

INTISARI

KEK Mandalika merupakan destinasi wisata yang diproyeksikan untuk mampu bersaing pada tingkat internasional. KEK Mandalika terletak pada Provinsi Nusa Tenggara Barat, yaitu provinsi yang unggul pada bidang pariwisata halal dibuktikan dengan berbagai prestasi pada ajang penghargaan di tingkat nasional maupun internasional. Penelitian ini bertujuan untuk memaparkan persepsi dari masing-masing pemangku kepentingan pariwisata di KEK Mandalika terhadap definisi dan konsep pariwisata halal. Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif kualitatif dengan pendekatan induktif. Pengambilan data dilakukan dengan metode tinjauan pustaka, observasi, dan wawancara. Wawancara dilakukan kepada enam kelompok pemangku kepentingan yang disebutkan dalam peraturan gubernur dan peraturan daerah Provinsi Nusa Tenggara Barat tentang pariwisata halal yaitu perangkat pemerintah, pengelola KEK Mandalika, pelaku usaha, lembaga nonpemerintah, masyarakat lokal, dan wisatawan. Selanjutnya data diolah dengan menggunakan metode kode dari Saldaña (2009). Temuan dari penelitian ini menjelaskan bahwa terdapat dinamika persepsi dari berbagai pemangku kepentingan pariwisata KEK Mandalika terhadap pariwisata halal. Sebagian besar pemangku kepentingan pariwisata halal mendefinisikan pariwisata halal sebagai strategi pemasaran. Lima dari enam kelompok pemangku kepentingan menyepakati bahwa produk utama dari pariwisata halal adalah fasilitas yang memudahkan kegiatan ibadah wisatawan Muslim, sertifikat halal yang dikeluarkan oleh DSN-MUI dan LPPOM MUI, dan penghargaan yang telah diterima di ajang pariwisata halal. Lembaga nonpemerintah menilai bahwa produk pariwisata halal yang sesungguhnya adalah nilai yang ada dalam masyarakat.

Kata kunci: KEK Mandalika, pemangku kepentingan, persepsi, pariwisata halal.

ABSTRACT

KEK Mandalika is projected to compete on international level. KEK Mandalika is located in Nusa Tenggara Barat, which is a well-known province for halal tourism, proven by its acknowledgements in national and international halal tourism awarding events. The objective of the research is to explain the stakeholders' perceptions of halal tourism. The research is a qualitative descriptive research and used inductive approaching. The data collection techniques are literature studies, observation, and interview. Interviews were done to six groups of stakeholder as written in the province's local regulations about halal tourism which are, the government, the operator of KEK Mandalika, industries, non-governmental organization (NGO), local residents, and the tourists. After that, the data collected are processed through coding method by Saldaña (2009). The research finds out that there are different stakeholders' perceptions of halal tourism. Most of the stakeholders define halal tourism as a marketing strategy. Five out of six groups of stakeholder agree that the main product of halal tourism is the worship facilities for Muslim tourists, halal certificates, and the awards won in halal tourism awarding events. NGO described the main product of halal tourism is the value in the society.

Keywords: KEK Mandalika, stakeholder, perception, halal tourism.