wisata.

Selain rapat rutin, komunikasi internal juga dilakukan melalui media sosial. Desa Wisata Watu Kandang menggunakan berbagai platform media sosial, seperti Facebook, YouTube, TikTok, Instagram, dan Google Bisnis. Melalui media sosial, pengelola desa wisata dapat berkomunikasi dengan masyarakat umum untuk menyampaikan informasi terkait kegiatan desa wisata, seperti jadwal kegiatan, informasi cuaca, dan pengumuman penting lainnya.

Untuk komunikasi Eksternal juga telah diterapkan dengan baik, komunikasi eksternal di Desa Wisata Watu Kandang dilakukan dengan tujuan untuk mempromosikan desa wisata kepada wisatawan. Desa Wisata Watu Kandang menggunakan berbagai cara untuk mempromosikan desa wisata, yaitu Media sosial, Biro perjalanan, *Word of mouth*.

Strategi komunikasi internal dan eksternal yang diterapkan oleh Desa Wisata Watu Kandang dapat meningkatkan kemajuan wisata, termasuk menarik kunjungan wisatawan. Komunikasi menjadi faktor penting dalam memilih destinasi wisata. Ada tiga indikator utama dalam komunikasi, yaitu:

- a. *Outreach*: Ini adalah strategi yang dirancang untuk mencapai kelompok-kelompok yang mungkin menghadapi hambatan dalam mengakses informasi. Tujuannya adalah untuk memastikan bahwa semua orang, terlepas dari latar belakang atau situasi mereka, dapat memperoleh informasi yang mereka butuhkan. Dengan melakukan Promosi yang efektif maka dapat memenuhi salah satu aspek ini termasuk dalam wisata watu kandang Promosi yang efektif dapat meningkatkan kesadaran wisatawan terhadap desa wisata. Hal ini penting untuk menarik wisatawan berkunjung ke desa wisata. Desa Wisata Watu Kandang menggunakan berbagai platform media sosial untuk mempromosikan desa wisata. Konten yang dibuat oleh desa wisata harus menarik dan relevan dengan target pasar. Konten tersebut harus mampu memberikan informasi yang jelas dan akurat tentang desa wisata.
- b. Kemudahan Komunikasi: Ini berarti bahwa proses penyampaian informasi harus mudah dan tidak membebani. Informasi harus disampaikan dengan cara yang jelas dan mudah dipahami, sehingga tidak memerlukan usaha ekstra untuk memahaminya. Pada desa wisata watu kandang ini kemudahn komunikasi sudah diterapkan dengan menjalankan Komunikasi yang efektif dapat meningkatkan koordinasi dan kerja sama antar pihak yang terlibat dalam pengelolaan desa wisata. Hal ini penting untuk memastikan kelancaran operasional desa wisata.
- c. Kehadiran Digital: Ini merujuk pada penggunaan media digital untuk mempromosikan bisnis atau usaha. Setiap destinasi wisata harus memiliki kehadiran online yang kuat, yang memungkinkan mereka untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan memberikan informasi yang relevan dan *up-to-date*. Pengelola wisata watu kandang telah memanfaatkan kehadiran digital dengan baik dengan menggunakan media sosial sebagai salah satu sarana komunikasi untuk tercapainya kemajuan wisata.

Hasil Penelitian ini Sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Febriana, (2021) yang menemukan bahwa telah diterapkan indikator kemudahan komunikasi dan kehadiran digital masing-masing dari destinasi wisata menerapkan komunikasi pemasaran menggunakan media online, pemasaran menggunakan media online.

3. Lingkungan di tempat tujuan (*Environment*)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kelestarian lingkungan dan keamanan di destinasi wisata sangat penting untuk kenyamanan bersama. Beberapa langkah pengembangan yang dapat dilakukan antara lain pemasangan sistem pengawasan video atau CCTV, peningkatan kesadaran pengunjung dan pengelola tentang pentingnya menjaga kelestarian alam dan lingkungan di area wisata, serta penerapan sanksi yang tegas bagi mereka yang merusak alam dan fasilitas yang ada.

Pendapatan dari wisatawan yang mengunjungi suatu destinasi memiliki peran penting dalam membentuk lingkungan yang ramah bagi wisatawan muslim. Mereka harus merasa aman dan mampu menjalankan ibadah mereka dengan nyaman di lokasi tersebut. Faktor pendukung lainnya termasuk adanya iklim yang mendukung di destinasi tersebut, yang mencakup lembaga, penelitian dan pengembangan, serta penggunaan teknologi informasi sebagai elemen penting untuk inovasi dan keberlanjutan lingkungan. Untuk memberikan pengalaman layanan yang memuaskan kepada wisatawan, sangat penting untuk

menyediakan fasilitas yang sesuai dengan kebutuhan agama mereka, seperti restoran, hotel, dan bandara. Destinasi yang menawarkan pengalaman unik seperti situs warisan dan tempat-tempat yang menampilkan sejarah atau budaya Islam memiliki nilai tambah.

Terdapat tiga elemen penting dalam *environment* (lingkungan), yaitu *safety & culture* (budaya dan keselamatan), *visitor arrivals* (kedatangan pengunjung), serta *enabling climate* (iklim yang mendukung).

Berikut adalah penjelasan dari ketiga indikator tersebut:

a. *Safety & Culture* (Keamanan dan Budaya).

Dalam industri pariwisata, budaya keselamatan diaplikasikan dalam bentuk peringatan perjalanan yang diterbitkan oleh destinasi wisata. Ini berfungsi sebagai indikator kunci untuk menjamin keamanan umum dari suatu negara tertentu, khususnya bagi para wisatawan. Peringatan perjalanan ini tidak hanya mencakup aspek keselamatan umum dan kondisi keamanan di negara tersebut, tetapi juga mencakup faktor-faktor lain seperti bencana alam dan wabah kesehatan.

Desa Wisata Watu Kandang menerapkan suatu sistem kepercayaan sebagai metode utama dalam menjaga keamanan desa wisata. Sistem ini berlandaskan pada keyakinan bahwa apabila pengelola desa wisata menunjukkan niat dan perilaku yang baik, maka hal tersebut akan diikuti oleh masyarakat setempat. Kepercayaan ini diterapkan dalam berbagai aspek, termasuk dalam aspek keamanan wisatawan. Yang menarik adalah, Desa Wisata Watu Kandang tidak menggunakan teknologi modern seperti CCTV atau petugas keamanan profesional. Sebaliknya, mereka mengandalkan partisipasi aktif dari masyarakat setempat dalam menjaga keamanan desa wisata.

Pengelola desa wisata meyakini bahwa masyarakat setempat akan menjaga keamanan desa wisata, sebab mereka juga merasakan manfaat langsung dari keberadaan pariwisata di desa mereka. Masyarakat setempat merasa memiliki tanggung jawab untuk menjaga desa wisata, mengingat desa wisata juga merupakan tempat tinggal mereka.

Selain itu, Desa Wisata Watu Kandang juga menerapkan sistem keamanan sederhana yang mengandalkan telik sandi. Telik sandi adalah sistem komunikasi sederhana yang digunakan untuk menyampaikan informasi dari satu tempat ke tempat lain. Sebagai contoh, Desa Wisata Watu Kandang bekerja sama dengan warga yang berada di hulu untuk menyampaikan informasi tentang cuaca. Apabila terjadi hujan, maka kegiatan wisata di Desa Wisata Watu Kandang akan dihentikan untuk mencegah terjadinya bencana alam. Ini merupakan contoh bagaimana sistem kepercayaan dan partisipasi masyarakat setempat berperan dalam menjaga keamanan dan kesejahteraan desa wisata.

b. *Visitor Arrivals* (Kedatangan Pengunjung).

Kedatangan pengunjung dalam pariwisata untuk melihat seberapa besar pengunjung muslim dan popularitas objek wisata bagi muslim. Dengan melakukan reservasi atau pemesanan paket wisata, desa wisata dapat mengetahui berapa jumlah pengunjung yang datang berwisata. Presentase kunjungan ada naik turunnya setiap tahunnya namun rata-rata pengunjung yang datang merupakan yang beragama muslim karena mayoritas penduduk di beragama Islam.

c. *Enabling Climate* (Iklim Lingkungan).

Iklim lingkungan dalam pariwisata ini mencakup penggunaan teknologi informasi, penelitian dan pengembangan, dan seperangkat aturan. Desa Wisata Watu Kandang menggunakan teknologi informasi untuk upaya kemajuan wisata, dan

pengembangan lain seperti bekerjasama dengan biro perjalanan untuk mempromosikan desa wisata kepada wisatawan.

Hasil Penelitian ini Sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Febriana, (2021) yang menemukan bahwa telah diterapkan sesuai dengan standarisasi dilihat dari aspek lingkungan wisata.

4. Layanan yang disediakan (*Service*)

Hasil penelitian menunjukkan bahwa desa wisata Watu Kandang di Kabupaten Trenggalek telah berhasil mengembangkan wisata halal dengan memberikan layanan yang ramah bagi wisatawan muslim. Layanan tersebut mencakup ketersediaan makanan halal, fasilitas ibadah, dan kamar mandi dengan air yang cukup, serta tidak ada aktivitas yang bertentangan dengan prinsip halal.

Mengingat potensi besar yang dimiliki oleh desa wisata Watu Kandang, perlu adanya upaya untuk menjaga dan merawat fasilitas yang ada seperti mushola dan kamar mandi agar tetap nyaman bagi wisatawan. Selain itu, program-program khusus seperti buka puasa bersama selama bulan Ramadhan dan pengembangan sumber daya manusia dalam hal pelayanan yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam, seperti keramahan dalam melayani wisatawan, juga perlu ditingkatkan.

Layanan adalah serangkaian aktivitas yang dilakukan oleh suatu organisasi untuk memenuhi kebutuhan konsumen dan menciptakan pengalaman unik. Kualitas layanan yang baik dapat menciptakan kepuasan bagi konsumen. Dengan demikian, layanan memegang peranan penting dalam menarik konsumen untuk memanfaatkan produk atau jasa yang ditawarkan. Berikut adalah enam faktor utama yang mempengaruhi pilihan wisatawan muslim saat berlibur, menurut Crescent Rating:

- a. Konsumsi Makanan Halal: Wisatawan muslim sangat memperhatikan kehalalan makanan dan minuman saat berlibur. Mereka mencari tempat makan yang jelas kehalalannya dan mudah ditemukan, yang memberikan kepastian bagi mereka. Desa Wisata Watu Kandang bekerja sama dengan mitra wisata yang memiliki sertifikat halal dalam penyediaan makanan dan minuman. Sertifikat halal ini dikeluarkan oleh BPJPH melalui lembaga sertifikasi halal yang telah diakreditasi oleh pemerintah. Dengan adanya izin usaha NIB dan sertifikat halal, maka wisatawan dapat yakin bahwa makanan dan minuman yang mereka konsumsi di Desa Wisata Watu Kandang telah terjamin kehalalannya.
- b. Ketersediaan Fasilitas Sholat: Pengelola wisata harus menyediakan ruang sholat yang dilengkapi dengan arah kiblat, fasilitas mandi dan tempat wudhu. Desa Wisata Watu Kandang memiliki mushola yang terletak di dekat area wisata. Mushola ini dikelola oleh masyarakat setempat. Mushola ini memiliki fasilitas yang cukup memadai, seperti tempat wudhu, toilet, dan tempat imam. Mushola di Desa Wisata Watu Kandang telah disesuaikan dengan budaya dan nilai-nilai agama Islam. Mushola ini tidak memiliki fasilitas yang bertentangan dengan syariat Islam, seperti fasilitas hiburan atau fasilitas yang dapat menimbulkan fitnah.
- c. Layanan Selama Bulan Ramadhan: Wisatawan muslim menghargai layanan khusus selama bulan puasa, seperti berbuka puasa dan sahur. Di Desa Wisata Watu Kandang belum tersedia layanan selama Bulan Ramadhan secara khusus dan spesifik, tetapi kegiatan selama bulan Ramadhan menyesuaikan kebiasaan masyarakat setempat.

- d. Kebersihan Kamar Mandi: Kebersihan kamar mandi dan toilet sangat penting, serta ketersediaan air bersih. Di Desa Wisata Watu Kandang tersedia dan selalu di control terkait kebersihan dan ketersediaan air bersih.
- e. Kurangnya Aktivitas Non-Halal: Wisatawan muslim mencari lingkungan yang ramah keluarga saat berlibur, yang berarti tidak ada aktivitas yang dilarang. Mereka juga menghindari fasilitas yang membahayakan dan tidak nyaman atau melanggar aturan syariat Islam. Disekitar Desa Wisata Watu Kandang tidak ada tempat perjudian, penjual minuman beralkohol, tempat prostitusi dan aktivitas yang menyebabkan fitnah dan melanggar syariat islam.

Hasil Penelitian ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh Febriana, (2021) yang menemukan bahwa telah menyediakan layanan dan fasilitas yang memenuhi kebutuhan wisatawan muslim.

KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Desa Wisata Watu Kandang memiliki potensi yang baik untuk dikembangkan menjadi destinasi wisata halal. Hal ini dilihat dari kriteria wisata halal telah ada sepenuhnya di wisata watu kandang, selain itu wisata tersebut didukung dengan aksesibilitas menuju lokasi yang mudah, fasilitas ibadah dan toilet yang memadai, lingkungan yang asri dan aman, serta makanan dan minuman yang menjamin kehalalan. Dengan memaksimalkan potensi yang ada dan menerapkan konsep wisata halal secara menyeluruh, diharapkan Desa Wisata Watu Kandang dapat meningkatkan kunjungan wisatawan serta berdampak positif pada perekonomian masyarakat dan citra Kabupaten Trenggalek sebagai destinasi wisata di Indonesia. Jadi sesuai dengan kriteria diatas Wisata Watu Kandang layak dijadikan sebagai Destinasi Wisata Halal di Indonesia

DAFTAR PUSTAKA

- Adinugraha, H. H., Sartika, M., & Kadarningsih, A. (2018). Desa Wisata Halal: Konsep Dan Implementasinya Di Indonesia. *Jurnal Human Falah*, 5(1), 28–48.
- Apridia, M., & Dahruji. (2022). Analisis Potensi Destinasi Wisata Halal di Daerah Pesisir Selatan Kabupaten Bangkalan (Kecamatan Kamal, Labang, dan Kwanyar). *Prosiding Seminar Nasional Ekonomi dan Bisnis 1*, 87–100.
- CrescentRating, B. I. & P. P. H. I. (2023). *Indonesia Muslim Travel Index*.
- Desky, H., Thaver, B., & Rijal, S. (2022). Analysis of Tourist Satisfaction with Halal Tourism in Aceh. *Indonesian Journal of Halal Research*, 4(1), 1–8. <https://doi.org/10.15575/ijhar.v4i1.14479>
- Febriana, L. L. (2021). Analisis Potensi Pengembangan Wisata Halal (Halal Tourism) Pada Destinasi Wisata Lereng Gunung Wilis Kabupaten Madiun. *LAIN Ponorogo*.
- Gandariani, T. (2023). Pendekatan Komunikasi Internal dan Eksternal Public Relations: Analisis Strategis dalam Komunikasi Organisasi. *Jurnal Penelitian Sosial Ilmu Komunikasi*, 7(2), 91–100. Diambil dari <https://journal.unpak.ac.id/index.php/apik>
- Handriyana, N. R., Priyana, G. V., Felix Vincentius, A., & Mardiananingrum, M. (2023). Jaranan Turunggo Yakso sebagai Wisata Budaya Desa Dongko Meraih Penghargaan Anugerah Seratus Desa Wisata Kabupaten Trenggalek 2022. *ALADALAH: Jurnal Politik, Sosial, Hukum dan Humaniora*, 1(2), 11–22.
- Kememparekraf. (2021). Potensi Pengembangan Wisata Halal di Indonesia. Diambil 7 Juli

- 2023, dari <https://kemenparekraf.go.id/ragam-pariwisata/Potensi-Pengembangan-Wisata-Halal-di-Indonesia>
- M. Djuanidi Ghony, F. A. (2016). *Metodologi Penelitian Kualitatif* (3 ed.). Jogjakarta: Ar-Ruzz Media.
- Maulana, A. K., & Qadariyah, L. (2019). Respon Masyarakat Terhadap Pengembangan Wisata Halal di Desa Kamal Kecamatan Kamal Kabupaten Bangkalan (Studi Kasus Masyarakat Kelurahan Kamal Kecamatan Kamal Kabupaten Bangkalan). *Dinar Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam*, 6(2), 96–109. Diambil dari <http://ejournal.unesa.ac.id/index.php/avatara/article/view/14919>
- Napriilia, T. P. (2022). Analisis Potensi Wisata Halal Desa Wisata Panda Kec. Palibelo, Kabupaten Bima. *NBER Working Papers*, 89. Diambil dari <http://www.nber.org/papers/w16019>
- Nur Wahyuni. (2019). Praktek Pembiayaan Musyarakah Pada Lembaga Keuangan Syari ' Ah Nur Wahyuni Pendahuluan Pembangunan ekonomi , merupakan salah satu upaya untuk mencapai masyarakat memelihara dan yang adil dan makmur . Dalam rangka meneruskan pembangunan yang berkesinambung. *Jurnal Ekisyar (Jurnal Ekonomi Syariah)*, 06(02), 340–361.
- Nuraini, S., & Sucipto. (2021). Comparison halal food regulation and practices to support halal tourism in Asia: A review. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 733(1). <https://doi.org/10.1088/1755-1315/733/1/012044>
- Ridwan. (2020). *Ekonomi dan Parwisata* (1 ed.; V. L. Icha, Ed.). Makassar: Garis Khatulistiwa. Diambil dari <http://eprints.ipdn.ac.id/id/eprint/5558>
- Riyanto Sofyan. (2020). *Prospek Bisnis Parwisata Syariah*. Jakarta: Republika.
- Sakti, Tri maharani, Amalia Nuril Hidayati, M. A. F. H. (2022). Peran pokdarwis dewi arum pulosari dalam peningkatan ekonomi masyarakat desa wisata pandean berbasis bisnis kreatif. *Fair Value: Jurnal Ilmiah Akuntansi dan Keuangan*, 4(10), 4581–4587. <https://doi.org/10.32670/fairvalue.v4i10.1755>
- Subarkah, A. R. (2018). Potensi dan Prospek Wisata Halal Dalam Meningkatkan Ekonomi Daerah (Studi Kasus: Nusa Tenggara Barat). *Jurnal Sosial Politik*, 4(2). <https://doi.org/10.22219/sospol.v4i2.5979>
- Suharsimi, A. (2020). *Prosedur Penelitian : Suatu Pendekatan Praktik* (Edisi Revisi). Jakarta: Rineka Cipta.
- Tempo.com. (2022). Daftar Lengkap Pemenang Anugerah Desa Wisata Indonesia 2022. Diambil 17 Juli 2023, dari <https://travel.tempo.co/read/1651827/daftar-lengkap-pemenang-anugerah-desa-wisata-indonesia-2022>
- W, Ririn Setyo, P. 16 N. (2023). *Wawancara*.
- Yusuf, M. Y., Inayatillah, & Isnaliana. (2021). *Wisata Halal Aceh* (1 ed.). Banda Aceh: Ar-Raniry Press.