

## ABSTRAK

Penelitian ini mencoba untuk melihat bagaimana pandangan *stakeholder* dalam memaknai *halal tourism* sebagai bentuk komoditas ekonomi industri pariwisata berbasis simbol agama. *Halal tourism* telah menjadi konsep pariwisata yang menarik perhatian banyak pihak beberapa tahun belakangan. Kementerian pariwisata merilis 10 daerah yang menjadi destinasi pariwisata unggulan. Yogyakarta menjadi salah satu dari sepuluh destinasi wisata halal unggulan bagi pengembangan *halal tourism*, diharapkan berkembangnya konsep halal ini akan menarik kunjungan wisatawan muslim dunia. Pengembangan *halal tourism* ini tidak lepas dari pengaruh para *stakeholder* pariwisata. Pandangan dari *stakeholder* pariwisata ini dirasa sangat penting karena *halal tourism* merupakan fenomena baru di tengah masyarakat. Analisis *stakeholder* diperlukan sebagai langkah awal sebelum diimplementasikannya *halal tourism* di Yogyakarta. Perspektif ini penting untuk melihat pihak yang memiliki kepentingan langsung terhadap proyek ini. *stakeholder* pariwisata terdiri dari aktor pemerintah, swasta, dan masyarakat.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan penggunaan konsep komodifikasi agama sebagai pisau analisis mengenai cara pandang aktor dalam memaknai agama di ranah bisnis. Pengumpulan data dilakukan dengan cara wawancara, observasi dan dokumentasi. Analisis yang digunakan adalah model interpretasi data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa saat ini *halal tourism* sebagai suatu komoditas masih berada di bawah tarik ulur kepentingan banyak pihak. Para *stakeholder* telah memiliki pengetahuan tentang konsep wisata ini, tetapi pemahaman tentang standar halal memiliki interpretasi yang berbeda sehingga pengembangannya pun tidak berjalan secara maksimal, salah satunya karena adan pertentangan kultural dengan identitas agama di wilayah DIY. Penggunaan nilai dominan atas agama tertentu dianggap menggerus identitas DIY sebagai kota budaya.

**Kata kunci:** *Stakeholder, halal tourism, perspektif, pengembangan pariwisata,*

## ABSTRACT

This research is to identify on how the stakeholders' point of view in interpreting halal tourism as the form of tourism economic industry commodity based on religion symbol. Halal tourism has been a tourism concept which appeals many parties for recent years. The ministry of tourism has finally released 10 regions to be leading tourism destinations. Yogyakarta becomes one of the ten leading halal tourism destinations for the development of halal tourism itself, to be expected the development of halal concept will appeal the world's muslim tourists visit. It does not separate from the tourism stakeholders' influence. *Stakeholder's* analysis is required as the initial step before halal tourism is implemented in Yogyakarta. Stakeholders perspective of halal tourism is very necessary to be seen in this study, considering halal tourism is a new phenomenon emerging in the middle pf society. This perspective is important to see the parties who have a direct interest toward this project. Tourism stakeholder consists of government actors, private actors, and society actors.

This reasearch used the qualitative approach with the concept of Religion Comidification as the analyzing tool toward the stakeholders' view to interpret the religion in business sector. The data collection was carried out through interview, observation, and documentation. The analysis used the data interpretation model. The research result shows that the current halal tourism in Yogyakarta was still in the stage of investigating. The stakeholders actually had the knowledge of halal tourism, but the understanding about the standard of halal had different interpretation thus the development was not running optimally. As for the party who is so far seriously working on halal tourism in Yogyakarta is the private actors. One of the reasons, among others is the clash between cultural values and religion identity in Yogyakarta. The use of dominant values of particular religion consideres as the degradation of Yogyakarta as a cultural city.

***Key words: Stakeholder, halal tourism, perspective, tourism development.***