

**ANALISIS POTENSI PENGEMBANGAN PARIWISATA SYARIAH
BERBASIS *SMART TOURISM* PADA MASJID CHENG HO
PURBALINGGA**



SKRIPSI

**Diajukan Kepada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H.
Saifuddin Zuhri Purwokerto Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)**

**Oleh:
FITRI LISTIANI
NIM. 1817201011**

**PROGRAM STUDI EKONOMI SYARIAH
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI PROF. K.H. SAIFUDDIN ZUHRI
PURWOKERTO
2022**

PERNYATAAN KEASLIAN

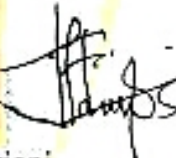
Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Fitri Listiani
NIM : 1817201011
Jenjang : S1
Fakultas : Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Jurusan : Ekonomi Syariah
Program Studi : Ekonomi Syariah
Judul Skripsi : Analisis Potensi Pengembangan Pariwisata Syariah Berbasis
Smart Tourism Pada Masjid Cheng Ho Purbalingga

Menyatakan bahwa Naskah Skripsi ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Purwokerto, 31 Januari 2022




Fitri Listiani
NIM. 1817201011



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
PROFESOR KIAI HAJI SAIFUDDIN ZUHRI PURWOKERTO
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Jalan Jenderal Ahmad Yani No. 54 Purwokerto 53126
Telp: 0281-635624, Fax: 0281-636553; Website: febi.uinsaizu.ac.id

LEMBAR PENGESAHAN

Skripsi Berjudul

**ANALISIS POTENSI PENGEMBANGAN PARIWISATA SYARIAH BERBASIS
SMART TOURISM PADA MASJID CHENG HO PURBALINGGA**

Yang disusun oleh Saudara **Fitri Listiani NIM 1817201011** Program Studi **Ekonomi Syariah** Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto, telah diujikan pada hari **Senin** tanggal **20 Juni 2022** dan dinyatakan telah memenuhi syarat untuk memperoleh gelar **Sarjana Ekonomi (S.E.)** oleh Sidang Dewan Penguji Skripsi.

Ketua Sidang/Penguji

Dani Kusumastuti, S.E., M.Si.
NIP. 19750420 200604 2 001

Sekretaris Sidang/Penguji

Enjen Zaenal Mutaqin, M.Ud.
NIP. 19881003 201903 1 015

Pembimbing/Penguji

H. Sochimim, Lc., M.Si..
NIP. 19691009 200312 1 001

Purwokerto, 23 Juni 2022

Mengetahui/Mengesahkan
Dekan



Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag.

NIP. 19730921 200212 1 004

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada:

Yth. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto
di-
Purwokerto

Assalamu'alaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh

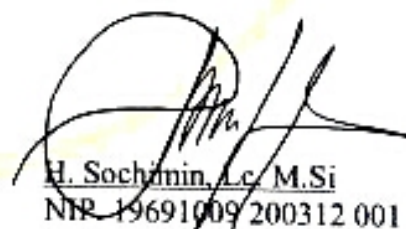
Setelah melakukan bimbingan, telaah, arahan, dan koreksi terhadap penulisan skripsi dari saudari Fitri Listiani NIM. 1817201011 yang berjudul:

**Analisis Potensi Pengembangan Pariwisata Syariah Berbasis
Smart Tourism Pada Masjid Cheng Ho Purbalingga**

Saya berpendapat bahwa skripsi tersebut sudah dapat diajukan kepada Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto untuk diujikan dalam rangka memperoleh gelar Sarjana dalam ilmu Ekonomi Syariah (S.E.).

Wassalamu'alaikum Warrahmatullahi Wabarakatuh

Purwokerto, 31 Januari 2022
Pembimbing,



H. Soehamin, Lc. M.Si
NIP. 19691009 200312 001

MOTTO

*“Tidak ada kata lelah, yang ada hanya Lillah. Takkan menyerah, tersebut Billah.
Ringanlah masalah, teringat ada Allah. Teruslah melangkah, semata-mata
Fillah”*



ANALISIS POTENSI PENGEMBANGAN PARIWISATA SYARIAH BERBASIS *SMART TOURISM* PADA MASJID CHENG HO PURBALINGGA

FITRI LISTIANI

NIM. 1817201011

E-mail: Fitri.listyani17@gmail.com

Jurusan Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

ABSTRAK

Konsep syariah sekarang ini menjadi tren di berbagai bidang, termasuk kuliner, fashion, bahkan industri pariwisata. Menurut GMTI (*Global Muslim Travel Index*), Indonesia merupakan destinasi wisata syariah kedua di dunia. Jawa Tengah, lebih tepatnya Kabupaten Purbalingga, merupakan salah satu destinasi wisata syariah di Indonesia yang mempunyai potensi yang dapat dikembangkan. Di sisi lain, perkembangan teknologi yang pesat membuat pariwisata dapat diakses tidak hanya melalui surat kabar, brosur, dan majalah, tetapi juga melalui akses internet. Kabupaten Purbalingga yang memiliki potensi wisata syariah juga sudah mengedepankan teknologi dengan konsep *smart city* sejak tahun 2019. Konsep *smart city* Kabupaten Purbalingga menekankan pada pencapaian dalam beberapa dimensi, salah satunya adalah *smart tourism*. Dari latar belakang tersebut peneliti menggunakan rumusan masalah ialah (1) Bagaimana potensi pariwisata syariah berbasis *smart tourism* pada masjid Cheng Ho Purbalingga? (2) Bagaimana pemetaan potensi pengembangan pariwisata berbasis *smart tourism* di Kabupaten Purbalingga?

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk mengidentifikasi potensi pariwisata syariah berbasis *smart tourism* pada masjid Cheng Ho Purbalingga serta pemetaan potensi pengembangan pariwisata berbasis *smart tourism* di Kabupaten Purbalingga. Metode pengumpulan data menggunakan observasi, wawancara dan dokumentasi.

Hasil analisis menunjukkan bahwa: (1) Masjid Cheng Ho Purbalingga selain untuk dijadikan tempat beribadah juga untuk berwisata, yang memiliki potensi menarik dan unik pada cerita sejarah Cheng Ho itu sendiri. Selain itu, dari segi fasilitas pun juga disediakan sebagai penunjang kenyamanan dan kebutuhan para wisatawan. Namun, tidak berkembang sebagaimana mestinya. Penerapan *smart tourism* pada Masjid Cheng Ho Purbalingga belum terlaksana sebab banyaknya hambatan dari segi keuangan dan kurangnya dukungan dari pemerintah terkait baik secara material maupun sumbangan pikiran. (2) Pemetaan *smart tourism* yang dilakukan berdasarkan dari segi pengelola. Penerapan *smart tourism* pada Purbalingga berbentuk *website*. Namun, pengembangannya belum sepenuhnya berjalan efektif. Selain *website*, Dinas Pariwisata Purbalingga juga menggunakan media sosial dinas, brosur dan buku katalog “Purbalingga Memikat” sebagai media promosi pariwisata.

Kata Kunci: Potensi, Pariwisata Syariah, Smart Tourism

ANALYSIS OF POTENTIAL DEVELOPMENT OF SHARIA TOURISM BASED ON SMART TOURISM AT CHENG HO PURBALINGGA MOSQUE

FITRI LISTIANI

NIM. 1817201011

E-mail: Fitri.listyani17@gmail.com

Department of Islamic Economics, Faculty of Islamic Economics and Business
State Islamic University (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto

ABSTRACT

The concept of sharia is now a trend in various fields, including culinary, fashion, and even the tourism industry. According to GMTI (Global Muslim Travel Index), Indonesia is the second sharia tourist destination in the world. Central Java, more precisely Purbalingga Regency, is one of the sharia tourist destinations in Indonesia that has potential that can be developed. On the other hand, the rapid development of technology makes tourism accessible not only through newspapers, brochures and magazines, but also through internet access. Purbalingga Regency, which has sharia tourism potential, has also put forward technology with the smart city concept since 2019. The smart city concept in Purbalingga Regency emphasizes achievements in several dimensions, one of which is smart tourism. From this background, the researcher uses the problem formulation: (1) How is the potential for sharia tourism based on smart tourism at the Cheng Ho Purbalingga mosque? (2) How is the mapping of the potential for tourism development based on smart tourism in Purbalingga Regency?

This research use descriptive qualitative approach of aims to identify the potential for sharia tourism based on smart tourism at the Cheng Ho Purbalingga mosque and mapping the potential for developing smart tourism based tourism in Purbalingga Regency. Methods of data collection using observation, interviews and documentation.

The results of the analysis show that: (1) Cheng Ho Purbalingga Mosque is not only used as a place of worship but also for sightseeing, which has interesting and unique potential in the historical story of Cheng Ho itself. In addition, in terms of facilities, it is also provided to support the comfort and needs of tourists. However, it did not develop as it should. The implementation of smart tourism at the Cheng Ho Purbalingga Mosque has not been implemented because of the many obstacles in terms of finance and the lack of support from the relevant government both materially and thought-provoking. (2) Mapping of smart tourism is carried out based on the manager's point of view. The application of smart tourism in Purbalingga is in the form of a website. However, its development has not been fully effective. In addition to the website, the Purbalingga Tourism Office also uses official social media, brochures and catalog books "Purbalingga Enchanting" as a medium for tourism promotion.

Keywords: Potential, Sharia Tourism, Smart Tourism

PEDOMAN TRANSLITERASI ARAB-INDONESIA

Transliterasi kata-kata Arab yang dipakai dalam penyusunan skripsi ini berpedoman pada Surat Keputusan Bersama antara Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia Nomor: 158/1987 dan Nomor: 0543b/U/1987.

Konsonan Tunggal

Huruf Arab	Nama	Huruf Latin	Nama
ا	Alif	Tidak dilambangkan	Tidak dilambangkan
ب	Ba'	B	Be
ت	Ta'	T	Te
ث	ša	ša	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	ḥ	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha'	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	ḏal	ḏ	ze (dengan titik di atas)
ر	Ra'	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	ṭa'	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	ẓa'	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	'ain	'	koma terbalik di atas
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa'	F	Ef
ق	Qaf	Q	Qi
ك	Kaf	K	Ka

ل	Lam	L	'el
م	Mim	M	'em
ن	Nun	N	'en
و	Waw	W	W
هـ	Ha'	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ي	Ya'	Y	Ye

Konsonan Rangkap karena Syaddah ditulis rangkap

متعددة	Ditulis	<i>Muta'addidah</i>
عدة	Ditulis	<i>'iddah</i>

Ta' Marbuṭah di akhir kata bila dimatikan tulis *h*

حكمة	Ditulis	<i>ḥikmah</i>
جزية	Ditulis	<i>Jizyah</i>

(Ketentuan ini tidak diperlukan pada kata-kata arab yang sudah terserap ke dalam bahasa Indonesia, seperti zakat, shalat dan sebagainya, kecuali bila dikehendaki lafal aslinya).

1. Bila diikuti dengan kata sandang “*al*” serta bacaan kedua itu terpisah, maka ditulis dengan *h*.

كرمة الاولياء	Ditulis	<i>karāmah al-auliyyā'</i>
---------------	---------	----------------------------

2. Bila *ta' marbuṭah* hidup atau dengan harakat, *fathah* atau *kasrah* atau *ḍammah* ditulis dengan *t*.

زكاة الفطرة	Ditulis	<i>zakā' al-fiṭr</i>
-------------	---------	----------------------

Vokal Pendek

َ	<i>fathah</i>	Ditulis	A
ِ	<i>Kasrah</i>	Ditulis	I
ُ	<i>ḍammah</i>	Ditulis	U

Vokal Panjang

1.	<i>fathah</i> + alif	Ditulis	ā
	جاهلية	Ditulis	<i>jāhiliyyah</i>
2.	<i>fathah</i> + ya' mati	Ditulis	ā
	تنس	Ditulis	<i>tansā</i>
3.	<i>kasrah</i> + ya' mati	Ditulis	ī
	كريم	Ditulis	<i>karīm</i>
4.	<i>ḍammah</i> + wāwu mati	Ditulis	ū
	فروض	Ditulis	<i>furūḍ</i>

Vokal Rangkap

1.	Fathah + ya' mati	Ditulis	Ai
	بينكم	Ditulis	bainakum
2.	Fathah + wawu mati	Ditulis	Au
	قول	Ditulis	qaul

Vokal pendek yang berurutan dalam satu kata dipisahkan dengan apostrof

انتم	Ditulis	A'antum
اعدة	Ditulis	U'iddat
نت شكر تم	Ditulis	La'in syakartum

Kata Sandang Alif+Lam

1. Bila diikuti huruf *Qamariyyah*.

القران	Ditulis	<i>al-Qur'ān</i>
القياس	Ditulis	<i>al-Qiyās</i>

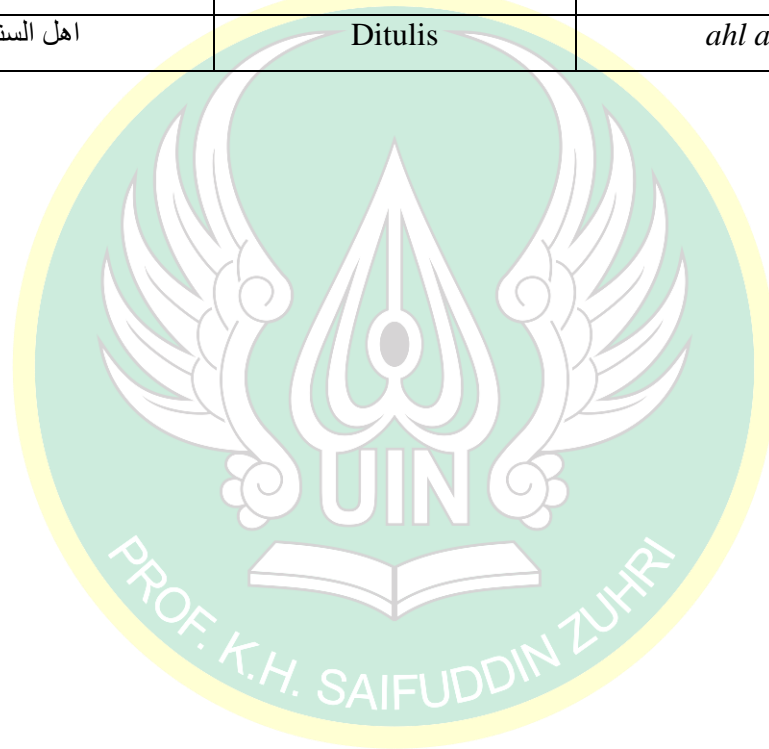
2. Bila diikuti huruf *Syamsiyyah* ditulis dengan menggunakan huruf *Syamsiyyah* yang mengikutinya, serta menghilangkan huruf *l* (el) nya.

السماء	Ditulis	<i>as-Sama'</i>
الشمس	Ditulis	<i>asy-Syams</i>

Penulisan kata-kata dalam rangkaian kalimat

Ditulis menurut bunyi atau pengucapannya.

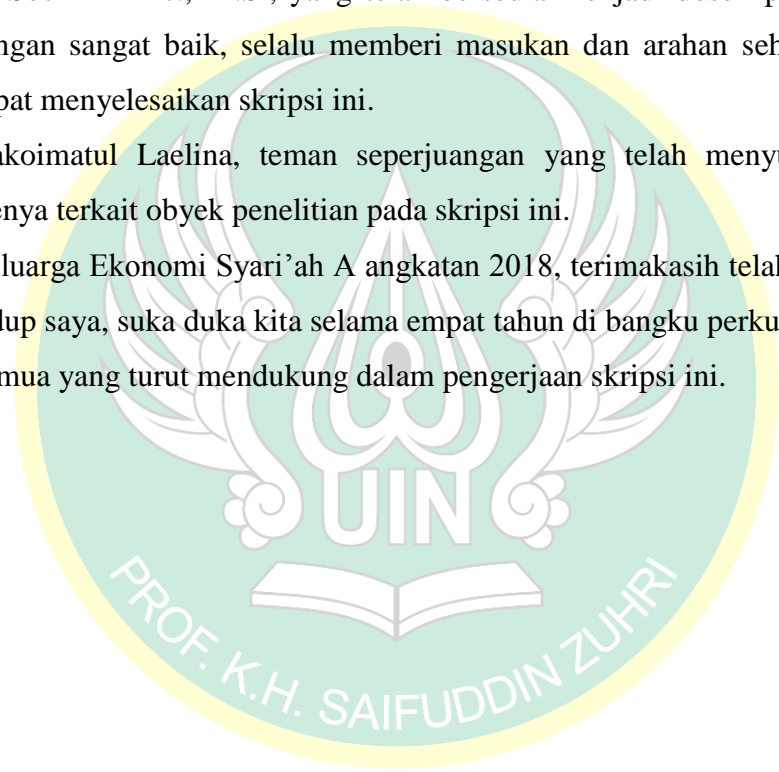
ذوى الفروض	Ditulis	<i>zawī al-furūd</i>
اهل السنة	Ditulis	<i>ahl as-Sunnah</i>



PERSEMBAHAN

Dengan rasa syukur atas limpahan rahmat dan karunia yang Allah SWT berikan, karya skripsi ini saya persembahkan kepada:

1. Allah SWT yang telah melimpahkan kehidupan, hidayah dan kesempatan pada saya untuk terus belajar.
2. Kedua orang tua beserta adik-adik saya yang telah memotivasi saya hingga saat ini.
3. H. Sochim Lc., M.Si, yang telah bersedia menjadi dosen pembimbing dengan sangat baik, selalu memberi masukan dan arahan sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
4. Fiakoimatul Laelina, teman seperjuangan yang telah menyumbangkan idenya terkait obyek penelitian pada skripsi ini.
5. Keluarga Ekonomi Syari'ah A angkatan 2018, terimakasih telah mewarnai hidup saya, suka duka kita selama empat tahun di bangku perkuliahan.
6. Semua yang turut mendukung dalam pengerjaan skripsi ini.



KATA PENGANTAR



Puji syukur panjatkan kepada Allah SWT yang telah memberikan rahmat, hidayah dan karunia-Nya. Shalawat serta salam semoga tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW, para sahabatnya dan *tabi'i*. Semoga kita senantiasa mengikuti semua ajarannya dan kelak semoga kita mendapat syafa'atnya di hari penantian.

Bersamaan dengan selesainya skripsi ini, penulis ucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini. Penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Prof. Dr. H. Moh. Roqib, M.Ag. Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
2. Prof. Dr. Fauzi, M.Ag. Wakil Rektor I Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
3. Prof. Dr. H. Ridwan, M.Ag. Wakil Rektor II Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
4. Dr. H. Sul Khan Chakim, S.Ag., M.M. Wakil Rektor III Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
5. Dr. H. Jamal Abdul Aziz, M.Ag. Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
6. Dewi Laela Hilyatin, M.S.I, Ketua Prodi Ekonomi Syariah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
7. Dani Kusumastuti, S.E. M. Si. Dosen Pembimbing Akademik Kelas Ekonomi Syariah A.
8. H. Sochimim, Lc, M.S.I., pembimbing penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi. Terima kasih saya ucapkan atas segala bimbingan, arahan, masukan, motivasi, serta kesabarannya demi terselesaikannya penyusunan skripsi ini. Semoga senantiasa Allah selalu memberikan perlindungan dan membalas kebaikan Bapak.

9. Segenap Dosen dan Staff Administrasi Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
10. Seluruh Dosen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto yang telah mengajarkan dan membekali ilmu pengetahuan sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
11. Luky Hidayat, St.,M.Eng., Seksi Tata Kelola *E-Government* Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Purbalingga yang telah membantu dalam memberikan informasi pada penelitian ini sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
12. Kustinah, S.STP, M.Si., selaku Kepala Bidang Pariwisata dan Ratnawati Dewi selaku Seksi Pengembangan Destinasi dan Sumber Daya Manusia Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Purbalingga yang telah membantu dalam memberikan informasi pada penelitian ini sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
13. H. Untung Supardjo, BA., selaku Wakil Ketua Pengurus Masjid Cheng Ho Purbalingga yang telah membantu dalam penelitian ini sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi ini.
14. Kedua orang tua beserta adik-adik saya yang telah memotivasi saya hingga saat ini.
15. Fiakoimatul Laelina teman seperjuangan yang telah menyumbangkan idenya terkait obyek penelitian pada skripsi ini.
16. Kawan-kawan seperjuangan Jurusan Ekonomi Syariah A angkatan 2018, terima kasih atas kebersamaan kita dalam suka maupun duka semoga tak akan pernah terlupakan.
17. Semua pihak yang telah membantu penyusun dalam menyelesaikan skripsi ini, yang tidak dapat penyusun sebutkan satu persatu.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, untuk itulah kritik serta saran yang bersifat membangun selalu penulis harapkan dari pembaca guna kesempurnaan skripsi ini. Mudah-mudahan skripsi ini bisa bermanfaat untuk penulis dan pembaca.

Aamiin Yaa Mujibassailin.

Purwokerto, 31 Januari 2022



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
PENGESAHAN	iii
NOTA DINAS PEMBIMBING	iv
MOTTO	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT	vii
PEDOMAN TRANSLITERASI	viii
PERSEMBAHAN	xii
KATA PENGANTAR	xiii
DAFTAR ISI	xvi
DAFTAR TABEL	xviii
DAFTAR GAMBAR	xix
DAFTAR LAMPIRAN	xx
BAB I PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Definisi Operasional.....	7
C. Rumusan Masalah	8
D. Tujuan dan Manfaat Penelitian	8
E. Sistematika Pembahasan.....	9
BAB II LANDASAN TEORI	
A. Kajian Teori	10
1. Konsep Dasar Pariwisata.....	10
2. Konsep Dasar Pariwisata Syariah	11
3. Konsep <i>Smart Tourism</i>	18
B. Landasan Teologis	22
C. Kajian Pustaka.....	24
D. Kerangka Berpikir.....	28

BAB III METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	29
B. Tempat dan Waktu Penelitian	29
C. Subyek dan Obyek	29
D. Jenis dan Sumber Data Penelitian	30
E. Teknik Pengumpulan Data.....	30
F. Teknik Analisis Data.....	32
G. Teknik Uji Keabsahan Data	33

BAB IV PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN

A. Deskripsi Obyek Penelitian.....	34
1. Gambaran Umum Kabupaten Purbalingga	34
2. Gambaran Profil Masjid Cheng Ho Purbalingga	36
a. Sejarah Berdirinya Masjid Cheng Ho Purbalingga.....	36
b. Latar Belakang Nama Muhammad Cheng Ho	38
c. Visi dan Misi Masjid Cheng Ho Purbalingga	40
d. Struktur Kepengurusan Masjid Cheng Ho Purbalingga.....	41
B. Potensi Pariwisata Syariah Berbasis <i>Smart Tourism</i> Pada Masjid Cheng Ho Purbalingga	41
C. Pemetaan Potensi Pengembangan Pariwisata Berbasis <i>Smart Tourism</i> di Kabupaten Purbalingga.....	51

BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan	60
B. Saran.....	61

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN-LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DAFTAR TABEL

Tabel 1	Data Pengunjung Daya Tarik Wisata dan Event Menurut Kabupaten/Kota Provinsi Jawa Tengah.....	3
Tabel 2	Perbedaan Pariwisata Syariah, Konvensional, dan Religi.....	12
Tabel 3	Penelitian Terdahulu.....	26
Tabel 4	Luas Wilayah Menurut Kecamatan di Kabupaten Purbalingga Tahun 2019.....	35



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1	TOP 20 Destinations GMTI 2022	2
Gambar 2	Kerangka Berpikir.....	28
Gambar 3	Peta Administratif Kabupaten Purbalingga	34
Gambar 4	Peta Wisata Kabupaten Purbalingga	36
Gambar 5	Masjid Cheng Ho Selaganggeng Mrebet Purbalingga.....	37
Gambar 6	Aplikasi Daku Tahu Data Kunjungan Wisata dan Hotel Kabupaten Purbalingga.....	56
Gambar 7	Portal Resmi Kabupaten Purbalingga Basis Website.....	57
Gambar 8	Media Promosi Brosur dan Buku Katalog Pariwisata “Purbalingga Memikat”	58



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1	Struktur Kepengurusan Masjid Cheng Ho Purbalingga	68
Lampiran 2	Draft Wawancara Penelitian	71
Lampiran 3	Dokumentasi Kegiatan Penelitian	76
Lampiran 4	Surat Menyurat	80



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Saat ini konsep syariah telah menjadi tren ekonomi global. Salah satunya adalah wisata syariah yang dipandang sebagai cara baru untuk meningkatkan pariwisata di Indonesia yang mengedepankan budaya dan nilai-nilai Islam. Menurut Fatwa DSN-MUI Nomor 108/DSN-MUI/X/ 2016, pariwisata syariah adalah wisata yang menganut prinsip syariah. Wisata syariah lebih dari hanya wisata ziarah yaitu sesuatu *trend* di dunia pariwisata dalam bentuk wisata alam, wisata buatan dan wisata budaya, yang berakar pada nilai-nilai Islam dan pada pelestarian kesejahteraan manusia, termasuk perlindungan kehidupan manusia, keyakinan, ide, aset, dan generasi (Peludkk, 2020).

GMTI (*Global Muslim Tourism Index*) merupakan hasil riset CrescentRating yang memeringkat negara berdasarkan standar pariwisata halal. Menurut data GMTI 2022, jumlah populasi muslim diperkirakan mencapai 2 miliar atau sekitar 25% dari populasi di dunia. Dan pada tahun 2030, wisatawan muslim di seluruh dunia diperkirakan mencapai 2,3 miliar (Mastercard & CrescentRating, 2022). Berdasarkan data Kementerian Dalam Negeri (Kemendagri), jumlah penduduk muslim di Indonesia sebanyak 237,53 juta jiwa per 31 Desember 2021. Jumlah itu setara dengan 86,9% dari populasi tanah air yang mencapai 273,32 juta orang (Bayu dalam dataindonesia.id, 2022).

Pengembangan wisata halal di Indonesia telah berlangsung selama lima tahun dan menjadi prioritas Kementerian Pariwisata, yang akhirnya menunjukkan potensinya sebagai tujuan wisata halal terbaik di dunia menurut GMTI (*Global Muslim Tourism Index*). Data GMTI 2022 berdasarkan pemeringkatan destinasi wisata halal dunia adalah sebagai berikut:

Gambar 1
TOP 20 Destination GMTI 2022 Rangings

GMTI 2022 Rank	Change vs 2021	Country	GMTI 2022 Score
1	0	Malaysia	74
2	2	Indonesia	70
2	1	Saudi Arabia	70
2	0	Turkey	70
5	0	United Arab Emirates	66
6	0	Qatar	64
7	1	Iran	63
7	3	Jordan	63
9	-1	Bahrain	62
9	-2	Singapore	62
9	7	Uzbekistan	62
12	0	Brunei	61
12	0	Egypt	61
12	-2	Oman	61
12	0	Kuwait	61
12	0	Morocco	61
17	-1	Pakistan	60
17	1	Tunisia	60
19	1	Lebanon	56
19	1	Maldives	56

Sumber: Mastercard-Crescentrating GMTI 2022

Indonesia menduduki ranking kedua sebagai destinasi terbaik wisata halal di dunia dalam 138 destinasi di seluruh dunia dengan skor 70. Atas prestasi Indonesia tersebut, Kementerian Pariwisata telah mengidentifikasi 10 wilayah potensial sebagai destinasi wisata syariah yang layak dikunjungi, diantaranya NTB, Riau dan Kepulauan Riau, Aceh, DKI Jakarta, DIY dan Jawa Tengah, Jawa Barat, Sumatera Barat, Sulawesi Selatan dan Malang Raya (Crescent Rating, 2019).

Jawa Tengah memiliki banyak objek wisata yang berpotensi menjadi wisata syariah, termasuk Kabupaten Purbalingga. Menurut Peraturan Daerah No. 11 Tahun 2015 mengenai Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Kabupaten Purbalingga 2015–2025, Purbalingga ditetapkan sebagai tujuan wisata utama dalam mempertahankan kelestarian lingkungan, adat istiadat, budaya dan nilai agama. Selain itu, Peraturan Bupati Kabupaten Purbalingga Nomor 58 Tahun 2017 Pasal 2 menyatakan bahwa pengembangan sektor pariwisata Purbalingga dibentuk dan dikembangkan dari wisata budaya dan wisata desa. Kabupaten Purbalingga memiliki 51 obyek wisata eksotis, baik alam, buatan maupun budaya (BPS Prov. Jateng, 2020).

Potensi destinasi wisata syariah di Kabupaten Purbalingga yang dapat dijadikan *icon* objek wisata Islami dengan kearifan lokal dan keunikan budayanya adalah Masjid Cheng Ho Purbalingga. Masjid Jami PITI Muhammad Cheng Ho atau dikenal sebagai Masjid Cheng Ho Purbalingga terletak di Desa Selaganggeng Kecamatan Mrebet Kabupaten Purbalingga Jawa Tengah. Dibangun pada tahun 2005 dan diresmikan pada tanggal 5 Juli 2011, masjid ini adalah salah satu dari sepuluh masjid Cheng Ho di Indonesia. Kesembilan masjid Cheng Ho lainnya di Indonesia yang telah dibangun adalah Masjid Jami Cheng Ho Surabaya, Masjid Cheng Ho Kutai Kartanegara, Masjid Muhammad Cheng Ho Batam, Masjid Cheng Ho Banyuwangi, Masjid Muhammad Cheng Ho Gowa, Masjid Cheng Ho Samarinda, Masjid Laksamana Cheng Ho Banjarmasin, Masjid Laksamana Cheng Ho Jambi dan Masjid Cheng Ho Palembang (Matanasi, 2017).

Kehadiran Masjid Cheng Ho Purbalingga merupakan simbol keindahan toleransi ras dalam budaya. Bentuk arsitektur masjid ini merupakan perpaduan budaya Tionghoa, Arab dan Jawa-Islam. Yang membedakan masjid ini bukan hanya dekorasi dan bentuk arsitektural bangunannya, tetapi juga keindahan makna dan nilai kehidupan yang selaras dengan peran serta masyarakat sekitar. Konsep pembangunan Masjid Cheng Ho Purbalingga sendiri mengacu pada Masjid Cheng Ho di Surabaya. Karena konsep konstruksinya yang unik, masjid ini selalu ramai dikunjungi wisatawan dari seluruh dunia untuk menikmati keindahan dan keunikan masjid ini.

Tabel 1
Data Pengunjung Daya Tarik Wisata dan Event Kabupaten/Kota
Provinsi Jawa Tengah

No.	Kabupaten/Kota	Jumlah
1.	Kota Semarang	2.670.358
2.	Kabupaten Klaten	1.628.177
3.	Kabupaten Banyumas	1.498.236
4.	Kabupaten Semarang	1.285.587
5.	Kabupaten Banjarnegara	1.167.841

6.	Kabupaten Purbalingga	1.061.332
7.	Kabupaten Wonosobo	1.052.729

Sumber : Dinas Kepemudaan, Olahraga, dan Pariwisata Jawa Tengah (BPS Prov. Jawa Tengah 2021)

Data di atas menunjukkan bahwa Kabupaten Purbalingga menempati urutan ke enam terbesar dalam kategori pengunjung daya tarik wisata dan event di Jawa Tengah, setelah Kabupaten Banjarnegara. Hal ini menunjukkan bahwa daya tarik dan potensi pariwisata dapat mempengaruhi besarnya minat wisatawan mancanegara ataupun domestik dalam berkunjung ke Kabupaten Purbalingga.

Gretzel, dkk (2016) mengatakan pariwisata adalah layanan terpenting dan dianggap sebagai sektor ekonomi yang dapat memanfaatkan teknologi. Kabupaten Purbalingga saat ini sedang mengkaji pemanfaatan teknologi di sektor pariwisata untuk membuka peluang investasi. Hal tersebut disampaikan oleh Kepala Bidang Humas dan Informasi Komunikasi Publik Purbalingga, Ir Prayitno, M.S.I pada acara temu bisnis dengan tema “Strategi pengembangan sektor pariwisata untuk meningkatkan investasi di Purbalingga” menyatakan pengembangan pariwisata Purbalingga tidak dapat dipisahkan dari strategi dan peningkatan pemasaran digital. Selanjutnya, strategi kemajuan industri perjalanan wisata sesuai dengan pengaturan dari pemerintah pusat dan pemerintah Jawa Tengah yaitu untuk lebih mengembangkan pondasi dalam membantu peningkatan industri perjalanan. Salah satunya mendukung pengembangan Bandara Besar Soedirman Purbalingga dan membangun Tol Trans Jawa yang dapat memberikan peluang peningkatan kunjungan wisatawan dengan investasi di bidang pariwisata (Dinkominfo Kabupaten Purbalingga, 2017).

Adanya kebijakan penerapan teknologi di sektor pariwisata juga sejalan dengan laporan akhir Dinkominfo Kabupaten Purbalingga yang menyebutkan bahwa orientasi pembangunan di kawasan Purbalingga menganut *smart city* (Dinkominfo, 2018). *Smart city* atau kota pintar didefinisikan sebagai kawasan dengan ide untuk mengembangkan, menerapkan, dan mengimplementasikan teknologi yang diterapkan di berbagai sistem. *International Business Machines Corporation* (IBM) mengklasifikasikan *smart city* menjadi enam jenis antara lain

smart economy, smart people, smart mobility, smart living, smart governance dan *smart environment* (Pratama, 2014).

Sesuai Peraturan Bupati Nomor 57 Tahun 2019 Pasal 4 menetapkan prioritas rencana program pembangunan daerah Purbalingga dalam *smart city* salah satunya di bidang pariwisata. Pariwisata yang menggunakan Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) untuk memperoleh informasi tentang kegiatan pariwisata disebut dengan *smart tourism* (pariwisata cerdas) (Okty, 2017). Menurut Pu Liu & Yuan Liu (2016), *smart tourism* erat kaitannya dengan *smart city* karena pengembangan *smart tourism* didasarkan pada konsep *smart city* berbasis infrastruktur yang meningkatkan dan memperkuat keterkaitan pada setiap sub-sistem kota. Tujuan *smart tourism* untuk memenuhi kebutuhan wisatawan dengan menggabungkan perkembangan teknologi dengan budaya dan inovasi untuk mempromosikan layanan pariwisata, meningkatkan manajemen pariwisata dan memperluas cakupan industri (Buhalis & Amaranggana, 2014).

Oleh karena perjalanan saat ini menjadi kebutuhan bagi banyak orang, maka konsep *smart tourism* dalam pengembangan pariwisata menjadi penting. Melihat fakta fenomena yang terjadi di Kabupaten Purbalingga dalam menerapkan teknologi di sektor pariwisata serta arahan menjadi daerah yang *smart city* inilah yang memungkinkan Pemerintah Kabupaten Purbalingga juga dapat menerapkan kebijakan untuk penggunaan teknologi inovasi yaitu *smart tourism* dalam sektor pariwisata Purbalingga terutama di masjid Cheng Ho Purbalingga. Adanya kesiapan dalam menerapkan *smart tourism* di destinasi wisata masjid Cheng Ho Purbalingga dengan potensi keunikan dan keindahan yang dimilikinya dapat meningkatkan wisatawan yang signifikan, selain dijadikan sebagai tempat beribadah juga menjadi wisata budaya bagi wisatawan. Disisi lain juga menjadikan masjid Cheng Ho Purbalingga menjadi destinasi pariwisata berbasis Islami yang memiliki keunggulan kompetitif yang tidak kalah menarik dengan kawasan wisata Purbalingga lainnya.

Hasil data observasi awal yang telah dilakukan mengatakan bahwa masjid Cheng Ho Purbalingga memanglah selalu ramai wisatawan sebab akses menuju destinasi ini sudah sangat memadai dan juga dekat dari jalur utama penghubung

Kabupaten Purbalingga-Pemalang. Perjalanan menggunakan mobil yang tentunya dapat meningkatkan ketertarikan wisatawan untuk berkunjung ke Masjid Cheng Ho Purbalingga, disamping akses yang sudah memadai, destinasi wisata ini juga memiliki daya tarik tambahan yaitu masjid yang terbentuk dari akulturasi 3 budaya pertama yang berada di Jawa Tengah. Selain untuk peribadatan, Masjid Cheng Ho Purbalingga sering dijadikan tempat *wedding* dan perayaan barongsai kekhasan China setiap tanggal 5 Juli untuk merayakan hari jadi Masjid Cheng Ho Purbalingga. Adanya budaya yang terjadi inilah diperlukan dukungan yang baik guna mempertahankan keaslian identitas masjid Cheng Ho Purbalingga sendiri untuk ke depannya.

Miturut Bapak Untung Supardjo selaku wakil pengurus masjid mengatakan bahwasanya dalam Masjid Cheng Ho Purbalingga sendiri sangat memprihatinkan terkait pengelolaan manajemen keuangan masjid, sumber daya manusia pada masjid serta segi strategi promosi masjid baik menggunakan brosur maupun media sosial (teknologi) belum diterapkan secara khusus dan keberlanjutan. Padahal hal tersebut tersebut sangatlah penting bagi pengembangan Masjid Cheng Ho ke arah yang lebih baik untuk ke depannya (Supardjo Observasi, 2021).

Dari penjelasan latar belakang masalah di atas, maka penulis ingin meneliti lebih jauh tentang bagaimana upaya masjid Cheng Ho Purbalingga sebagai daya tarik wisata dapat menjadi potensi pengembangan pariwisata syariah berbasis *smart tourism* di Kabupaten Purbalingga serta melihat apakah adanya suatu eksplorasi yang baik dari *stakeholder* dalam penerapan *smart tourism* di setiap pariwisata Purbalingga khususnya dalam pengembangan wisata syariah di kawasan masjid Cheng Ho Purbalingga, maka penulis tertarik untuk mengangkat dengan judul : ***“Analisis Potensi Pengembangan Pariwisata Syariah Berbasis Smart Tourism Pada Masjid Cheng Ho Purbalingga”***.

B. Definisi Operasional

1. Analisis

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, analisis ialah selaku penyelidikan sesuatu kejadian guna mengenali kondisi yang sesungguhnya (Depdiknas, 2005). Penafsiran di atas bisa disimpulkan bahwa analisis merupakan aktivitas semacam mempelajari, mengurai serta menjabarkan suatu buat dikelompokkan kembali bagi kriteria tertentu setelah itu mencari keterkaitan suatu tersebut buat memperoleh maknanya.

2. Pariwisata Syariah

Pariwisata syariah merupakan gerakan yang ditopang oleh berbagai konstruksi dan administrasi syariah yang telah diberikan oleh daerah, pelaku bisnis, pemerintah pusat, dan legislatif di sekitarnya (Kemenpar, 2012). Pariwisata syariah digunakan banyak orang sebab popularitas produk serta administrasinya yang tersebar luas. Barang dan administrasi travel, barang dan tempat wisata secara syariah sama dengan industri travel, administrasi, barang dan lokasi *traveler* pada umumnya, selama tidak bertentangan dengan nilai dan moral syariah. Dengan demikian, pariwisata syariah tidak terbatas pada industri perjalanan yang ketat seperti itu. Riyanto Sofyan dalam bukunya prospek bisnis pariwisata syariah (2012) merinci pariwisata syariah lebih luas daripada wisata religi, yaitu wisata yang bergantung pada nilai-nilai syariah Islam.

3. *Smart Tourism*

Smart tourism dapat menjelaskan situasi bagaimana perkembangan sektor pariwisata dipengaruhi oleh evolusi pesatnya perkembangan teknologi dan informasi (Gajdosik, 2018). *Smart tourism* sebagai ekosistem baru dapat mendukung dan memfasilitasi terciptanya inovasi-inovasi baru, terutama yang berkaitan dengan penerapan teknologi dan pengembangan pengalaman wisata yang cerdas (Femenia-Serra & N, 2019).

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan penguraian latar belakang di atas maka rumusan masalah penelitian yaitu:

1. Bagaimana potensi pariwisata syariah berbasis *smart tourism* pada masjid Cheng Ho Purbalingga?
2. Bagaimana pemetaan potensi pengembangan pariwisata berbasis *smart tourism* di Kabupaten Purbalingga?

D. Tujuan dan Manfaat Penelitian

1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas, tujuan penelitian ini untuk menguji dan menganalisis, yaitu :

- a. Untuk melihat apa saja potensi pariwisata syariah berbasis *smart tourism* pada masjid Cheng Ho Purbalingga.
- b. Untuk melihat pemetaan potensi pengembangan pariwisata berbasis *smart tourism* di Kabupaten Purbalingga.

2. Manfaat Penelitian

Manfaat dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan membantu memperkaya khazanah pengetahuan dan referensi penelitian terkait dengan pengembangan pariwisata syariah melalui konsep *smart tourism*. Penulis berharap penelitian ini dapat memberikan wawasan tentang permasalahan tersebut.

b. Manfaat Praktis

- 1) Bagi peneliti dijadikan sarana untuk menambah wawasan keilmuan dan pengetahuan terkait dengan masalah penelitian serupa.
- 2) Bagi instansi sebagai referensi dalam penelitian berikutnya terutama dalam membahas mengenai pariwisata syariah berbasis *smart tourism* serta menambah kepustakaan kajian ilmiah untuk instansi terkait.
- 3) Digunakan sebagai gambaran serta masukan bagi masyarakat luas mengenai pentingnya pengembangan, pemberdayaan dan pengelolaan sektor pariwisata daerah khususnya dalam konsep pariwisata syariah.

E. Sistematika Pembahasan

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini memuat latar belakang masalah, definisi operasional, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian serta sistematika pembahasan.

BAB II LANDASAN TEORI

Bab ini memuat kajian teori, kajian pustaka, landasan teologis dan kerangka berpikir yang sejalan dengan penelitian yang dilakukan yaitu pariwisata syariah dan *smart tourism*.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini memuat jenis penelitian, waktu dan tempat penelitian, subyek dan obyek, jenis dan sumber data, teknik pengumpulan data, teknik analisis data dan teknik uji keabsahan data.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini memuat uraian tentang hasil yang diperoleh dalam penelitian yang meliputi gambaran umum Masjid Cheng Ho Purbalingga, potensi pariwisata syariah berbasis *smart tourism* di Masjid Cheng Ho Purbalingga serta pemetaan dalam potensi pengembangan tersebut.

BAB V PENUTUP

Bab ini memuat uraian tentang kesimpulan dari pembahasan yang telah di kaji dalam bab-bab sebelumnya dan berisi saran agar penerapan kajian kedepan lebih efektif dari sebelumnya.

BAB II LANDASAN TEORI

A. Kajian Teori

1. Konsep Dasar Pariwisata

Menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, yang dimaksud dengan kegiatan pariwisata yang didukung oleh berbagai fasilitas dan pelayanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah. Berbagai jenis usaha pariwisata, antara lain: Daya tarik wisata, Kawasan pariwisata, Jasa transportasi wisata, Jasa perjalanan wisata, Jasa makanan dan minuman, Penyediaan akomodasi, Penyelenggaraan kegiatan hiburan serta rekreasi, Penyelenggaraan pertemuan, perjalanan insentif, konferensi, dan pameran, Jasa informasi pariwisata, Jasa konsultan pariwisata, Jasa pramuwisata, Wisata tirta (kawasan rekreasi perairan) serta Spa (*Solus Per Aqua* ataupun perawatan).

Menurut Mill dan Morrison, pariwisata ialah sistem dari bermacam elemen yang tersusun seperti sarang laba-laba "*like a spider's web-touch one part of it and reverberations will be felt through*". Ada 3 elemen dalam produk pariwisata bagi wisatawan, ialah (Sedarmayanti dkk, 2018):

a. Daya tarik wisata (*attractions*)

Setiap tujuan industri perjalanan memiliki daya tarik yang berbeda sesuai dengan kemampuannya. Ada dua macam destinasi liburan, antara lain: daya tarik wisata alami dan daya tarik wisata buatan.

b. Fasilitas dan Pelayanan (*amenities*)

Fasilitas serta pelayanan wisata terdapat komponen transportasi, sarana akomodasi, fasilitas makanan dan minuman, serta sarana penunjang lainnya yang sesuai dengan kebutuhan wisata.

c. Kemudahan (*accessibilities*)

Kemudahan yang ada guna meraih destinasi wisata, ataupun sebutan lain aspek aksesibilitas sangat bernilai dalam mempengaruhi kepuasan wisatawan.

d. Keramah-tamahan (*hospitality*)

Keramah-tamahan merupakan kebutuhan yang ditawarkan di kawasan wisata, yang membangkitkan rasa pariwisata.

Suatu destinasi wisata agar dapat diminati pengunjung, harus memenuhi tiga aspek kriteria pengembangan pariwisata yaitu (Isdarmanto, 2016):

a. *Something to see*

Objek wisata harus memiliki sesuatu yang dilihat atau dijadikan tontonan oleh wisatawan. Dengan kata lain tersebut harus memiliki daya tarik sehingga mampu menarik minat wisatawan untuk berkunjung ke objek wisata tersebut.

b. *Something to do*

Wisatawan yang berada di objek wisata bisa melakukan sesuatu yang berguna atau bermanfaat sehingga menimbulkan rasa senang, bahasa, *relax* yang berupa fasilitas-fasilitas rekreasi baik area bermain ataupun tersedianya berbagai tempat makan, terutama makanan khas dari lokasi wisata tersebut sehingga mampu memberikan pengalaman unik, baru dan betah selama kegiatan wisata.

c. *Something to buy*

Fasilitas yang disediakan kepada wisata untuk berbelanja berupa souvenir, produk kemasan yang menjadi ciri khas atau icon dari daerah tersebut sehingga dapat dijadikan sebagai buah tangan.

2. Konsep Dasar Pariwisata Syariah

a. Pengertian Pariwisata Syariah

Pariwisata berasal dari bahasa Sansekerta dan terdiri dari dua suku kata, "pari" dan "pariwisata". Pari memiliki banyak arti, dan pariwisata berarti perjalanan (Priyadi, 2016). Dalam bahasa Arab, pariwisata dikenal dengan *Al-Siyahah*, *Al-Rihlah*, dan *Al-Safar* (Baalbaki, 1995), atau bahasa Inggris disebut *tourism* (Echolas & Hassan, 2010).

Pariwisata adalah perjalanan wisata yang dimulai di suatu tempat dan kemudian pergi ke tempat lain, sementara, sendiri-sendiri atau bersama-sama, untuk mencari keseimbangan sosial, budaya, alam dan ilmu

pengetahuan atau keselarasan dan kepuasan. Munculnya pariwisata disebabkan oleh kehadiran agen perjalanan yang didorong untuk memenuhi misi wisatawan, sarana dan prasarana yang mendukung, keberadaan objek dan atraksi wisatawan dengan bantuan promosi dan layanan yang baik bagi penggiat industri wisata (Priyadi, 2016).

Sesuai dengan Fatwa DSN-MUI Nomor 108/DSNMUI/X/2016, industri perjalanan wisata syariah adalah industri perjalanan wisata yang sesuai dengan standar syariah, yang meliputi daya tarik wisata, fasilitas ibadah dan umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan yang sesuai prinsip syariah.

Disebutkan oleh Jaelani bahwa istilah lain bagi pariwisata syariah adalah *Islamic Tourism*, perjalanan wisatawan muslim ke tempat wisata yang berlandaskan prinsip-prinsip Islam dengan tujuan untuk meningkatkan keimanan. Berikut ada beberapa perbandingan perbedaan pariwisata syariah, konvensional dan religi (Sofyan, 2012):

Tabel 2
Perbedaan Pariwisata Syariah, Konvensional, dan Religi

No	Unsur	Syariah	Konvensional	Religi
1.	Objek	Semuanya	Alam, budaya, <i>heritage</i> , kuliner	Tempat ibadah, peninggalan sejarah
2.	Tujuan	Meningkatkan religiusitas dengan menghibur	Menghibur	Meningkatkan spiritualitas
3.	Target	Keinginan dan kesenangan dengan menumbuhkan kesadaran beragama	Kepuasan dan kesenangan yang berdimensi nafsu	Semata untuk mencari ketentraman batin
4.	Pemandu	Menumbuhkan	Memahami dan	Menguasai tentang

	Wisata	religiusitas wisatawan serta menjelaskan peran syariah dalam kehidupan untuk kepuasan batin	menguasai informasi pariwisata agar dapat menarik wisatawan ke objek wisata	sejarah tempat wisata
5.	Fasilitas Ibadah	Menyatu dengan objek pariwisata serta ritual beribadah sebagai paket hiburan	Hanya pelengkap	Hanya pelengkap
6.	Kuliner	Umum dan Sertifikasi halal	Umum	Umum
7.	Relasi masyarakat sekitar destinasi wisata	Terintegrasi, interaksi berdasarkan prinsip Islam	Komplementer dan semata mengejar keuntungan	Komplementer dan semata mengejar keuntungan
8.	Agenda perjalanan	Memperhatikan waktu	Tidak memperhatikan waktu	Peduli dengan waktu

Sumber : Riyanto Sofyan, 2012.

b. Karakteristik Pariwisata Syariah

Standar pariwisata syariah berlaku untuk semua orang dalam berbagai produk dan kepentingan yang nilainya tidak bertentangan dengan Syariah. Menurut Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dan BPH DSN-MUI, kriteria umum pariwisata syariah adalah sebagai berikut (Sofyan, 2012):

- 1) Fokus kepada kemaslahatan bersama.
- 2) Bebas dari maksiat.
- 3) Fokus pada pencerahan, penyegaran dan ketenangan.
- 4) Hindari kemusyrikan dan *khurafat* (takhayul).

- 5) Tersedianya kelestarian lingkungan.
- 6) Keamanan dan kenyamanan tersedia.
- 7) Bersifat universal dan menyeluruh.
- 8) Menghargai nilai sosial budaya serta kearifan lokal.

Adapun bagian penting dalam suatu pariwisata syariah merupakan wisatawan muslim, yang mempunyai kebutuhan pribadi selaku seorang muslim seperti disediakannya tempat wisata ataupun sarana yang membagikan batas antara pria dan wanita. Tetapi, sarana tersebut pula diperuntukkan untuk wisatawan universal (bukan wisatawan muslim saja), karena bagian ini meliputi wisata budaya, alam dan tradisi. Aspek utama dari wisata syariah adalah mengemas nilai-nilai dan prinsip-prinsip Islam yang dapat dirasakan oleh semua wisatawan dari latar belakang agama yang berbeda untuk memenuhi kebutuhan dasar wisatawan muslim seperti kemudahan akses fasilitas ibadah, adanya jaminan halal dalam makanan dan produk minuman serta tempat ramah untuk wisatawan Muslim (Subarkah, 2018).

c. Dasar Hukum Pariwisata Syariah

Islam menganjurkan umatnya untuk bepergian. Dalam Islam, kata *hijrah* lebih dikenal dan berarti orang berpindah (sementara atau permanen) dari satu tempat ke tempat lain yang lebih baik. Seperti firman Allah SWT dalam QS. Al-Ankabut ayat 20 dan QS. Nuh ayat 19-20:

قُلْ سِيرُوا فِي الْأَرْضِ فَانظُرُوا كَيْفَ بَدَأَ الْخَلْقَ ثُمَّ اللَّهُ يُنشِئُ النَّشْأَةَ

الْآخِرَةَ قُلْ إِنَّ اللَّهَ عَلَىٰ كُلِّ شَيْءٍ قَدِيرٌ (٢٠)

“Katakanlah: “Berjalanlah di (muka) bumi, maka perhatikanlah bagaimana Allah menciptakan (manusia) dari permulaannya, kemudian Allah menjadikannya sekali lagi. Sesungguhnya Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu””.

وَاللَّهُ جَعَلَ لَكُمُ الْأَرْضَ بِسَاطًا (١٩) لَتَسْلُكُوا مِنْهَا سُبُلًا فِجَاجًا

(٢٠)

“Dan Allah menjadikan bumi untukmu sebagai hamparan, supaya kamu melakukan perjalanan di bumi yang luas itu”

Dalam surat di atas, Allah SWT memberikan isyarat untuk berjalanan di bumi sebagai negeri yang telah dibentangkan Allah untuk dijelajahi dan dipelajari manusia dan kemudian diambil hikmahnya. Sehingga setiap Muslim semakin dekat dengan keyakinan-Nya, juga setiap non-Muslim menjadi sadar akan kebesaran Tuhan, mencari tahu tentang Islam sebagai agama yang rukun dan rahmatan lil alamin. Kemudian, Allah juga mengingatkan manusia tentang alam ini. Kehadiran alam ini dapat dimanfaatkan sebagai tempat liburan yang khas dengan berbagai atributnya. Karena melakukan perjalanan dianggap sebagai kebutuhan utama, sehingga manusia tidak terjebak di tempat-tempat wisata yang sering diperdebatkan dengan standar syariah. Hal inilah yang membutuhkan produk hukum dalam ranah industri wisata agar terwujudnya kemaslahatan (Djakfar, 2017).

d. Kriteria Panduan Umum Pariwisata Syariah

Ada beberapa pedoman umum pariwisata berbasis syariah berdasarkan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dan BPH DSN-MUI, sebagai berikut (Sofyan, 2012):

1) Daya Tarik (Objek Wisata Syariah)

Ada beberapa hal yang harus diperhatikan dari aspek ini, yaitu: objek wisata (wisata alam, buatan, dan budaya), tersedia fasilitas ibadah, adanya makanan dan minuman halal, adanya pertunjukan seni budaya dan atraksi yang tidak bertentangan dengan nilai syariah, serta menjaga bersihnya sanitasi dan lingkungan.

2) Akomodasi Pariwisata Syariah

Objek pariwisata syariah harus memiliki fasilitas tempat tinggal (penginapan atau motel syariah) yang sesuai dengan pedoman syariah,

bahkan telah mendapatkan konfirmasi halal dari DSN-MUI. Ada beberapa prasyarat yang harus diklaim dalam akomodasi pariwisata syariah, antara lain: aksesibilitas tempat beribadah, fasilitas makanan dan minuman halal, suasana yang terlindungi, nyaman dan kondusif serta menjaga bersihnya sanitasi dan lingkungan.

3) Usaha Penyedia Makanan dan Minuman

Semua bisnis makanan dan minuman yang berada di objek wisata syariah kehalalannya harus terjaga, atau alternatifnya mendapatkan sertifikasi halal dari LPOM MUI. Ada beberapa yang harus diperhatikan untuk menjamin sisi bisnis ini, diantaranya: fasilitas makanan dan minuman halal (Sertifikat Halal MUI), jaminan halal dari MUI setempat atau tokoh Muslim setempat, dan menjaga lingkungan yang sehat dan bersih.

4) *Spa, Sauna dan Massage*

Beberapa hal yang harus diperhatikan dalam fasilitas spa dalam wisata syariah, antara lain: terapis pria untuk konsumen pria dan terapis wanita untuk konsumen wanita, tidak mengandung konten pornografi, menggunakan produk yang halal dan tidak terkontaminasi daging babi atau mencemari turunannya, dan adanya sarana ibadah.

5) Biro Perjalanan Wisata Syariah

Layanan biro tidak membutuhkan kapabilitas khusus yang bergantung pada standar syariah, namun ada fokus signifikan yang harus diperhatikan dalam layanan biro wisata, yakni: kehadiran paket wisata yang sesuai dengan syariah serta memiliki daftar akomodasi dan pemasok makanan dan minuman sesuai aturan industri wisata syariah.

6) Pramuwisata (Pemandu Wisata) Syariah

Dalam wisata syariah, pramuwisata berperan penting dalam menjalankan aturan syariah ketika pariwisata diterapkan. Karena, letak pramuwisata sebagai cikal bakal perjalanan wisatawan. Selain itu, pramuwisata harus memenuhi persyaratan sebagai berikut: memahami dan memiliki kemampuan untuk menjalankan nilai syariah saat bertugas,

memiliki akhlak yang baik, informatif, dan bertanggungjawab, memiliki penampilan yang sopan dan menarik sesuai dengan moral Islam, dan memiliki keterampilan kerja sesuai pedoman.

e. Kriteria Pariwisata Syariah Menurut GMTI

Global Muslim Tourism Index (GMTI) merupakan hasil penelitian CrescentRating yang menempatkan negara-negara di dunia sebagai acuan standar pariwisata halal. 18 Indikator yang dikembangkan untuk destinasi Halal menurut standar GMTI didasarkan pada “Model CrescentRating ACES” yang mencakup empat faktor utama, yaitu: *Acces*, *Communication*, *Environment*, dan *Services* destinasi wisata halal antara lain:

1) *Accessibilitas*

Aksesibilitas merupakan salah satu faktor yang membantu wisatawan melakukan perjalanan ke destinasi wisata dengan lebih mudah. Aksesibilitas juga dapat diartikan sebagai ukuran kemudahan dan kenyamanan yang dengannya suatu lokasi tujuan dapat dicapai melalui transportasi (Sammeng, 2001).

2) *Communication*

Menurut Jenis dan Kelly, Komunikasi ialah suatu proses dimana komunikator (orang yang memberikan informasi) menyampaikan stimulus (dalam bentuk kata-kata) kepada komunikan (penerima) dalam rangka mengubah atau membentuk perilaku orang lain (audience) (Vardiansyah, 2008). Pertimbangan utama saat mengunjungi suatu destinasi adalah komunikasi.

3) *Environment*

Jumlah perdagangan yang dibawa oleh wisatawan yang memasuki suatu destinasi sangat penting dalam memfasilitasi lingkungan yang efektif bagi wisatawan Muslim. Wisatawan muslim juga harus merasa aman dan nyaman saat beribadah di tempat tujuan. Selain itu, iklim yang mendorong destinasi seperti institusi, penelitian dan pengembangan, serta penggunaan teknologi informasi sangat penting untuk inovasi dan kelestarian lingkungan.

Untuk memberikan pengalaman pelayanan yang baik bagi wisatawan, destinasi harus menyediakan fasilitas yang dapat memenuhi kebutuhan wisatawan berbasis religi, seperti restoran, hotel, dan bandara. Ada keuntungan untuk destinasi yang memberikan pengalaman unik, seperti situs warisan dan tempat yang menonjolkan sejarah atau budaya Islam (Mastercard & Crecentrating, 2019).

4) *Services*

Layanan didefinisikan sebagai kegiatan yang disediakan oleh organisasi yang relevan dengan kebutuhan konsumen dan meninggalkan kesan abadi. Wisatawan akan merasa puas jika mendapatkan pelayanan yang baik. Akibatnya, layanan sangat penting dalam menarik wisatawan untuk menggunakan produk atau layanan yang ditawarkan (Hasibuan, 2005). CrescentRating mengidentifikasi enam kebutuhan utama berikut yang mempengaruhi perilaku konsumsi wisatawan Muslim: Makanan halal, fasilitas sholat, layanan Ramadhan, kamar mandi, tidak adanya kegiatan non-halal, serta fasilitas layanan rekreasi yang privasi.

3. Konsep *Smart Tourism*

a. *Smart Tourism*

Kata *smart tourism* terdiri dari dua kata, “*smart*” dan “*tourism*”. Kata “*smart*” mempunyai arti bijaksana sedangkan kata “*tourism*” mengacu kepada aktivitas atau kegiatan kepariwisataan (Wang dkk, 2012). *Smart tourism* didefinisikan sebagai platform pariwisata yang mengutamakan penerapan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) secara terintegrasi. Dalam penerapannya, platform tersebut mengintegrasikan teknologi data untuk memaksimalkan penyediaan data dan layanan yang efisien bagi wisatawan.

Konsep *smart tourism* ialah penggabungan interaksi antara bermacam komponen industri pariwisata dengan inovasi teknologi data serta komunikasi yang bisa memudahkan wisatawan buat memperoleh informasi

yang diidentifikasi dengan letak wisatawan, tiket darmawisata, kenyamanan, transportasi, serta lain- lain.

Smart tourism tergantung pada empat inti teknologi informasi serta komunikasi, antara lain *IoT*, *mobile communication*, *cloud computing*, serta *artificial intelegent technology*. Inovasi ini menghubungkan wujud, pembelajaran, sosial, serta bisnis dengan kerangka industri darmawisata, serta memasok nilai industri perjalanan yang cerdas ke bermacam mitra dalam suatu tujuan (Guo et al., 2014). Tidak hanya itu, pengembangan *smart tourism* berperan dengan akses data yang tidak terbatas guna menghargai layanan ekstra untuk wisatawan kota, semacam akses informasi terbaru tentang transportasi (Buhalis & Amaranggana, 2014), kenyamanan, tempat liburan, budaya ataupun ketentuan tertentu di lokasi wisatawan dan bermacam perihal terpaut pelayanan pariwisata.

Dalam *smart tourism*, teknologi ialah infrastruktur yang mengintegrasikan fitur keras, fitur lunak dan teknologi jaringan (internet) guna menyediakan data *real-time* yang mengizinkan pengambilan keputusan yang lebih pintar buat segala pemangku kepentingan (Gretzel et al., 2015). Inovasi yang serba guna, paling utama pemanfaatan telepon seluler dan aplikasinya, mempengaruhi kemajuan kecerdasan industri darmawisata. Tujuan akhir dari inisiatif maupun konsep dini *smart tourism* ialah untuk meningkatkan *smart destination*, yakni kasus khusus yang disebut *smart city* (Gretzel et al., 2018).

b. *Smart Tourism Destination*

Konsep *smart tourism destination* mengadaptasi gagasan yang sama dengan *smart city*, hanya saja *smart tourism destination* spesial diterapkan pada destinasi wisata. Literatur saat ini menekankan bahwa pengelolaan *smart destination* membutuhkan praktik konsep *smart tourism*. Peningkatan infrastruktur Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) sangat berarti dalam mendukung upaya destinasi untuk menghasilkan pengalaman wisata yang unggul yang dijanjikan oleh paradigma *smart tourism* (Boes et al, 2015).

Menurut Lamsfus et al (2015), jika suatu destinasi pariwisata selaku *smart tourism destination* dengan memanfaatkan infrastruktur teknologi yang disediakan oleh *smart city* untuk:

- 1) Meningkatkan pengalaman rekreasi wisatawan kepada pengunjung destinasi dengan mempersonalisasi dan meningkatkan kesadaran wisatawan akan layanan dan produk pariwisata serta produk lokal yang tersedia.
- 2) Memberdayakan organisasi pengelola destinasi, agensi lokal, dan industri pariwisata untuk membuat keputusan dan mengambil tindakan berdasarkan informasi yang dihasilkan di destinasi, dikumpulkan, dikelola, dan diproses melalui infrastruktur teknologi.

Disisi lain, Buhalis dan Amaranggana (2014) melaporkan jika *smart tourism destination* mempunyai ciri- ciri, antara lain:

- 1) Area mengaplikasikan pemakaian teknologi.
- 2) Proses responsif di tingkatan mikro dan makro.
- 3) Fitur pengguna akhir tersebar.
- 4) Mengaitkan pemangku kepentingan yang memakai platform secara dinamis selaku sistem pusat.

Hal ini bertujuan guna lebih meningkatkan pengalaman wisatawan dikala bepergian, menambah efisiensi dari pengelolaan sumber daya serta mengoptimalkan daya saing destinasi, khususnya untuk meningkatkan kepuasan wisatawan dikala melaksanakan bagian-bagian yang menunjang wilayah tujuan wisata.

c. *Smart Tourism Tools*

Dalam konteks pariwisata, wisatawan dapat menggunakan ponselnya untuk menjelajahi destinasi dan aktivitas di destinasi wisata. Dengan bantuan teknologi *smart tourism tools*, wisatawan dapat menavigasi jalur wisata melalui kawasan perkotaan tanpa menggunakan peta atau panduan yang ada (Yeoman & Yu, 2012). Wisatawan bisa menggunakan inovasi lewat ponsel mereka guna menciptakan informasi lain yang terpaut

dengan posisi wisata yang hendak mereka kunjungi lewat pemakaian instrumen *smart tourism tools*.

Menurut Richard Smith, (2015) ada tiga *smart tourism tools* diantaranya:

1) Aplikasi

Berdasarkan online dan offline, aplikasi dikategorikan sebagai berikut : (a) *Native Apps*, perangkat fisik aktif serta dapat diakses dari ikon di layar perangkat sehingga memberikan referensi dan membantu para wisatawan dalam menekan biaya rendah saat *roaming* dan mengakses informasi tanpa mengakses internet, (b) *Mobile Web Apps*, situs web yang terlihat seperti aplikasi asli, dan (c) *Hybrid Apps*, aplikasi ini tersedia di *app store* dan memanfaatkan fitur perangkat.

2) *Augmented Reality* (AR)

Bentuk aplikasi yang penggunaannya membutuhkan perangkat keras tambahan yaitu kamera internal perangkat seluler. Oleh karena itu, alat pariwisata *smart* ini memberikan informasi melalui pencitraan.

3) *Near Field Communication* (NFC)

NFC merupakan alat komunikasi yang berbentuk nirkabel jarak pendek yang mengirimkan data tersimpan ke perangkat elektronik.

Ada empat dimensi yang harus ada dalam *smart tourism tools* diantaranya (Lee et al., 2017):

- 1) *Informativeness*: Bagaimana informasi yang diberikan oleh teknologi *smart tourism* ini dapat berguna bagi pengguna selama digunakan dalam perjalanan.
- 2) *Accesibility*: Bagaimana kemudahan akses yang dirasakan oleh pengguna teknologi *smart tourism* selama pemakaian.
- 3) *Interactivity*: Bagaimana interaksi yang dirasakan oleh pengguna teknologi *smart tourism* selama pemakaian.
- 4) *Personalization*: Bagaimana pengguna diberikan kebebasan untuk mengatur tampilan teknologi *smart tourism* ini sesuai dengan yang diinginkannya.

B. Landasan Teologis

1. Pariwisata Berbasis Teknologi Menurut Al-Qur'an

Ada keyakinan kuat bahwa dukungan Islam untuk kemajuan teknologi ada. Dari abad ke-8 hingga abad ke-12 M, umat Islam berada pada masa kejayaannya. Ilmu pengetahuan, teknologi, dan peradaban Islam berkembang pesat dan mencapai puncaknya. Dalam firman Allah SWT dalam QS. Al-Anbiya ayat 80 yang artinya *“Telah kami ajarkan kepada Daud membuat baju besi untuk kamu guna memelihara diri dalam peperanganmu”*. Dari penjelasan tersebut, manusia perlu menggunakan fasilitas teknologi untuk melakukan sesuatu. Oleh karena itu, tidak heran jika para ilmuwan dan pemikir Islam terkemuka seperti Al-Kindi, Al-Khawarizmi, Al-Jazari, dan Ibn Firnas berinovatif dan produktif dalam pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi.

Teknologi informasi diciptakan dengan mempermudah urusan manusia, Allah SWT berfirman dalam QS. Al-Baqarah ayat 185:

.... يُرِيدُ اللَّهُ بِكُمُ الْعُسْرَ وَلَا يُرِيدُ بِكُمُ الْعَيْسَةَ عَلَى

“.... Allah menghendaki kemudahan bagimu dan tidak menghendaki kesukaran bagimu”

Adanya jaminan kemudahan sesuai pada ayat di atas, pariwisata syariah hadir dengan produk dan jasa yang disediakan berdasarkan syariah, termasuk sistem teknologi informasi dan komunikasi. Al-Qur'an menganjurkan manusia untuk berwisata ke tempat bernilai religi, bukan ke tempat maksiat. Tujuannya untuk selalu bersyukur akan keindahan dan keajaiban alam atas bukti kekuasaan-Nya serta takjub terhadap Sang Pencipta. Dalam hal ini adanya firman Allah SWT dalam QS. Al-Mulk ayat 15:

هُوَ الَّذِي جَعَلَ لَكُمْ الْأَرْضَ ذُلُولًا فَامْشُوا فِي مَنَاكِبِهَا وَكُلُوا مِنْ رِزْقِهِ قَلَىٰ وَإِلَيْهِ

التُّشُورُ

“Dia-lah yang menjadikan bumi itu mudah bagi kamu, maka berjalanlah di segala penjurunya dan makanlah sebagian rezekinya. Dan hanya kepada-Nya lah kamu (kembali setelah) dibangkitkan”.

Dari penjelasan di atas, anjuran berwisata (bukan maksiat) dengan adanya kemudahan teknologi dapat membuat manusia mendapatkan informasi mengenai tempat wisata tersebut secara cepat, efektif dan efisien.

2. Peran dan Fungsi Masjid sebagai Pusat Aktivitas Umat Islam

Masjid merupakan tempat ibadah bagi umat Islam dan memiliki peran strategis dalam perkembangan peradaban Islam. Keberadaan masjid menjadi penting karena masjid merupakan pusat segala aktivitas Islam dan pilar pertama pertumbuhan umat Islam. Sebagai umat Islam, memakmurkan masjid merupakan salah satu kewajiban yang tidak boleh diabaikan. Kata masjid diulang 28 kali dalam Al-Qur'an (Mustafa, 2008). Banyak sekali ayat-ayat Al-Qur'an yang merujuk pada masjid dan jelas bahwa keberadaan masjid sangat penting bagi umat Islam dan tidak dapat dipisahkan dari kehidupan.

Sejarah telah membuktikan bahwa masjid memiliki peran multifungsi, tidak hanya sebagai tempat ibadah, tetapi juga sebagai pusat pendidikan, studi agama, pendidikan, militer dan fungsi sosial ekonomi lainnya. Rasulullah mencatat bahwa selama hijrahnya dari Mekah ke Madinah, langkah awal ialah membangun Masjid Quba yang berfungsi sebagai pusat Islam untuk memperkuat hubungan manusia dengan Tuhan Yang Maha Esa serta pusat segalanya kegiatan umat Islam pada saat itu, seperti firman-Nya dalam QS. Ali-Imran ayat 112:

صُرِبَتْ عَلَيْهِمُ الذَّلَّةُ أَيْنَ مَا تُثَقَّفُوا إِلَّا بِحَبْلِ مِّنَ اللَّهِ وَحَبْلٍ مِّنَ النَّاسِ ...

“Kehinaan akan menimpa manusia di mana saja mereka berada kecuali memelihara hubungan Allah dan hubungan dengan manusia”.

Secara bahasa masjid pada masa Rasulullah SAW memang sebagai tempat sujud yang memiliki peran multifungsi. Hal ini senada dengan pernyataan Eman Suherman bahwa (Suherman, 2012):

“Secara bahasa Arab, masjid diambil dari kata sajadah, yasjudu, sajdah. Kata sajadah artinya bersujud, patuh, taat, serta duduk dengan penuh hormat dan ta’dzim. Untuk menunjukkan suatu tempat, kata sajadah diubah menjadi masjidan artinya tempat sujud menyembah Allah SWT”

Firman Allah SWT dalam Al-Qur’an surah Al-Jinn ayat 18 dan dihubungkan dengan Sabda Rasulullah SAW dari Jabir bin ‘Abdillah, sebagai berikut:

وَأَنَّ الْمَسَاجِدَ لِلَّهِ فَلَا تَدْعُوا مَعَ اللَّهِ أَحَدًا

“Dan sesungguhnya masjid-masjid itu adalah milik Allah, maka janganlah kamu menyembah seseorang pun di dalamnya di samping (menyembah) Allah”

وَجَعَلْتُ لِي الْأَرْضَ مَسْجِدًا وَطَهُورًا, وَإِنَّمَا رَجُلٌ مِنْ أُمَّتِي أَدْرَكَتْهُ الصَّلَاةُ فَلْيَصَلِّ (رواه البخاري ومسلم)

“Dan seluruh bumi dijadikan sebagai tempat salat dan untuk bersuci. Siapa saja dari umatku yang mendapati waktu salat, maka salat-lah di tempat tersebut”. (HR. Bukhari dan Muslim)

Oleh karena itu, fungsi masjid tidak sebatas sebagai tempat sujud, tetapi semua aktivitas manusia yang mencerminkan ketaatan kepada-Nya dan menjadi kewajiban umat Islam untuk menjaga masjid tetap dihuni setiap saat.

C. Kajian Pustaka

Dalam penelitian ini perlu mendukung penelusuran literatur karena mendukung kajian teori dari literatur yang relevan dan riset yang hendak dilakukan. Oleh sebab itu, penulis menyajikan sebagian riset terkait secara teoritis, subjek dan objek, sebagai berikut:

Pertama, Skripsi Siti Adelita Raif Khadijah, Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung (2019), yang berjudul “Implementasi Smart Tourism dalam

Meningkatkan Pengalaman Wisatawan Milenial di Kota Bandung”. Hasil penelitian menunjukkan penerapan *smart tourism* sudah baik dari ketiga sub-dimensi, tetapi diperlukan adanya pembangunan, perbaikan dan pemerataan dalam berbagai aspek yang terintegrasi teknologi dan infrastruktur (Khadijah, 2019).

Kedua, Jurnal Penelitian Pariwisata Berkelanjutan Universitas Padjadjaran (2020), H. Ferdiansyah, Cipta E., Heryadi Rachmat dan Awaludin N., yang berjudul “Pengembangan Pariwisata Halal di Indonesia Melalui Konsep *Smart Tourism*”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengembangan wisata halal di Indonesia dapat menerapkan unsur program pemasaran destinasi yang dapat dirangsang menggunakan destinasi yang pelayanan dan fasilitas yang Islami, ramah keluarga, kesadaran halal, dan konsep pariwisata dengan memanfaatkan unsur *accessibility*, *interactivity*, *informativeness*, dan *personalization* bagi wisatawan Muslim (Ferdiansyah et al, 2020).

Ketiga, Prosiding SiMantap : Seminar Nasional Matematika dan Terapan Universitas Sumatera Utara (2019), Husain, M. Zarlis, Herman Mawengkang dan Syahril Efendi, yang berjudul “Perencanaan Penerapan Teknologi Smart Wisata Syariah Disalah Satu Destinasi Wisata Di Lombok”. Hasil penelitian menunjukkan bahwa diperoleh kerangka teknologi dalam penerapan teknologi TIK dalam penerapan wisata syariah (Husain et al., 2019).

Keempat, Jurnal Manajemen Islam UIN Walisongo Semarang (2021), Lukmanul Hakim yang berjudul “Digitalisasi Wisata Halal Melalui Aplikasi Smartphone Dimasa Pandemi Covid-19”. Hasil penelitian menunjukkan potensi transformasi digitalisasi ke smartphone mudah dan efisien, penguatan infrastruktur digital berupa layanan dan sumber daya manusia yang mumpuni, meningkatkan sinergi antar *stakeholder* yang menguatkan kebijakan guna mendorong percepatan digitalisasi dan *branding* wisata halal dengan kampanye “*Halal Lifestyle Literacy*” (Hakim, 2021).

Kelima, Skripsi Muhammad Haikal Trinanda Institut Teknologi Sumatera (2020), yang berjudul “Tingkat Kesiapan Penerapan Smart Tourism dalam Meningkatkan Potensi Sektor Pariwisata Pesisir Di Kawasan Wisata Terintegrasi Teluk Lampung (Studi Kasus : Kawasan Strategis Pariwisata Daerah Teluk

Pandan, Kabupaten Pesawaran). Hasil penelitian menunjukkan bahwa di KSPD Teluk Pandan menerapkan *smart tourism* melihat dari ketersediaan dan kualitas infrastruktur dasar dan TIK, transportasi, atraksi dan fasilitas penunjang wisata relatif *agak siap* (Trinanda, 2020).

Tabel 3
Penelitian Terdahulu

No	Peneliti, Judul & Tahun Penelitian	Hasil Penelitian	Persamaan & Perbedaan
1.	Siti Adelita Raif Khadijah. “Implementasi <i>Smart Tourism</i> dalam Meningkatkan Pengalaman Wisatawan Milenial di Kota Bandung”. 2019.	Hasil penelitian menunjukkan penerapan <i>smart tourism</i> sudah baik dari ketiga sub-dimensi, tetapi diperlukan adanya pembangunan, perbaikan dan pemerataan dalam berbagai aspek yang terintegrasi teknologi dan infrastruktur.	Persamaan : <i>smart tourism</i> . Perbedaan : Objek dan subjek serta metode penelitian.
2.	H. Ferdiansyah, Cipta E., Heryadi Rachmat dan Awaludin N. “Pengembangan Pariwisata Halal di Indonesia Melalui Konsep <i>Smart Tourism</i> ”. 2020.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengembangan wisata halal di Indonesia dapat menerapkan unsur program pemasaran destinasi yang dapat dirangsang menggunakan destinasi yang pelayanan dan fasilitas yang Islami, ramah keluarga, kesadaran halal, dan konsep pariwisata dengan memanfaatkan unsur <i>accessibility</i> , <i>interactivity</i> , <i>informativeness</i> , dan <i>personalization</i> bagi wisatawan Muslim.	Persamaan : Pariwisata halal/syariah, <i>smart tourism</i> dan metode penelitian. Perbedaan : Objek penelitiannya yaitu pariwisata Indonesia, bukan spesifik berbasis syariah.
3.	Husain, M. Zarlis, Herman Mawengkang	Hasil penelitian menunjukkan bahwa diperoleh kerangka teknologi dalam	Persamaan : Pariwisata syariah

	dan Syahril Efendi. “Perencanaan Penerapan Teknologi <i>Smart</i> Wisata Syariah Disalah Satu Destinasi Wisata Di Lombok”. 2019.	penerapan teknologi TIK dalam penerapan wisata syariah.	dan teknologi <i>smart</i> Perbedaan : Objek dan metode penelitian.
4.	Lukmanul Hakim. “Digitalisasi Wisata Halal Melalui Aplikasi <i>Smartphone</i> Dimasa Pandemi Covid-19”. 2021.	Hasil penelitian menunjukkan potensi transformasi digitalisasi ke <i>smartphone</i> mudah dan efisien, penguatan infrastruktur digital berupa layanan dan sumber daya manusia yang mumpuni, meningkatkan sinergi antar <i>stakeholder</i> yang menguatkan kebijakan guna mendorong percepatan digitalisasi dan <i>branding</i> wisata halal dengan kampanye “ <i>Halal Lifestyle Literacy</i> ”	Persamaan : Pariwisata syariah dan metode penelitian. Perbedaan : Teknologi berbasis <i>smartphone</i>
5.	Muhammad Haikal Trinanda. “Tingkat Kesiapan Penerapan <i>Smart Tourism</i> dalam Meningkatkan Potensi Sektor Pariwisata Pesisir Di Kawasan Wisata Terintegrasi Teluk Lampung (Studi Kasus : Kawasan Strategis Pariwisata Daerah Teluk Pandan,	Hasil penelitian menunjukkan bahwa di KSPD Teluk Pandan menerapkan <i>smart tourism</i> melihat dari ketersediaan dan kualitas infrastruktur dasar dan TIK, transportasi, atraksi dan fasilitas penunjang wisata relatif <i>agak siap</i> .	Persamaan : <i>Smart tourism</i> Perbedaan : Objek dan metode penelitian.

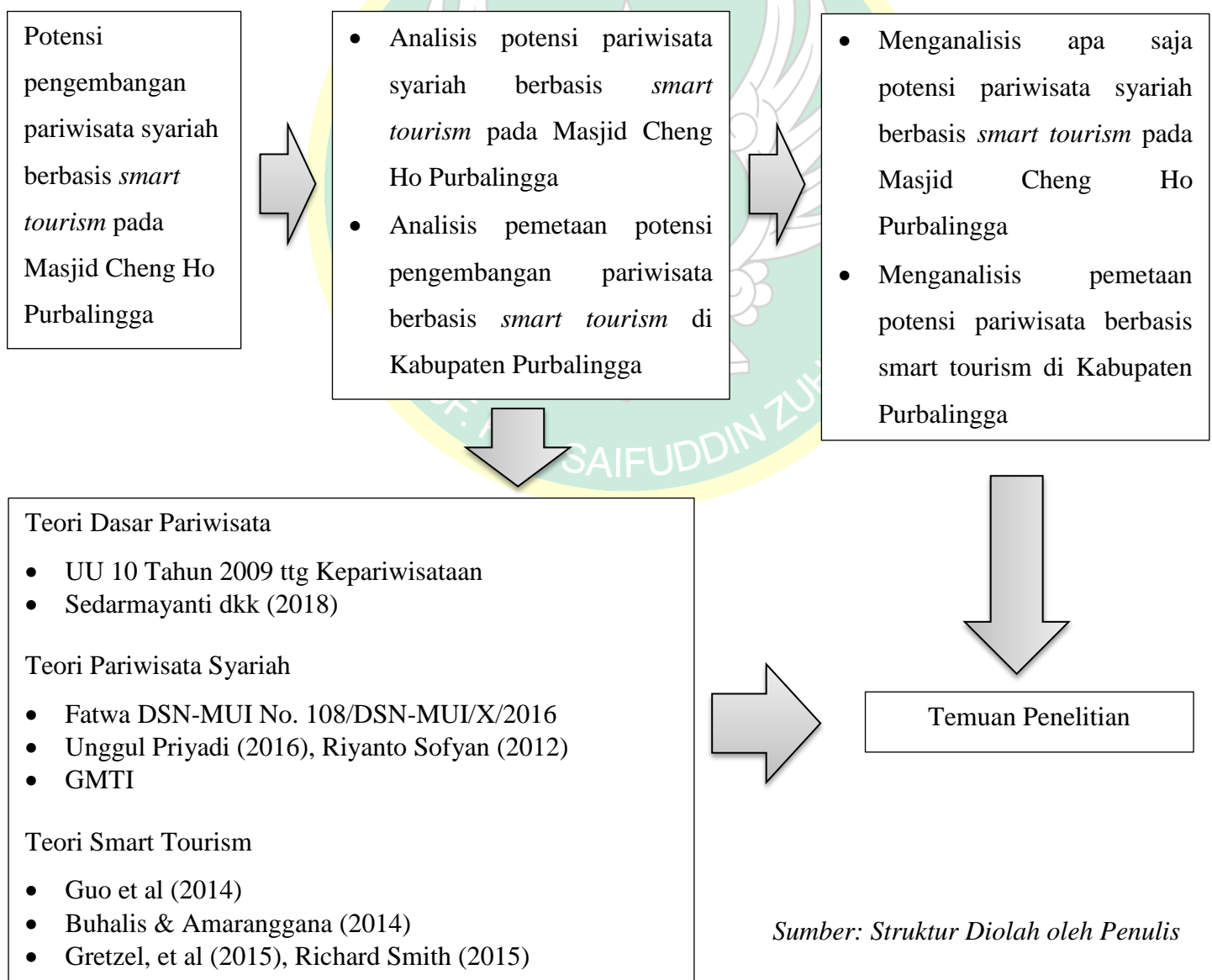
Kabupaten Pesawaran)”. 2020.		
---------------------------------	--	--

Sumber : Jurnal dan Skripsi

D. Kerangka Berpikir

Kerangka berpikir dalam suatu penelitian berisi tentang konsep bagaimana hubungan antara teori dengan berbagai faktor yang telah diidentifikasi sebagai masalah yang hendak diteliti (Wijaya, 2013). Kerangka berpikir dibuat untuk menggambarkan secara singkat alur penelitian yang hendak dilakukan. Berikut merupakan kerangka berpikir dalam penelitian ini:

Gambar 2
Kerangka Berpikir



Sumber: Struktur Diolah oleh Penulis

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Studi deskriptif adalah studi yang menyelidiki suatu situasi sosial yang diselidiki secara menyeluruh dan mendalam (Sugiyono, 2009). Penelitian kualitatif merupakan jenis penelitian yang memiliki dua tujuan yaitu menggambarkan dan mengungkap (Brata, 2014).

Penelitian ini lebih menekankan fenomena yang dialami objek dalam menganalisis potensi pengembangan wisata syariah berbasis *smart tourism* di Masjid Cheng Ho Purbalingga. Maka secara langsung penulis datang ke tempat penelitian di Masjid Cheng Ho Purbalingga untuk mengamati keseluruhan situasi, mulai dari gambaran umum tempat penelitian sampai pengembangan pariwisata syariah berbasis *smart tourism* yang ada pada masjid Cheng Ho Purbalingga.

B. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian dilakukan di Masjid Cheng Ho Purbalingga yang beralamat di Desa Selagangeng Kecamatan Mrebet Kabupaten Purbalingga 53352, Jawa Tengah. Penelitian dilakukan sejak bulan September 2021 sampai dengan 27 Januari 2022.

C. Subyek dan Obyek

Dalam penelitian kualitatif, subyek disebut *informan* yang dijadikan sebagai konsultan guna menggali informasi yang dibutuhkan (Salim & Syahrums, 2012). Subyek dalam penelitian ini adalah Bapak H. Untung Supardjo, BA., selaku wakil ketua pengurus Masjid Cheng Ho Purbalingga, Bapak Luky Hidayat, St.,M.Eng., selaku seksi tata kelola *E-Government* Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Purbalingga, Ibu Kustina selaku kepala bidang Pariwisata Dinporapar (Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata) Kabupaten Purbalingga dan Ibu Ratnawati Dewi selaku seksi pengembangan destinasi dan sumber daya manusia Dinporapar Kabupaten Purbalingga serta wisatawan. Sedangkan untuk

obyek penelitiannya adalah analisis pengembangan pariwisata syariah berbasis *smart tourism* pada Masjid Cheng Ho Purbalingga.

D. Jenis dan Sumber Data Penelitian

1. Data Primer

Data primer ialah data yang didapatkan langsung dari peneliti dengan menggunakan alat yang ditentukan, dan peneliti mengumpulkan data untuk menjawab pertanyaan penelitian (Purhantara, 2010). Sumber data utama yang digunakan adalah hasil wawancara dan dokumentasi dengan Bapak H. Untung Supardjo, BA., selaku wakil ketua pengurus Masjid Cheng Ho Purbalingga, Bapak Luky Hidayat, St.,M.Eng., selaku seksi tata kelola *E-Government* Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Purbalingga, Ibu Kustina selaku kepala bidang Pariwisata Dinporapar (Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata) Kabupaten Purbalingga dan Ibu Ratnawati Dewi selaku seksi pengembangan destinasi dan sumber daya manusia Dinporapar Kabupaten Purbalingga serta wisatawan.

2. Data Sekunder

Data sekunder ialah data yang didapatkan dari objek penelitian secara tidak langsung serta didapatkan dari data arsip, dokumen, laporan dan buku (Purhantara, 2010). Data sekunder diperoleh melalui jurnal ilmiah dan situs web layanan publik guna menggali data sebagai pendukung data primer yang berkaitan dengan tema penelitian yaitu pariwisata syariah dan konsep *smart tourism*.

E. Teknik Pengumpulan Data

Dalam pengumpulan data, penelitian ini menggunakan teknik, diantaranya :

1. Observasi

Observasi merupakan teknik analisis yang mengharuskan peneliti pergi ke lokasi dan mengamati semua aktivitas yang sesuai dengan topik penelitian. Dalam hal ini peneliti menggunakan observasi partisipatif sehingga peneliti di tempat penelitian tidak terlibat dalam kegiatan tersebut (Sugiyono, 2020). Dalam penelitian ini peneliti turun langsung ke objek penelitian di Masjid

Cheng Ho Purbalingga dengan mengamati kondisi dan eksistensi wisata sebagai salah satu destinasi dalam pengembangan pariwisata syariah berbasis *smart tourism*.

2. Wawancara

Wawancara digunakan tidak hanya selaku metode pengumpulan data apabila peneliti ingin menemukan masalah yang diteliti, tetapi juga ketika ingin mencari lebih dalam dari responden (Sugiyono, 2020). Ada dua wawancara yang digunakan dalam penelitian ini yaitu wawancara terstruktur dan wawancara tidak terstruktur. Wawancara terstruktur dilakukan dengan mempersiapkan bahan pertanyaan yang akan diajukan nanti. Wawancara tak berstruktur digunakan untuk menemukan permasalahan secara terbuka dan memberikan peluang bagi peneliti untuk mengembangkan bahan pertanyaan penelitian.

Oleh sebab itu, peneliti secara langsung melakukan wawancara kepada Bapak H. Untung Supardjo, BA., selaku wakil ketua pengurus Masjid Cheng Ho Purbalingga, Bapak Luky Hidayat, St.,M.Eng., selaku seksi tata kelola *E-Government* Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Purbalingga, Ibu Kustina selaku kepala bidang Pariwisata Dinporapar (Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata) Kabupaten Purbalingga dan Ibu Ratnawati Dewi selaku seksi pengembangan destinasi dan sumber daya manusia Dinporapar Kabupaten Purbalingga serta wisatawan.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah suatu cara bagi peneliti kualitatif untuk memperoleh gambaran tentang suatu topik melalui media dokumen atau dokumen yang ditulis oleh topik yang bersangkutan (Herdiansyah, 2010). Dokumen yang digunakan untuk penelitian adalah dokumen resmi yang berupa bahan informasi yang dihasilkan oleh lembaga atau hasil wawancara seperti berita acara, file, foto, buku, surat kabar, dan sebagainya yang bersangkutan dengan penelitian ini yaitu mengenai pariwisata syariah berbasis *smart tourism*.

F. Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (2009), analisis data secara sistematis mencari serta mengedit data dari wawancara, catatan lapangan, dan dokumen, mengorganisasikan data ke dalam kategori, membaginya menjadi unit-unit, mensintesiskannya, dan menyusunnya menjadi pola-pola yang menyatakan bahwa itu adalah suatu proses menarik kesimpulan tentang apa yang penting untuk dipelajari dan mudah dipahami oleh diri sendiri dan orang lain.

Di dalam penelitian ini, teknik menganalisa data menggunakan model Milles dan Huberman. Ada tiga komponen penting, diantaranya:

1. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Menurut Sugiyono (2009), reduksi data ialah proses berpikir sensitif yang memerlukan tingkatan kecerdasan, keluasan serta kedalaman pengetahuan yang besar. Reduksi informasi dalam riset ini merupakan melaksanakan dialog dengan orang yang sanggup menginformasikannya kepada peneliti. Dari hasil tersebut, peneliti akan mereduksi informasi dari hasil riset.

2. Penyajian Data (*Display Data*)

Sugiyono (2009) menyatakan penyajian data bisa melalui dalam wujud uraian pendek, grafik, ikatan antar jenis, *flowchart*, serta lain- lain. Penyajian data ini melalui uraian seluruh aktivitas yang berlangsung dalam proses aktivitas riset serta menerangkan riset asli yang dilakukan oleh peneliti di lapangan. Informasi yang digunakan disajikan dalam wujud uraian serta cerminan baik proses riset ataupun hasil riset.

3. Kesimpulan atau verifikasi

Proses analisis data terakhir dalam riset kualitatif ialah menarik kesimpulan dari bermacam permasalahan yang diteliti. Penemuan kualitatif diharapkan jadi temuan baru yang belum sempat dilihat sebelumnya (Sugiyono, 2009). Dalam riset ini, peneliti melaksanakan segala proses riset di lapangan. Penulis menarik kesimpulan dari seluruh kasus yang peneliti cermati di lapangan.

G. Teknik Uji Keabsahan Data

Jika tidak ada perbedaan dalam penelitian kualitatif antara apa yang dilaporkan dengan apa yang sebenarnya terjadi pada subjek penelitian, maka hasil data tersebut dapat di validasi (Sugiyono, 2020). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan uji kredibilitas data yaitu triangulasi. Triangulasi didefinisikan sebagai validasi data dari teknik, sumber, dan waktu yang berbeda. Dua jenis triangulasi yang digunakan dalam penelitian ini, triangulasi sumber dan triangulasi teknik.

Triangulasi sumber dilakukan dengan memvalidasi data dari berbagai sumber yang dijadikan sebagai *informan* penelitian (Sugiyono, 2020). Pengujian kredibilitas data penelitian ini mengenai pariwisata syariah berbasis *smart tourism* pada masjid Cheng Ho Purbalingga. Pengumpulan dan pengujian data dapat dilakukan kepada Pengurus Masjid Cheng Ho Purbalingga, Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Purbalingga, Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Purbalingga dan wisatawan .

Sedangkan triangulasi teknik dilakukan dengan memvalidasi data dari suatu sumber dengan cara yang berbeda-beda (Sugiyono, 2020). Misalnya data yang diperoleh dari wawancara kemudian dicek dengan observasi atau dokumentasi. Apabila dengan teknik pengujian kredibilitas data tersebut, menghasilkan data yang berbeda-beda, maka peneliti melakukan diskusi lebih lanjut kepada sumber data yang bersangkutan atau yang lain, untuk memastikan data mana yang dianggap benar.

BAB IV PEMBAHASAN DAN HASIL PENELITIAN

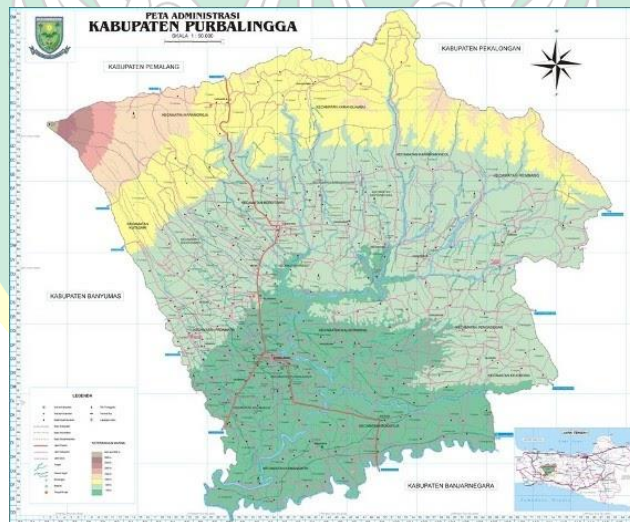
A. Deskripsi Obyek Penelitian

1. Gambaran Umum Kabupaten Purbalingga

Kabupaten Purbalingga bagian barat Jawa Tengah, terletak pada garis bujur 101°11'–109°35' BT dan 7°10'–7°29' LS. Batas wilayah administratif Kabupaten Purbalingga adalah sebagai berikut:

- Sebelah Utara : Kabupaten Pemalang dan Kabupaten Pekalongan
Sebelah Timur : Kabupaten Banjarnegara
Sebelah Selatan : Kabupaten Banjarnegara dan Kabupaten Banyumas
Sebelah Barat : Kabupaten Banyumas

Gambar 3
Peta Administratif Kabupaten Purbalingga



Sumber : <https://purbayasa-purbalingga.desa.id>

Wilayah Kabupaten Purbalingga memiliki luas wilayah 77.764,122 ha atau sekitar 2,39% dari luas wilayah Provinsi Jawa Tengah. Jumlah Kecamatan di Kabupaten Purbalingga adalah 18 Kecamatan yang tersebar di hampir semua dataran rendah dan dataran tinggi di Kabupaten Purbalingga. Adapun rincian luas menurut Kecamatan sebagai berikut:

Tabel 4

Luas Wilayah Menurut Kecamatan di Kabupaten Purbalingga Tahun 2019

No.	Nama Kecamatan	Luas Wilayah (Km ²)
1.	Kecamatan Kemangkon	45,13
2.	Kecamatan Bukateja	42,40
3.	Kecamatan Kejobong	39,99
4.	Kecamatan Pengadegan	41,75
5.	Kecamatan Kaligondang	50,54
6.	Kecamatan Purbalingga	14,72
7.	Kecamatan Kalimanah	22,51
8.	Kecamatan Padamara	17,27
9.	Kecamatan Kutasari	52,90
10.	Kecamatan Bojongsari	29,25
11.	Kecamatan Mrebet	47,89
12.	Kecamatan Bobotsari	32,28
13.	Kecamatan Karangreja	74,49
14.	Kecamatan Karangjambu	46,09
15.	Kecamatan Karanganyar	30,55
16.	Kecamatan Kertanegara	38,02
17.	Kecamatan Karangmoncol	60,27
18.	Kecamatan Rembang	91,59

Sumber : Badan Pusat Statistik Kabupaten Purbalingga, 2019

Berdasarkan data tabel di atas, luas wilayah kecamatan yang paling besar yaitu Kecamatan Rembang dengan luas 91,59 Km² atau 9.159 Ha dan paling sempit yaitu Kecamatan Purbalingga dengan luas wilayah 14,72 Km² atau 1.472 Ha.

Kabupaten Purbalingga terletak di cekungan yang diapit oleh beberapa gunung. Di sebelah utara adalah rangkaian pegunungan (Gunung Slamet dan Dataran Tinggi Dieng). Di sebelah selatan adalah Depresi Serayu, dialiri oleh dua sungai besar, Kali Serayu dan anak-anak sungainya, Kali Pekacangan.

Ibukota Kabupaten Purbalingga terletak di bagian barat kabupaten, sekitar 21 kilometer sebelah timur Purwokerto.

Gambar 4

Peta Wisata Kabupaten Purbalingga



Sumber : Dinporapar Kabupaten Purbalingga

Dari sisi pariwisata, sesuai dengan Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Tengah 2020 dalam mengembangkan kepariwisataan di daerah Kabupaten Purbalingga dibentuk dan dikembangkan oleh Desa Wisata dan Desa Budaya, yang memiliki daya tarik wisata sebanyak 51 objek wisata (BPS Prov. Jateng, 2020). Sedangkan dari sisi industri, Kabupaten Purbalingga ada banyak industri dengan bahan baku rambut manusia untuk dijadikan bulu mata palsu (eye-lash) atau juga dibuat “wig” atau rambut palsu serta sanggul maupun hair piece yang dipasang untuk memberikan tambahan rambut atau juga high-light secara temporer di rambut pemakai. Keistimewaan lain dari Kabupaten Purbalingga adalah industri knalpot yang merupakan transformasi dari industri kualii dan panci tembaga.

2. Gambaran Profil Masjid Cheng Ho Purbalingga

a. Sejarah Berdirinya Masjid Cheng Ho Purbalingga

Masjid Jami PITI Cheng Ho Purbalingga atau lebih dikenal dengan sebutan Masjid Cheng Ho Purbalingga merupakan masjid bergaya Tionghoa yang terletak 8 km sebelah barat jalan raya Purbalingga-Bobotsari, lebih tepatnya di Grumbul Mejingklak RT 03 RW 04 Desa Selaganggeng Mrebet Purbalingga. Masjid ini memiliki luas sekitar 793 meter persegi dan tinggi

sekitar 14,8 meter persegi dengan kubah berbentuk pagoda setinggi 7 meter (Supardjo, 2011).

Gambar 5

Masjid Cheng Ho Selaganggeng Mrebet Purbalingga



Sumber : Dokumentasi pada hari Senin, 10 Januari 2022 pukul 13.19 WIB

Masjid Cheng Ho Purbalingga mula dibangun pada Ahad Legi pukul 10.00 WIB tanggal 20 Maret 2005 yang bertepatan dengan tanggal 20 Shafar 1416 H atau sekitar 38 hari berselang setelah peringatan Tahun Baru Imlek. Pada saat itu juga merupakan upacara peletakan batu pertama Masjid Jami PITI Kabupaten Purbalingga yang dilaksanakan oleh Ketua DPP PITI Bapak HM. Yos Sutomo dengan di dampingi oleh Bupati Purbalingga Bapak Drs. H. Triyono Budi Sasongko, M. Si. Peresmian Masjid Jami PITI Purbalingga jatuh pada tanggal 5 Juli 2011. Nama Masjid Jami PITI Purbalingga Muhammad Cheng Ho berdasarkan Surat Kospin Jasa Pekalongan yang ditanda tangani khusus oleh Ketua Umum HA. Zaky Arslan Djunaid selaku pemodal untuk penyelesaian proyek pembangunan masjid yang diserahkan kepada Ketua DPC PITI Kabupaten Purbalingga pada tanggal 13 Mei 2011 Nomor : 023/Sekr-JS/G/V/2011 tentang Nama Masjid Bobotsari (Supardjo, 2011).

Awal berdirinya masjid ini bermula dari inspirasi cemerlang seorang mualaf yang bernama Herry Susetyo ataupun lebih dikenal dengan panggilan Herry Wakong, nama asli pemberian orang tuanya merupakan Thio Hwa Kong. Ia dinyatakan masuk agama Islam pada tahun 2001.

Bertepatan pada 9 Maret 2003 ataupun bersamaan dengan 6 Muharram 1424 H, ia diresmikan serta di lantik jadi Pimpinan Dewan Pimpinan Cabang (DPC) Kabupaten Purbalingga Pembina Iman Tauhid Islam (d/ h Persatuan Islam Tionghoa Indonesia).

Herry Susetyo ataupun lebih dikenal selaku Herry Wakong ini menyadari jika betapa besar amanah serta tanggung jawab yang ia emban, terlebih mengingat akan kemahiran serta kapasitasnya yang masih jauh dari kondisi minimal sekalipun guna mengemban jabatan yang dimaksud. Hati, benak dan raga juga kacau serta lunglai kemana ia mesti bersandar karena berat amanah yang wajib ia emban tersebut. Dalam kekalutannya, akhirnya ia tersadar untuk tidak larut dalam kegamangan, hingga terucap dari lisannya *“Ya Allah Kepada-Mu aku menyembah, dan Kepada-Mu aku mohon pertolongan”*.

Semenjak saat itulah, Herry Wakong bangkit dari keterpurukannya. Kemudian beranjak dari satu tempat ke tempat lain untuk menanyakan mengenai ajaran agama Islam yang seketika itu ia masih dalam kondisi awam. Hal ini sesuai dengan QS. An-Nahl ayat 43 Yang berbunyi *“... fasaluu ahladzكري ing kuntum laa ta'lamuun”*, yang artinya *“... bertanyalah kalian kepada orang-orang yang berilmu seandainya kalian tidak mengerti”*. Hal inilah pada akhirnya sang mualaf menemukan akan jati dirinya. Herry Wakong berangan-angan serta memimpikan adanya satu bangunan masjid khas Tiongkok yang representative, besar serta dapat dibanggakan sekaligus menjadi penyatu dan perekat segenap komunitas antar umat beragama (Supardjo, 2011).

b. Latar Belakang Nama Muhammad Cheng Ho

Masjid ialah salah satu bangunan yang mempunyai fungsi serta peran penting untuk masyarakat. Selaku tempat ibadah, masjid pula wajib memiliki nama serta mempunyai makna yang berbeda. Suatu nama sangat lah berarti untuk disebutkan, guna memahami seseorang ataupun sesuatu. Tanpa adanya nama, akan sulit guna mengenali seorang ataupun sesuatu. Umumnya nama-nama masjid diambil dari Asmaul Husna ialah sifat-sifat

Allah, semacam Al-Ikhlâs, Al-Mu'min, An-Nur, serta lain-lain. Tidak hanya Asmaul Husna, nama masjid pula terselip juga dari nama tokoh yang mempengaruhi dalam agama Islam di Indonesia ataupun di dunia, misalnya dari nama tokoh semacam menggunakan nama Ahmad Dahlan, Wahid Hasyim, serta lain-lain. Salah satu masjid dengan nama tokoh Islam dunia ialah Masjid Jami PITI Muhammad Cheng Ho Purbalingga ataupun lebih dikenal dengan Masjid Cheng Ho Purbalingga, yang terletak di Desa Selangang Kecamatan Mrebet Kabupaten Purbalingga.

Adapun pilihan nama masjid ini di ambil dari nama besar seorang tokoh legendaris Laksamana Muhammad Cheng Ho yang telah mengarungi samudera Hindia hingga tujuh kali. Dia adalah seorang bahariawan kondang dan tujuh kali ekspedisinya mengelilingi dunia senantiasa melintasi kawasan Nusantara Indonesia. Daerah yang di arungi dan dilewatinya antara lain: Jawa, Palembang, Aceh, Kalimantan, Pulau Karimata, Belitung dan masih banyak lagi tempat-tempat lain yang disinggahi. Bahkan di pulau Jawa, tepatnya dikota-kota seperti Semarang, Jakarta (Ancol), Cirebon, Tuban, Gresik, Surabaya, Bangil, dan Pasuruan, Muhammad Cheng Ho dan anak buahnya sempat mendirikan masjid dan musholla. Dan satu diantaranya adalah yang berada di Kota Semarang, kemudian dikenal menjadi Klenteng *Sam Poo Kong* (Supardjo, 2011).

Nama *Sam Poo Kong* sebenarnya adalah nama lain dari Muhammad Cheng Ho, bahkan orang Jawa lebih mengenal dengan sebutan *Dampo Awang*, sebagaimana tersebut dalam buku *Sam Poo Kong* di Indonesia karya Prof. Kong Yuan Zhi yang diterbitkan oleh CV. Mas Agung Jakarta tahun 1993.

Adapun nama Masjid Muhammad Cheng Ho Purbalingga atau lebih dikenal Masjid Cheng Ho Purbalingga ditetapkan berdasarkan Surat Kospin Jasa Pekalongan yang ditanda tangani langsung oleh Ketua Umum HA. Zaky Arslan Djunaid selaku penyandang dana penyelesaian proyek pembangunan masjid, yang disampaikan kepada Ketua DPC PITI Kabupaten Purbalingga tertanggal 13 Mei 2011 Nomor : 023/Sekr-

JS/G/V/2011 perihal nama Masjid Bobotsari. Demikianlah nama besar Laksamana Muhammad Cheng Ho telah di abadikan sebagai nama Masjid Jami PITI Purbalingga, dibarengi do'a dan harapan akan terlahir di bumi perwira Purbalingga Cheng Ho-Cheng Ho baru yang akan menjelajahi dunia menyebrang samudera luas tanpa mengenal wilayah dan batas (Supardjo, 2011).

c. Visi dan Misi Masjid Cheng Ho Purbalingga

Seperti yang dikatakan oleh Bapak Untung Supardjo selaku wakil ketua pengurus Masjid Cheng Ho Purbalingga pada saat sesi berlangsungnya *interview* pada hari Senin tanggal 10 Januari 2022 pukul 09.54 WIB mengatakan bahwa visi misi masjid Cheng Ho Purbalingga masih menganut visi misi pada Pembina Iman dan Tauhid Islam d/h Persatuan Islam Tionghoa Indonesia (PITI). Berdasar Atas Anggaran Dasar dan Anggaran Rumah Tangga PITI tersebut, sebagai berikut (Supardjo, 2011):

1) Azas dan Sifat PITI

PITI berdasarkan Islam dan berdasarkan Pancasila serta bersifat terbuka, demokratis, mandiri, bebas tidak berafiliasi dengan organisasi sosial politik manapun.

2) Visi PITI

Mewujudkan Islam sebagai ajaran yang Rahmatan Lil 'Alamin secara utuh dan menyeluruh (Kaffah).

3) Misi PITI

a) Melaksanakan dakwah Islamiyah Amar Ma'ruf Nahi Munkar untuk meningkatkan kualitas pemahaman dan pengalaman ajaran Islam dalam kehidupan berbangsa dan bernegara.

b) Menyelenggarakan pendidikan pengajaran dan pengembangan kebudayaan yang sesuai dengan ajaran Islam guna membuat manusia-manusia muslim yang taqwa, berbudi luhur, terampil, dan berpengetahuan luas.

- c) Menjalin kerjasama dengan organisasi kemasyarakatan lain guna meningkatkan kesejahteraan sosial dalam rangka mewujudkan ukhuwah Islamiyah.

d. Struktur Kepengurusan Masjid Cheng Ho Purbalingga

Struktur kepengurusan Masjid Cheng Ho Purbalingga dapat dilihat di bagian *lampiran 1*.

B. Potensi Pariwisata Syariah Berbasis *Smart Tourism* Pada Masjid Cheng Ho Purbalingga

Umat Islam masih cenderung mempertahankan eksistensinya sebagai hamba Allah melalui pemanfaatan masjid sebagai sarana ibadah, menunjukkan bahwa peran masjid sangat strategis, terutama dalam hal fungsinya sebagai pusat ibadah dan pengembangan budaya Islam. Pada masa Nabi atau sesudahnya, masjid menjadi sentral atau pusat kegiatan umat Islam. Kegiatan pemerintah, baik ideologis, politik, ekonomi, sosial, peradilan atau militer diselesaikan dalam institusi masjid. Selain itu, masjid juga merupakan tempat *halaqah* atau diskusi, dan tempat pendalaman ilmu agama atau umum (Ayub, 1996).

Seiringnya berjalannya perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi saat ini, masjid dibenahi menjadi multifungsi. Di dalam kompleks masjid di bangun madrasah, perpustakaan, laboratorium bahkan dijadikan sebagai destinasi wisata. Karena fungsionalitas masjid sedemikian rupa, ada banyak masjid yang dibangun menjadi tempat yang paling indah nan megah dari segalanya. Apabila berbicara mengenai wisata religi dengan menjadikan masjid sebagai destinasi daya tarik wisata dan salah satu *icon* yang menjanjikan serta diidentikkan dengan wisata syariah dengan di dukung adanya sebuah kemudahan teknologi seperti pada zaman sekarang, maka dapat menggencarkan aksi menarik wisatawan untuk berkunjung.

Potensi wisata dapat dikatakan sebagai segala sesuatu yang dimiliki oleh sebuah destinasi wisata. Seperti halnya Masjid Cheng Ho Purbalingga mempunyai potensi wisata yang dapat dikembangkan menjadi wisata syariah yang lebih baik lagi sebab destinasi wisata di Masjid Cheng Ho Purbalingga menawarkan adanya keunikan yang berbeda dari pada masjid pada umumnya. Keunikan dari Masjid

Cheng Ho Purbalingga dibandingkan objek wisata yang lain karena nuansa akulturasi budaya pada ornamen bangunan masjid tersebut. Bapak Untung Supardjo menegaskan bahwa (Wawancara Supardjo, 2022):

“Sebenarnya potensi itu adalah sejarah dari pada Cheng Ho sendiri. Cheng Ho ini kan satu nama yang sudah me-legenda, sudah diakui oleh dunia apalagi Cina-Cina muslim. Nah ini harus itu, mengungkap sejarahnya. Kenapa harus mengungkap? Ya karena memang Cheng Ho ini termasuk tokoh yang diidolakan oleh Cina-Cina muslim. Menurut catatan sejarah bahwa Cheng Ho yang sebenarnya namanya banyak mengelilingi dunia tujuh kali yang melintasi nusantara ini. Pertama membuat musholla di Ancol-Jakarta, Cirebon lalu yang terkenal banget di Semarang. Jadi itu potensi masjid Cheng Ho yang dapat menjadi pariwisata syariah. Jadi sebenarnya ini tidak dapat di pisahkan, pariwisata syariah juga bagian dari religi itu”

Lanjut beliau terkait “pariwisata syariah pada masjid Cheng Ho Purbalingga” (Wawancara Supardjo, 2022):

“Sebenarnya begini ya mbak, dahulu kan masjid dijadikan sebagai pusatnya peribadatan. Sedangkan disini kan masjid nya masjid Cina, yang mana dijadikan objek wisata daerah tapi tetap dengan tidak meninggalkan sisi ke syariah-an nya. Di masjid ini dari sisi ke syariah-an nya dibuktikan dengan adanya praktek-praktek seperti melakukan istighosah. Banyak orang yang merasa akan keunikan masjid ini, baik dari segi rancang bangunannya, segi arsitekturnya dan segi ornamennya. Jika berbicara mengenai pariwisata syariah ya hal itu tumbuh tanpa suatu komando, istilahnya ya spontanitas yang menjadikan masjid sebagai tempat pariwisata itu sendiri dengan ditandai dengan praktek-praktek ke-Islaman. Dan menjadi tempat wisata itu merupakan kehendak dari para jamaah, yang ingin berwisata di masjid”

Berdasarkan kegiatan yang sudah dilakukan oleh penulis dari data wawancara dan observasi, diperoleh hasil data sebagai berikut:

1. Daya Tarik Wisata

Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009, daya tarik wisata dijelaskan sebagai segala sesuatu yang memiliki keunikan, keindahan, dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya, dan hasil buatan manusia yang menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan. Seperti halnya destinasi wisata pada Masjid Cheng Ho Purbalingga.

Terkait daya tarik wisata seperti yang dikatakan oleh wakil ketua pengurus Masjid Cheng Ho Purbalingga yang bernama bapak Untung Supardjo (Wawancara Supardjo, 2022):

“Masjid disini itu sangat ramai mbak, ramainya itu ya bukan dari masyarakat tapi kebanyakan dari orang-orang yang sedang musafir begitu mbak. Kadang mampir, istirahat dimasjid, kadang juga sekalian ada yang sholat disitu. Nah disamping masjid itu seperti yang mbak lihat ada orang yang dagang, yang dagang itu ya bukan orang jauh mbak tapi orang yang rumahnya di sekitar masjid. Selain itu juga banyak yang merasa akan keunikan masjid ini, baik dari segi rancang bangunannya, segi arsitekturnya dan segi ornamennya, katanya begitu mbak. Karena kan masjid Cheng Ho itu merupakan masjid yang berbeda dari masjid pada umumnya mbak, dimana masjid itu membawa keaslian dari China”

Dilihat dari sisi pengunjung atau wisatawan, salah satu wisatawan yang bernama Anggi Ardiana dari Desa Cipaku Mrebet mengatakan bahwa (Wawancara Ardiana, 2022):

“Masjid Cheng Ho Purbalingga itu memiliki keunikan yang memadukan konsep Islam dan Konghucu. Hal yang paling menarik bagi saya di Masjid ini adalah bangunannya. Karena masjid dengan arsitektur yang sangat unik dan jarang ditemui”

Begitu juga yang dikatakan pengunjung atau wisatawan yang bernama Lufianti Wulan Mahfiroh dari Desa Karangtalun-Bobotsari Purbalingga (Wawancara Mahfiroh, 2022):

“Saya tahu Masjid Cheng Ho itu karena saya lihat sendiri waktu melintasi di jalan depan masjid tersebut. Bagi saya untuk masjid ini yang pertama dapat untuk beribadah dan di tambah lagi karena tempatnya unik dan menarik. Dari sini saya lebih tahu ternyata begitu indah keberagaman di Indonesia, sehingga memunculkan masjid dengan akulturasi kebudayaan yang kental namun tidak mengurangi eksistensinya sebagai masjid. Yang paling menarik si lebih ke interior dan eksteriornya, karena merupakan perpaduan antara Islam dengan budaya China, bernuansa merah”

Masjid Cheng Ho Purbalingga memang sangat unik. Tak seperti kebanyakan masjid pada umumnya. Masjid Cheng Ho Purbalingga menyerupai sebuah klenteng dengan warnanya yang merah cerah yang dihiasi ornamen budaya Tionghoa yang megah. Masjid dengan sentuhan budaya Tionghoa ini menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan. Jadi selain berkunjung untuk

beribadah juga dapat berwisata melihat keunikan bangunan masjid ini. Seperti yang ada dalam data lapangan, daya tarik yang ditawarkan dari destinasi wisata memiliki citra yang positif.

2. Aksesibilitas (*Accessibilitas*)

Kelancaran perjalanan membuat wisatawan akan menjadi nyaman, menyenangkan, dan memperoleh pengalaman baru. Seperti yang diungkapkan oleh salah satu wisatawan berikut ini, Ibu Yulianti (Wawancara Yulianti, 2022):

“Jalannya lancar-lancar saja mbak kalau menuju ke Masjid Cheng Ho ini karena kan jalan ini itu ya mbak jalan utama, jalan yang *gedhe* gitu mbak”

Hal ini juga diungkapkan oleh salah satu pengunjung bernama Lufianti Wulan Mahfiroh, mengatakan (Wawancara Mahfiroh, 2022):

“Kalau akses jalan mulai dari kota, sampai sini alhamdulillah saya *nggak* pernah nyasar mba, karena saya sering banget lewat jalan ini. Tapi kalau bagi orang yang baru lewat sini, menurut saya *nggak* mungkin lah mbak nyasar gitu kan sekarang ada hp tinggal lihat aja di maps mbak. Untuk kondisi jalan menurut saya alhamdulillah lancar dan beraspal tapi ya mbak disini rawan kecelakaan karena kan jalannya agak sedikit menaik gitu mba”

Penuturan tersebut sesuai dengan pernyataan Bapak Untung Supardjo mengenai akses menuju destinasi “Masjid Cheng Ho Purbalingga” sebagai berikut (Wawancara Supardjo, 2022):

“Jalannya lumayan mudah mbak, meskipun ada beberapa titik yang jalannya agak naik dan berkelok. Menurut saya lancar-lancar saja menuju ke Masjid Cheng Ho ini karena kan akses kesini merupakan jalur utama penghubung Kabupaten Purbalingga dengan kabupaten lainnya, kaya Pemalang dan Pekalongan contohnya mbak. Tetapi disini sebenarnya juga rawan kecelakaan mbak karna jalan yang agak naik itu makanya seperti yang mbak lihat pasti ada peringatan-peringatan yang ada di pinggir jalan untuk hati-hati berkendara di area ini mbak. Disini juga banyak transportasi umumnya mbak, angkot kadang ada juga ya bis gitu mbak ”

Berdasarkan data lapangan yang telah diperoleh bahwa akses menuju destinasi masjid Cheng Ho Purbalingga cukup mudah dari pusat kota Purbalingga dan merupakan akses utama penghubung dengan daerah lainnya serta didukung infrastruktur jalan yang sudah beraspal dan adanya transportasi umum.

3. Komunikasi (*Communication*)

Komunikasi merupakan landasan untuk mengembangkan kegiatan pemasaran. Keberhasilan kegiatan komunikasi yang efektif sangat dipengaruhi oleh pilihan strategi komunikasi. Di sisi lain, jika tidak ada strategi komunikasi yang baik, tentu akan menghambat komunikasi atau penyampaian pesan kepada orang lain. Industri pariwisata memerlukan strategi komunikasi pemasaran yang bertujuan menarik wisatawan untuk berkunjung ke suatu daerah tujuan wisata. Pemasaran pariwisata dapat dilakukan melalui berbagai media, baik cetak maupun elektronik.

Ungkapan Bapak Untung terkait promosi di masjid Cheng Ho Purbalingga (Wawancara Supardjo, 2022):

“Untuk promosi secara khusus belum ada mbak, hanya sebatas undangan saja. Dari kami belum ada promosi apapun. Tapi jika ada tamu datang baik secara resmi atau *nggak* resmi untuk pengen tau mengenai sejarah masjid Cheng Ho, dari kami terbuka sekali mbak. Hal ini mungkin bisa dijadikan masukan ke depannya terkait promosi masjid Cheng Ho ya mbak”

Hal serupa diungkapkan oleh salah satu pengunjung yaitu Ibu Yuliati (Wawancara Yuliati, 2022):

“Saya tahu masjid ini karena saya sering ikut pengajian yang diadakan di masjid ini mbak. Masjid nya bagus mbak, makanya selalu ramai karena orang penasaran sama masjid ini”

Penjelasan hasil wawancara di atas mengarah pada kesimpulan bahwa destinasi masjid Cheng Ho Purbalingga belum menggunakan strategi komunikasi pemasaran pariwisata. Penggunaan media promosi baik online maupun offline merupakan cara yang efektif dan efisien dalam mengkomunikasikan produk pariwisata. Upaya ini dapat membantu wisatawan dalam berkomunikasi dengan wisatawan asing.

4. Lingkungan (*Environment*)

Wisatawan tentunya akan memilih wisata yang memberikan rasa aman dan nyaman saat mencari destinasi wisata. Oleh karena itu, pelaku industri pariwisata harus memperhatikan kebersihan, kenyamanan, keramahan,

keamanan, dan kelestarian lingkungan. Hal ini akan menciptakan kepercayaan dan keyakinan bagi wisatawan dalam memilih destinasi wisata.

Dalam wawancara dengan seorang pengunjung bernama Ardiana, ia menyatakan (Wawancara Ardiana, 2022):

“Disini tempatnya bersih, tempatnya juga nyaman, kelestarian lingkungan juga masih terjaga. Untuk kedepan harapan saya selalu terjaga kebersihannya dan keamanannya”

Sama halnya diungkapkan oleh Ibu Yuliati salah satu masyarakat sekitar objek wisata, beliau mengatakan bahwa (Wawancara Yuliati, 2022):

“Di masjid Cheng Ho ada petugas bersih-bersihnya mbak, kalau untuk keamanannya juga ada yang jaga dan sampai sekarang masih aman-aman saja mbak mungkin mbak soalnya saya belum pernah denger ada laporan kehilangan setahu saya”

Pendapat di atas dikuatkan oleh Bapak Untung Supardjo selaku wakil ketua masjid Cheng Ho Purbalingga, beliau mengatakan bahwa (Wawancara Supardjo, 2022):

“Masjid Cheng Ho selalu dijaga keamanannya mbak. Nah untuk karyawan tetap ada 8 orang. 3 orang security atau sebagai penjaga, yang sisanya cleaning service yang bersih-bersih masjid. Sistem kerja mereka kaya shif-shif an gitu mbak. Masjid sendiri ada CCTV nya mbak buat pantau dan jaga-jaga jika ada yang tidak diinginkan. Karena masjid sendiri dibuka 24 jam mbak. Itu semua dilakukan untuk ikut serta menjaga, merawat dan melestarikan kenyamanan dan keamanan para jamaah masjid. Di Masjid juga menyediakan tempat sampah, biar nanti masjid *nggak* berserakan sampah. Terus disini pengunjungnya mayoritas muslim tapi dulu ada yang non muslim pendatang gitu dulu juga banyak turis mancanegara”

Berdasarkan hasil wawancara yang dipaparkan di atas, aspek lingkungan di destinasi wisata harus dijaga untuk kelestarian lingkungan serta keamanan untuk kenyamanan bersama. Pembinaan yang diperlukan antara lain meningkatkan kesadaran pengunjung dan pengelola tentang pentingnya menjaga kelestarian alam dan lingkungan di tempat wisata, serta memberikan sanksi yang tegas kepada pihak yang merusak kawasan wisata.

5. Layanan (*Services*)

Pada umumnya layanan disediakan untuk memenuhi kebutuhan wisatawan di lokasi wisata. Sama halnya dengan destinasi masjid Cheng Ho Purbalingga, mulai dari akomodasi, makanan dan minuman, toilet, dan *rest area*. Walaupun dari segi ornamen masjidnya berbeda dari masjid pada umumnya, ada beberapa sarana dan prasarana fasilitas yang tersedia yang dapat memenuhi kebutuhan wisatawan di lokasi masjid atau pun masyarakat sekitar. Seperti yang dinyatakan oleh wakil ketua pengurus “Masjid Cheng Ho Purbalingga” yang bernama Bapak Untung Supardjo (Wawancara Supardjo, 2022):

“Di masjid ini terdapat fasilitas pada umumnya masjid. Ada fasilitas media elektronik seperti *sound system*, tempat parkir, tempat wudhu, dan lain sebagainya. Lalu itu dibelakang ada rumah tinggal juga. Dulu sementara rumah tinggal itu digunakan sebagai rumah dinas untuk pengurus PITI. Lalu ada asrama, pada waktu itu dibangun karna kemauan dan keinginan PITI untuk meramaikan masjid untuk pelajar-pelajar sekitar yang butuh rumah pondokkan, tapi sekarang nggak *payu*. Dan ada juga dibelakang nya lagi untuk *bakul-bakul* yang tidak bisa nyewa, masuk disitu tapi akhirnya banyak yang tidak bayar dan bahkan bermasalah. Bermasalah dalam artian ada yang *jebolin* kotak infak. Dan kebetulan dulu ada sekolah hafidz, tapi sekolah hafidz yang belum full 30 juz. Terus ada juga TK, TPQ dan pojok baca perpustakaan, namun pelaksanaannya masih memerlukan pengaturan sebaik mungkin. Lalu juga ada pedagang di depan masjid, jualan makanan dan minuman, nah itu sejenis UMKM yang mendapatkan bantuan dari Baznas”

Selain itu, wisatawan yang bernama Anggi Ardiana yang berasal dari Mrebet Purbalingga mengatakan juga (Wawancara Ardiana, 2022):

“Menurut saya di masjid ini cukup memadai, ini sudah ketiga kalinya saya berkunjung ke masjid Cheng Ho ini. Apalagi disini ditambah dengan *rest area* disampingnya, jika ada orang yang sedang perjalanan jauh bisa mampir untuk beribadah dan sekaligus istirahat”

Hal tersebut juga didukung salah satu pengunjung yaitu Ibu Yuliati dari Mangunegara, beliau mengatakan bahwa (Wawancara Yuliati, 2022):

“Makanan dan minuman cukup memadai bagi orang-orang pengendara yang bukan asli sini. Untuk masjidnya disini bersih mbak, sepertinya dijaga banget kebersihannya. Fasilitas kamar mandinya juga terawat, bersih, air juga banyak. Kamar mandinya ada yang laki-laki dan perempuan, jadi enak mbak gak kelihatan sama yang bukan mahrom. Disini cukup memadai”

Pemaparan beberapa informan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa fasilitas yang tersedia telah memenuhi kebutuhan dasar pengunjung (wisatawan) mulai dari makanan dan minuman, *rest area*, tempat masjid yang bersih, kamar mandi khusus pria dan perempuan yang juga terawat serta air yang memadai, pojok perpustakaan, TPQ, asrama, pedagang (UMKM) dan TK. Ada banyaknya fasilitas yang tersedia tidak berkembang sebagaimana mestinya. Hal ini diperlukan adanya pengembangan ke arah yang lebih baik lagi dari segi manajemen dan pengelolaan agar tertata rapi, sebab penyediaan fasilitas yang layak dan tidak bertentangan dengan syariat Islam tentunya akan memberikan kenyamanan bagi wisatawan.

6. Media Teknologi Pariwisata

Di era digital ini *trend* masyarakat berubah sangat cepat karena masyarakat dapat dengan mudah mencari informasi. Sebagai salah satu industri yang berkembang pesat, pariwisata tentunya selalu berubah mengikuti perkembangan zaman. Industri pariwisata perlu beradaptasi dengan cepat terhadap lingkungan dan persaingan yang ketat. Seperti yang dikemukakan oleh Gajdosik (2018) bahwa evolusi dari pesatnya perkembangan teknologi dan informasi dapat menggambarkan situasi terkini mengenai bagaimana pengembangan dalam bidang pariwisata dapat berpengaruh melalui sebuah teknologi pariwisata pintar atau dapat disebut sebagai *smart tourism*. Penggunaan teknologi *smart tourism* merupakan salah satu alternatif strategi untuk mengembangkan, menyebarluaskan, dan menambah informasi tentang objek wisata tersebut. Hal ini Bapak Untung Supardjo juga menjelaskan dari sisi promosi Masjid Cheng Ho Purbalingga (Wawancara Supardjo, 2022):

“Sementara ini strategi atau cara promosi ya itu paling hanya sebatas surat pemberitahuan atau undangan saja. Jika mereka datang secara resmi kami hanya memberikan penjelasan sebatas yang kami tahu saja mbak terkait masjid tersebut. Sisa nya belum ada strategi atau bahkan promosi secara khusus. Tapi mbak, dulu kami juga pernah ada rencana untuk membuat sebuah teknologi semacam begitu namun tertunda karena terhalang adanya banyaknya polemik, salah satunya kendala di bagian dana. Seperti yang mbak tahu bahwa sisi keuangan di masjid Cheng Ho itu hanya mengandalkan dari donasi atau infak saja. Sehingga untuk sementara ini,

promosi yang menggunakan teknologi kami belum melakukan. Mungkin ke depan nya dapat dijadikan suatu masukan ya”

Hal ini juga disampaikan oleh wisatawan yang bernama Lufianti Wulan Mahfiroh terkait penerapan teknologi pariwisata pintar atau *smart tourism* pada Masjid Cheng Ho Purbalingga yang menuturkan (Wawancara Mahfiroh, 2022):

“Menurut saya mbak, dengan menerapkan *smart tourism* manfaat yang paling utama yang akan di dapat adalah akan semakin banyak wisatawan yang mengetahui keberadaan masjid tersebut. Apalagi ini adalah utama sebuah masjid yang pastinya akan sangat bermanfaat bagi wisatawan muslim, selain untuk menikmati keindahannya juga untuk tempat beribadah ketika sedang dalam perjalanan”

Dalam hal pengembangan pariwisata di Masjid Cheng Ho Purbalingga melalui sebuah teknologi sebenarnya sangatlah mendukung guna mendongkrak ramainya wisatawan. Namun, Bapak Untung Supardjo selaku wakil ketua pengurus masjid mengatakan belum dapat terealisasi karena ada beberapa hambatan dalam prosesnya (Wawancara Supardjo, 2022):

“Menurut saya mbak, teknologi itu sangat penting. Dari teknologi kita dapat *update* informasi, bisa ngimbangi dengan kemajuan teknologi sesuai perkembangan zaman. Jadi, menurut saya sangat mendukung dan setuju adanya teknologi dalam pariwisata. Alasan Cheng Ho belum melaksanakan ya itu mbak, management masjid masih kurang dan belum tertata rapi serta juga faktor manusia nya. Di sisi lain, dari sisi pemerintah, kami belum dapat bimbingan dan tuntunan dari dinas terkait serta belum memberikan sentuhan secara materi. Kami yakin dan mudah-mudahan pada waktunya Cheng Ho akan bisa sesuai yang diharapkan kita semua dengan sentuhan pengelolaan dengan sistem kemajuan teknologi”

Dari sisi kontribusi pemerintah terhadap pengembangan Masjid Cheng Ho Purbalingga serta adanya penerapan teknologi pariwisata juga di ungkapkan oleh Bapak Untung Supardjo (Wawancara Supardjo, 2022):

“Seberapa besar kontribusi pemerintah, paling dari masjid mengharapkan agar bisa untuk ditingkatkan lagi, baik dalam penerapan teknologi maupun bantuan material dan lebih memberikan suatu perhatian khusus ke depan nya untuk masjid Cheng Ho, baik dalam sumbang pikir pengembangan maupun hubungan dananya begitu”

Sebagaimana yang disampaikan oleh wisatawan terkait harapan adanya teknologi pariwisata pintar atau *smart tourism* pada masjid Cheng Ho Purbalingga, yang bernama Anggi Ardiana (Wawancara Anggi, 2022):

“Adanya teknologi atau yang tadi dikenal *smart tourism* itu mbak, tentunya membantu lebih mengenalkan masjid Cheng Ho ke khalayak umum lebih luas. Apalagi teknologi sekarang sudah maju, bisa mengenalkan melalui media sosial”

Hal tersebut juga di dukung oleh Lufianti Wulan Mahfiroh salah satu wisatawan, ia mengatakan bahwa (Wawancara Mahfiroh, 2022):

“Harapan saya untuk masjid ini ke depannya salah satunya bisa menggunakan dengan *smart tourism*, atau mungkin dengan membuat sosial media seperti instagram atau *facebook* kemudian menampilkan foto-foto estetik dari masjid tersebut. Karena sosial media tersebut sangat mudah diakses oleh masyarakat”

Berdasarkan hasil wawancara di atas terkait ke enam point, penulis dapat menganalisis bahwa *informan* penelitian menunjukkan bahwa destinasi Masjid Cheng Ho Kabupaten Purbalingga selain untuk tempat peribadatan juga dapat dijadikan sebagai wisata. Dari hasil penelitian tersebut terlihat bahwa Masjid Cheng Ho Purbalingga memiliki keunikan tersendiri dan menarik pada cerita sejarah pada Cheng Ho itu sendiri. Hal inilah yang dapat dimunculkan sebagai potensi kekhasan dibandingkan dengan masjid lainnya di Purbalingga pada umumnya.

Di samping itu juga terkait lingkungan masjid Cheng Ho selalu dijaga dan dilestarikan dengan baik serta memberikan fasilitas kepada para pengunjung seperti pojok perpustakaan, TK, TPQ, fasilitas masjid pada umumnya, asrama, tersedianya makanan dan minuman, rest area yang luas dan lain sebagainya. Namun, pengembangan dari tersedianya fasilitas tersebut tidak berjalan efektif dan efisien. Selain itu upaya yang dikembangkan dari pihak pengurus terhadap promosi masjid kepada khalayak umum masih sebatas pada surat pemberitahuan dan undangan saja. Dan belum adanya promosi yang terintegrasi dengan teknologi pariwisata pintar atau *smart tourism* dikarenakan banyak kendala yang menghambat prosesnya, diantaranya: kendala di bagian

dana, manajemen masjid yang belum tertata rapi serta kurangnya sentuhan dari pihak pemerintah terkait.

C. Pemetaan Potensi Pengembangan Pariwisata Berbasis *Smart Tourism* di Kabupaten Purbalingga

Pengembangan pariwisata memiliki daya dorong ekonomi yang sangat luas, yang tidak hanya terkait dengan peningkatan jumlah wisatawan, tetapi yang lebih penting ialah pengembangan pariwisata dapat membentuk semangat kebangsaan dan menghargai kekayaan budaya dan seni bangsa. Beberapa langkah konkrit yang dilakukan oleh pemerintah Kabupaten Purbalingga sebagai upaya pengembangan potensi obyek-obyek wisata antara lain dengan memberikan informasi kepada masyarakat tentang obyek wisata.

Melihat dari sisi *trend* kunjungan wisata di Kabupaten Purbalingga, Ibu Ratnawati Dewi selaku seksi Pengembangan Destinasi dan SDM Pariwisata, mengatakan bahwa (Wawancara Dewi, 2021):

“Kalo untuk *trend* pariwisata ini sedang menurun karena ada pandemi. Terkait dengan sebelumnya stabil terhadap kunjungan. Namun selama dua tahun terakhir ini menurun adanya pandemi. Kemudian untuk wisatanya, kami banyak berkembang. Ada beberapa tempat wisata baru. Dan ada beberapa wahana baru juga dalam objek wisata”

Pernyataan di atas diperkuat oleh penuturan Ibu Kustina selaku Kepala Bidang Pariwisata, yang menyampaikan bahwa (Wawancara Kustina, 2021):

“Di Purbalingga sendiri terkait dengan pengembangan daya tarik wisata ini selain berkembang jumlah daya tarik wisatanya misalnya desa-desa wisata juga kan banyak yang desa mengembangkan wisatanya, selain itu juga muncul daya tarik wisata yang dikembangkan oleh perorangan maupun swasta. Selain berkembangnya itu, juga didalam internal contoh misalnya wisata Owabong dia selalu memiliki daya tarik wahana baru. Untuk secara keseluruhan tren kunjungan itu menurun, dan ini dirasakan oleh semua sektor karena pandemi. Dan ini alhamdulillah *agak* mulai stabil”

Hal ini juga terlihat adanya pemetaan potensi destinasi wisata di Kabupaten Purbalingga, sebagaimana diungkapkan oleh Ibu Kustina berikut ini (Wawancara Kustina, 2021):

“Terkait dengan data kunjungan wisata dan hotel, kita bagi sesuai dengan daya tarik wisatanya mbak. Jadi ada 45 daya tarik wisata yang terdaftar untuk pelaporan kunjungan wisatanya. 20 di kelola oleh masyarakat

maupun perorangan atau swasta, terus berikutnya sekitar 25 itu oleh desa wisata yang sudah ditetapkan maupun desa potensial wisata”

Begitu juga yang dikatakan oleh Ibu Ratnawati Dewi selaku seksi pengembangan destinasi dan SDM pariwisata terkait pengembangan pemetaan akan potensi pariwisata Purbalingga (Wawancara Dewi, 2021):

“Untuk pengembangan daya tarik wisata purbalingga dari Dinpar kami ada bantuan-bantuan untuk pengembangan wisatanya, bantuan baik dalam berupa material untuk pengembangan wisata guna sarana prasarana disananya. Adapun dalam pembinaan juga termasuk, kita juga ada pelatihan-pelatihan untuk para pelaku wisata, baik pelatihan terkait omset, tata kelola wisata, atraksi maupun pemasaran juga sudah melakukan pelatihan-pelatihan untuk SDM nya. Yang kedua terkait pengembangan daya tariknya ada bantuan sarana prasarana dari wisata”

Penuturan tersebut sesuai dengan pernyataan Ibu Kustina mengenai pengembangan potensi destinasi wisata Purbalingga sebagai berikut (Wawancara Kustina, 2021):

“Jadi pengembangan destinasi atau daya tarik wisata dilakukan oleh pemda bersama juga dengan masyarakat. Oleh pemda itu dalam bentuk melalui ABPD. Selain ABPD Kabupaten, juga ada bantuan keuangan dari Provinsi Jawa Tengah untuk pengembangan daya tarik wisata yang ada di Kabupaten Purbalingga, upamanya untuk desa-desa wisata. Jadi kita harus pilah-pilih. Ada wisata yang dikelola oleh perumda (perusahaan umum daerah): owabong, golaga, owabong water park, sanggaluri, usman janatin atau taman kota dan hotel owabong juga dikelola oleh perumda dan beberapa wisata lain. Terus yang dikelola swasta ada purbasari pancuran mas, pancuran ciblon, ada green sabin, dan lain sebagainya. Terus desa wisata. Kalo mau lihat contohnya ada desa wisata tanalum, desa wisata serang, banyak. Yang sudah kita tetapkan ada 23 desa wisata. Yang sudah ditetapkan sesuai dengan SK Bupati. Terkait dengan pengembangannya, kami pengembangan di sektor swasta itu ya mereka melakukan pengembangan sendiri usahanya mereka sendiri, nah kita membantu dalam hal peningkatan kapabilitas dari SDM nya (melalui pelatihan)”

Lanjut beliau Ibu Kustina terkait pengembangan destinasi wisata Purbalingga pada “Masjid Cheng Ho Purbalingga”, berikut ini (Wawancara Kustina, 2021):

“Jadi kalo kita itu di rest area Cheng Ho nya, itu kan pribadi kan ya dalam artian bukan dari pihak dinas. Kami hanya menerima laporan terkait kunjungannya saja, jumlah kunjungan di rest area Cheng Ho itu berapa.

Terkait bagaimana pengelolaannya kan itu kan PITI ya, sebuah komunitas Cheng Ho”

Sektor pariwisata dapat menunjang suatu daerah. Salah satunya yang berkaitan erat dengan perekonomian rakyat dan pendapatan asli daerah. Pariwisata dapat memberikan dampak yang lebih luas bagi kehidupan masyarakat dan daerah. Seperti yang dituturkan oleh Ibu Kustina terkait dampak adanya pariwisata daerah, khususnya di Kabupaten Purbalingga (Wawancara Kustina, 2021):

“Pengaruh sektor pariwisata akan perekonomian Purbalingga yang jelas, *satu*, dengan adanya sektor pariwisata ada tenaga kerja yang terserat di sektor pariwisata, SDM nya ya. Yang tadinya tidak bekerja jadi bekerja otomatis adanya pendapatan yang mereka terima, yang harapannya adalah itu akan berpengaruh terhadap sektor perekonomian di keluarganya. *Yang kedua*, dengan adanya daya tarik wisata yang berkembang otomatis sektor UMKM di dalam maupun disekitar daya tarik wisata tersebut akan menggeliat, tujuannya kan kalo ada pariwisata akan memberdayakan masyarakat sekitar untuk mereta itu ikut merasakan keberadaan bagi pariwisata tersebut. Jadi harapannya kan orang yang datang, orang yang berwisata, berkunjung mereka adalah orang yang mengeluarkan uangnya sebanyak-banyaknya. Istilahnya seperti bagaimana kita merampok mereka agar untuk belanja di wisata tersebut, begitu”

Hal serupa juga di ungkapkan oleh Ibu Ratnawati Dewi selaku seksi Pengembangan Destinasi dan SDM Pariwisata Dewi (Wawancara Dewi, 2021):

“Dengan ada pariwisata dapat memberikan multiplier untuk masyarakat sekitar. Tadi, sebagai pengunjung tidak hanya sekedar berkunjung ke tempat wisata tapi juga dapat belanja. Karena masyarakat sekitar pasti berpikiran untuk menjual di area tempat wisata seperti souvenir. Hal itulah yang akan memberikan dampak multiplier efek pada masyarakat”

Meningkatnya arus urbanisasi menimbulkan permasalahan baru bagi kota atau kawasan perkotaan. Mulai dari sosial ekonomi, kesehatan, pendidikan, pariwisata dan transportasi. Di sisi lain, masyarakat yang semakin modern memiliki banyak harapan, seperti lingkungan hidup dan kerja yang nyaman, area publik yang memadai dan bentuk pelayanan publik yang mudah dikelola. Karena itu, konsep “Kota Cerdas” atau “*Smart City*” menjadi topik hangat dan terus bergema di berbagai kota termasuk Kabupaten Purbalingga.

Kabupaten Purbalingga saat ini sedang melakukan berbagai perubahan untuk meningkatkan *smart city*. Teknologi canggih akan digunakan di semua sektor yang terkait dengan pelayanan publik. Tujuannya untuk memperlancar pelayanan kepada masyarakat. Seperti penuturan dari Bapak Luky Hidayat selaku seksi tata kelola *e-government* di Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Purbalingga, bahwasanya (Wawancara Hidayat, 2021):

“Sesuai dengan master plan akan Purbalingga *smart city* ini kan pelaksanaannya *nggak* mudah. Karena kan kita melibatkan *nggak* cuman pemerintah aja ya kan, ada swasta bahkan masyarakatnya pun juga harus, kita punya teknologi canggih tapi malah masyarakatnya *nggak* bisa menggunakan si gimana. Banyak faktor intinya mbak. Sebetulnya kita mau mengarah dulu ke *smart government* dulu. *Smart government* dulu dari kinerjanya, *smart government* nya dulu yang dikembangkan gitu mbak. Jadi *smart city* di Kabupaten Purbalingga ini masih panjang”

Lanjutnya beliau Bapak Luky Hidayat, sebagai berikut:

“Nah ini yang sedang kita coba arah kesana. Secara kan Purbalingga juga ketinggalan dengan kabupaten lainnya kan. Jadi secara presensinya (kehadiran) aja kita masih sendiri-sendiri. Coba kita kembangkan semua menjadi satu seperti itu. Ya pensuratan dan lain-lain lah, terus juga pelayanan publik kaya tahun depan ini ya mbak mungkin ada MPP (Mall Pelayanan Publik) tahun depan ada gitu”

Pemaparan orientasi Purbalingga *smart city* juga disampaikan oleh beliau Bapak Luky Hidayat, sebagai berikut (Wawancara Hidayat, 2021):

“Alasan Purbalingga canangkan *smart city* ya karena semua sudah mengarah kesana, sesuai dengan master *plan smart city* progres nya lima tahun. Dan *smart city* Purbalingga harusnya berlaku sejak 2019. Tapi ya kendala macem-macem banyak mbak kaya Covid-19, butuh anggaran yang besar juga. Jadi kalo kita *nggak* ngarah kesana (*smart city*) maka kita akan ketinggalan mbak. Jadi yang penting dari *smart city* Purbalingga ya, SDM nya ada, anggarannya ada, komunitas masyarakatnya sudah melek, swasta mendukung, juga pemerintahnya begitu mbak. Untuk elemen-elemen Purbalingga *smart city* salah satunya ada *smart government*, bidang pariwisata dan sebagainya nantinya mbak”

Kehadiran teknologi dalam konsep Purbalingga *Smart City* juga telah memasuki industri pariwisata di Kabupaten Purbalingga, menciptakan lingkungan baru bagi pariwisata. Istilah populer yang mengacu pada situasi ini adalah

“Pariwisata Pintar” atau “*Smart Tourism*”. *Smart tourism* ialah salah satu pilar *smart city* dan merupakan bagian penting dari *smart living* (lihat bukunya Pratama (2014)). *Smart tourism* didefinisikan sebagai platform pariwisata TIK yang komprehensif yang dapat memberikan informasi dan layanan yang efisien kepada wisatawan. Seperti yang diungkapkan oleh Bapak Luky Hidayat terkait teknologi untuk pariwisata di Kabupaten Purbalingga (Wawancara Hidayat, 2021):

“Kita si ada *website* ya mbak. Informasi tentang pariwisata-pariwisata yang ada di Purbalingga paling ya baru, sebatas itu baru sekadar informasi ya. Kalo *website* kita (dinkominfo) yang buat. Sistemnya dari kita. Tapi kan isi informasi dari sana (dinporapar) yang lebih tahu, seperti itu mbak. Kalo kita dari internal si ini ya ada peningkatan kapasitas ya terkait TIK, dari jaringan, programmer, terus sudah kaya di OPD kan sudah punya *website* kan ya mbak. OPD Desa gitu, nah kemarin ngasih pelatihan secara ini nya aja, ngisi konten nya aja begitu”

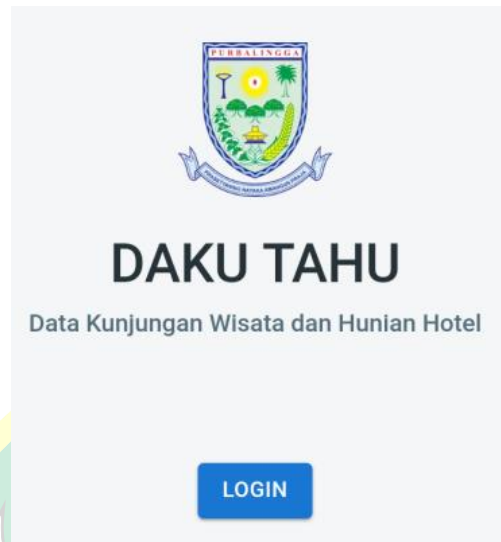
Bapak Luky Hidayat juga menuturkan terkait teknologi dalam Purbalingga *smart city* beserta faktor penghambat maupun pendukungnya:

“Belum ada sajian si ya, kita baru *website* ya mbak. Dan kita belum ukur manfaatnya untuk masyarakat, belum sampe itu. Cuman kita ngasih informasi-informasi yang mungkin diperlukan lah. Kadang aplikasi berbasis web tidak semua masyarakat punya akses informasi internet dan lain sebagainya. Dan juga mungkin dalam penyampaian informasi itu masih satu arah ya. Kalo semisal disitu ada transaksi atau kesana-kesana jadi bisa dikerjakan sekalian. Jadi adanya internet tuh efektifnya begitu mbak”

Jika dilihat akan teknologi pada sektor pariwisata Purbalingga, Ibu Kustina sebagai Kepala Bidang Pariwisata Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Purbalingga, menuturkan bahwa (Wawancara Kustina, 2021):

“Jadi terkait dengan pemanfaatan teknologi untuk promosi pariwisata ya, yang pertama saya sampaikan bahwa kita di data kunjungan wisata dan hotel itu sudah menggunakan aplikasi *Daku Tahu*. Terus untuk promosi lainnya kita menggunakan media yang ada yaitu media dinas baik itu medsosnya dinas seperti itu mbak. Selain itu juga promosi itu dilakukan dengan tanggung jawab semua pihak”

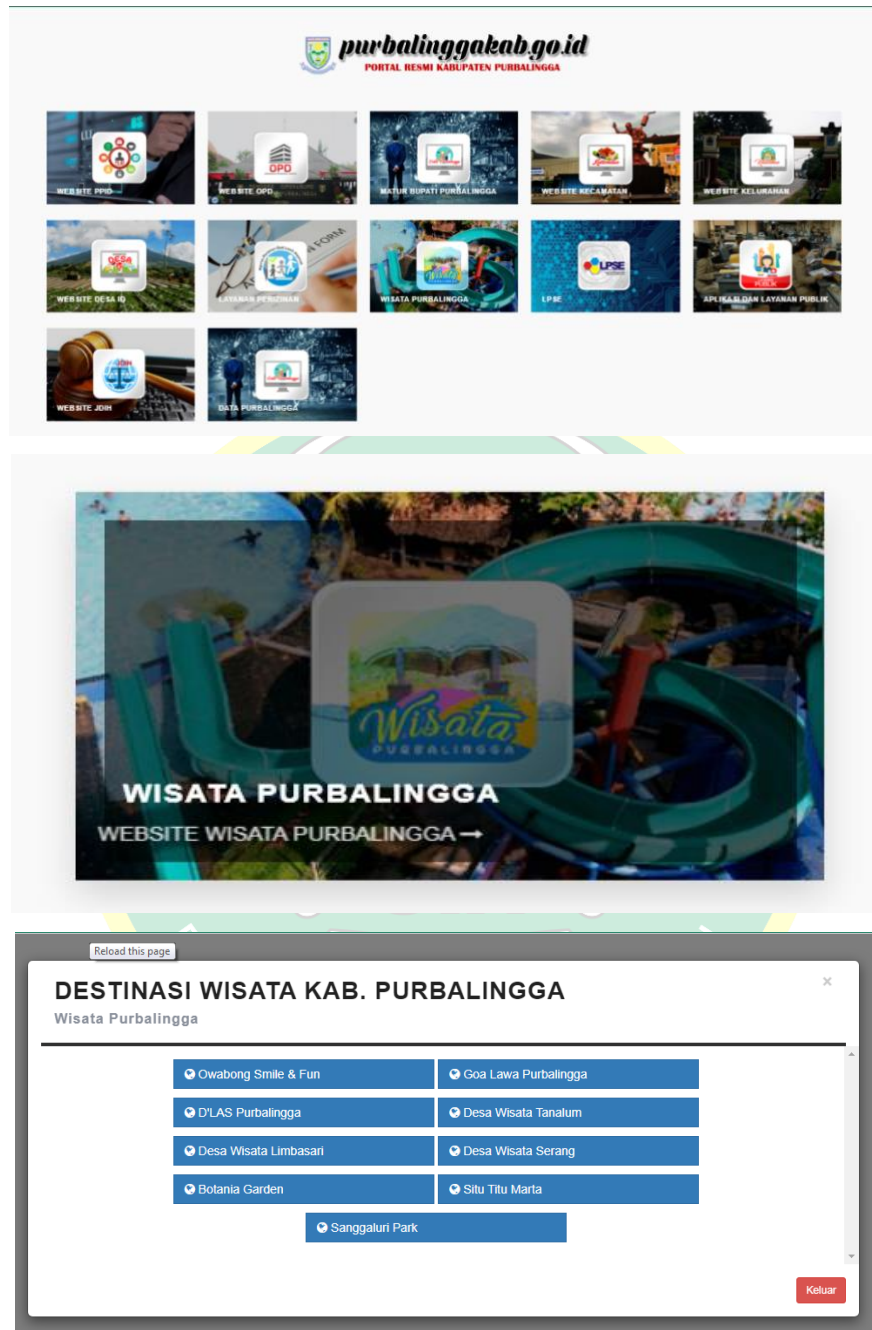
Gambar 6
Daku Tahu Data Kunjungan Wisata dan Hunian Hotel Kabupaten
Purbalingga



Sumber : <https://dakutahu.purbalingga.go.id>

Selain adanya website *Daku Tahu* yang merupakan salah satu teknologi dalam sektor pariwisata khususnya untuk data kunjungan wisata dan hotel, juga dari Pemerintah Kabupaten Purbalingga menyediakan adanya portal resmi dalam basis website terutama dalam sektor pariwisata. Adanya website inilah yang memungkinkan kemudahan bagi para wisatawan nantinya guna mencari sebuah informasi destinasi wisata. Namun, dalam portal website pariwisata tersebut informasi wisata yang tercantum hanya ada 9 destinasi wisata saja yaitu owabong *smile and fun*, D'Las Purbalingga, desa wisata limbasari, botania garden, goa lawa Purbalingga, desa wisata tanalum, desa wisata serang, situ titu marta dan sanggaluri park.

Gambar 7
Portal Resmi Kabupaten Purbalingga Basis Website

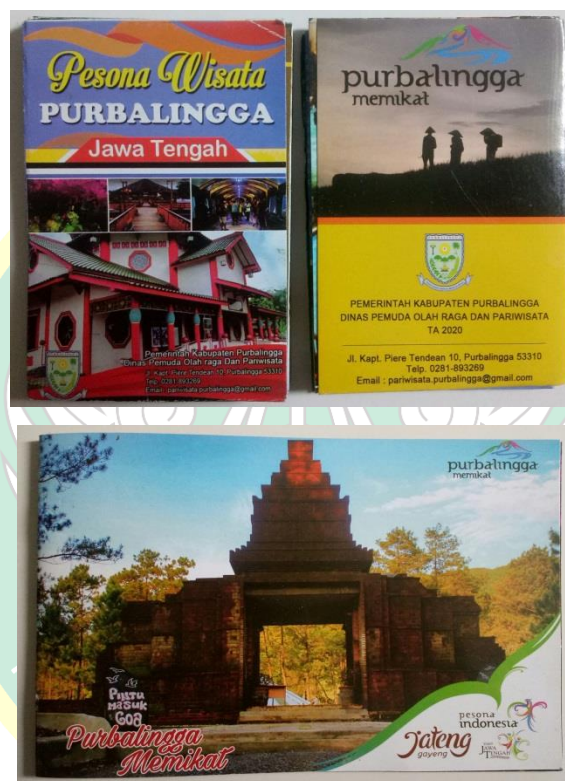


Sumber: <https://purbalingga.go.id>

Dengan adanya beragam potensi wisata dan usaha pengembangan pariwisata sangat memungkinkan bagi pariwisata di Kabupaten Purbalingga untuk berkembang pesat. Maka dari itu, Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata

Kabupaten Purbalingga melakukan kegiatan promosi selain menggunakan basis *smart tourism* juga menggunakan media promosi melalui brosur dan buku katalog pariwisata “Purbalingga Memikat”. Hal ini bertujuan untuk gencar dalam meningkatkan angka kunjungan wisatawan.

Gambar 8
Media Promosi Brosur dan Buku Katalog Pariwisata
“Purbalingga Memikat”

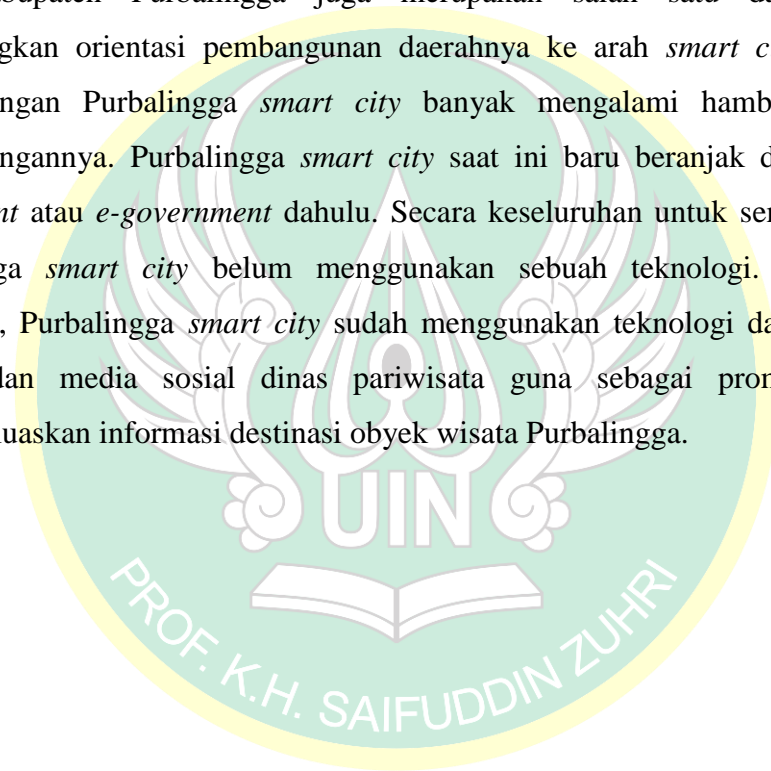


Sumber: Dokumentasi Media Promosi dari Dinporapar Kab. Purbalingga

Berdasarkan data lapangan peneliti di atas terkait pemetaan potensi pengembangan pariwisata berbasis *smart tourism* di Kabupaten Purbalingga dapat di analisis bahwa Kabupaten Purbalingga memiliki banyak potensi obyek wisata unggulan, yang terus dikembangkan guna mendukung perekonomian daerah. Sedangkan dari sisi pengembangan pariwisatanya, pemerintah Kabupaten Purbalingga terus mengencarkan kontribusinya melalui promosi wisata dan pembinaan serta pelatihan kepada para pelaku wisata.

Selain itu, ada 45 daya tarik wisata di Kabupaten Purbalingga yang terdaftar di pelaporan wisata kunjungan. 20 wisata dikelola oleh masyarakat atau perorangan atau swasta, dan 25 daya tarik wisata lainnya merupakan daya tarik desa wisata baik yang sudah ditetapkan maupun desa wisata yang potensial. Di sisi lain, dari segi anggaran guna pengembangan daya tarik wisata Kabupaten Purbalingga selain dari pemda (ABPD) juga dari anggaran Pemprov Jawa Tengah. Dalam hal pengelolaan daya tarik wisata, ada yang dikelola oleh perumda ada pula yang dikelola oleh swasta.

Kabupaten Purbalingga juga merupakan salah satu daerah yang mencanangkan orientasi pembangunan daerahnya ke arah *smart city*. Adanya pengembangan Purbalingga *smart city* banyak mengalami hambatan dalam pengembangannya. Purbalingga *smart city* saat ini baru beranjak dalam *smart government* atau *e-government* dahulu. Secara keseluruhan untuk semua elemen Purbalingga *smart city* belum menggunakan sebuah teknologi. Di bidang pariwisata, Purbalingga *smart city* sudah menggunakan teknologi dalam bentuk *website* dan media sosial dinas pariwisata guna sebagai promosi dalam menyebarkan informasi destinasi obyek wisata Purbalingga.



BAB V PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah peneliti lakukan mengenai analisis potensi pengembangan pariwisata syariah berbasis *smart tourism* pada masjid Cheng Ho Purbalingga, maka dapat disimpulkan bahwa:

1. Kabupaten Purbalingga memiliki beragam potensi obyek wisata unggulan, salah satunya destinasi wisata basis Islami yaitu masjid Cheng Ho Purbalingga. Masjid Cheng Ho Purbalingga merupakan masjid yang berbeda dengan masjid pada umumnya di Purbalingga, dengan membawa akulturasi budaya pada di setiap ornamen bangunannya. Masjid ini memiliki potensi yang unik dibandingkan masjid pada umumnya, ialah terletak pada cerita sejarah itu sendiri. Selain itu, juga tersedianya fasilitas-fasilitas untuk para pengunjung (wisatawan). Namun, pengembangannya masih kurang efektif dan efisien. Hal ini dikarenakan adanya hambatan-hambatan yang terjadi dalam setiap proses pengembangan fasilitas tersebut, diantaranya: kurangnya dukungan dari pihak pemerintah terkait untuk pengelolaan daya tarik wisata masjid tersebut, baik secara material maupun sumbangan pikiran. Dari segi promosi, Masjid Cheng Ho Purbalingga belum memiliki strategi promosi secara khusus baik secara cetak maupun teknologi (*smart tourism*).
2. Saat ini Kabupaten Purbalingga telah menerapkan teknologi pariwisata atau “*Smart Tourism*” sebagai salah satu konsep pengembangan pariwisata di Kabupaten Purbalingga, melalui penggunaan media informasi dalam bentuk *website* dan media sosial dinas pariwisata. Penerapan *smart tourism* di Kabupaten Purbalingga belum sepenuhnya berjalan efektif dikarenakan obyek wisata yang di infokan dalam *smart tourism* hanya beberapa obyek wisata saja. Selain *smart tourism*, usaha pengembangan pariwisata Kabupaten Purbalingga juga menggunakan media cetak yaitu brosur dan buku katalog “Purbalingga Memikat”. Hal ini dilakukan agar dapat menjangkau wisatawan lokal maupun mancanegara. Di sisi lain adanya pembuatan media informasi

baik teknologi atau pun cetak guna menjadikan wisatawan menjadi lebih interaktif dan atraktif.

B. Saran

Dalam pengembangan potensi pariwisata di Kabupaten Purbalingga terutama destinasi wisata masjid Cheng Ho Purbalingga, ada beberapa saran yang di ajukan berdasarkan hasil penelitian ini sebagai berikut:

1. Pemerintah daerah terutama Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Purbalingga hendaknya mendukung dan memberikan intensitas perhatian yang besar terhadap potensi obyek wisata yang ada di Kabupaten Purbalingga khususnya destinasi wisata Masjid Cheng Ho Purbalingga yang masih kurang sentuhan adanya bantuan. Melihat banyaknya potensi yang ditawarkan dari destinasi wisata masjid tersebut masih memerlukan bantuan pengembangan dengan baik.
2. Pengembangan pariwisata yang berkelanjutan diharapkan bukan hanya sekedar wacana saja namun benar-benar diaplikasikan, minimal dengan memberikan sentuhan perhatian agar pengembangan pariwisata tersebut terus berjalan. Selain itu, pemanfaatan teknologi pariwisata perlu dilakukan guna mengenalkan dan mempromosikan potensi tiap obyek wisata kepada wisatawan terutama pada masjid Cheng Ho Purbalingga. Selain mengenalkan pada wisatawan, pemanfaatan teknologi pariwisata juga dapat menarik investor untuk berkontribusi aktif dalam usaha pengembangan obyek wisata di Kabupaten Purbalingga.
3. Diharapkan penelitian ini dapat diperluas lagi dan dapat dilakukan kajian yang lebih mendalam kepada objek yang diteliti sehingga hasil penelitian akan semakin lebih baik dan dapat memperoleh pengetahuan yang baru.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardiana, Anggi Interview. (2022). "Potensi Pariwisata Syariah Berbasis Smart Tourism Pada Masjid Cheng Ho Purbalingga". Di Masjid Cheng Ho Desa Selaganggeng Mrebet Purbalingga pada 12 Januari 2022.
- Ayub, Moh. E. (1996). *Manajemen Masjid*. Jakarta : Gema Insani Press.
- Baalbaki, Rohi. (1995). *Al-Mawrid A Modern Arabic English Dictionary*. Beirut : Dar Al Ilm-Almalayin.
- Badan Pusat Statistik (BPS) Kabupaten Purbalingga. (2019). Diakses dari dari <https://purbalinggakab.bps.go.id> pada 12 Januari 2022.
- Bayu, Dimas. (2022, Februari 16). "Sebanyak 86,9% Penduduk Indonesia Beragama Islam". Diakses dari dataindonesia.id pada 21 Juni 2022.
- Boes, K., Buhalis, D., & Inversini, A. (2015). "Conceptualising Smart Tourism Destination Dimensions". In I. Tussyadiah & A. Inversini (Eds.), *Information and Communication Technologies in Tourism 2015* (pp. 391–403). Heidelberg: Springer.
- Brata, Sumadi Surya. (2014). *Metodologi Penelitian*. Jakarta : Rajawali Pers.
- Buhalis, D., & Amaranggana, A. (2014). "Smart Tourism Destinations". *Information and Communication Technologies in Tourism 2014*. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-03973-2>
- Crescent Rating. (2019). "Indonesia Muslim Travel Index (IMTI) 2019". Diakses dari <https://www.crescentrating.com> pada 19 Agustus 2021.
- Departemen Pendidikan Nasional (Depdiknas). (2005). *Kamus Besar Bahasa Indonesia*. Jakarta : Balai Pustaka.
- Dewi, Ratnawati Interview. (2021). "Pemetaan Potensi Pengembangan Purbalingga Smart Tourism". Di Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Purbalingga pada 27 Desember 2021 pukul 09.00 WIB.
- Dinas Kepemudaan, Olahraga, dan Pariwisata Jawa Tengah. (2022). Diakses dari Badan Pusat Statistik (BPS) Provinsi Jawa Tengah <https://jateng.bps.go.id>.
- Dinas Komunikasi dan Informatika (Dinkominfo) Kabupaten Purbalingga. (2017, Desember 13). "Teknologi Informasi Pacu Pengembangan Pariwisata". Diakses dari <https://dinkominfo.purbalinggakab.go.id> pada 19 Agustus 2021.

- Dinas Komunikasi dan Informatika (Dinkominfo) Kabupaten Purbalingga. 2018. Laporan Akhir Pengembangan Master Plan Smart City Kabupaten Purbalingga. Retrieved from <https://dinkominfo.purbalinggakab.go.id>
- Djakfar, Muhammad. (2017). *Pariwisata Halal Perspektif Multidimensi*. Malang : UIN Maliki Press.
- Echolas, John M., & Hassan Shadily. (2010). *Kamus Indonesia Inggris*. Jakarta : PT Gramedia.
- Fatwa Dewan Syariah Nasional – Majelis Ulama Indonesia Nomor 108/DSN-MUI/X/2016 tentang Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata Berdasarkan Prinsip Syariah.
- Femenia-Serra, Fransisco & Neuhofer, Barbara. (2019). “Smart Tourism Experiences: Conceptualisation, Key Dimension and Research Agenda”. *Investigaciones Regionales – Journal of Regional Research*, 42 (2018) – Pages 129 to 150.
- Ferdiansyah H., Cipta E., Heryadi R., U. L. S. K. (2020). "Pengembangan Pariwisata Halal Di Indonesia Melalui Konsep Development of Halal Tourism in Indonesia Through Smart Tourism Concept". *Journal of Sustainable Tourism Research*, 2(1), 30–34.
- Gajdosik, Tomas. (2018). “Smart Tourism: Concepts and Insights from Central Europe”. *Czech Journal of Tourism*. Vol 1.
- Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z. and Koo, C. (2015). "Smart tourism: foundations and developments". *Electronic Markets*, 25(3).
- Gretzel, U., Lina Zhong, Chulmo, K. (2016). "Application of Smart Tourism to Cities". In *International Journal of Tourism Cities* (Vol. 2, Nomor 2).
- Gretzel, U., Ham, J., & Koo, C. (2018). "Creating the City Destination of the Future – The Case of Smart Seoul". In Wang, Y. Shakeela, A., Kwek, A., & Khoo-Lattimore, C. (Eds.). *Managing Asian Destinations*. Springer, forthcoming.
- Guo, Y., Liu, H., & Chai, Y. (2014). "The embedding convergence of smart cities and tourism internet of things in China: An advance perspective". *Advances in Hospitality and Tourism Research*, 2(1), 54–69.
- Hakim, Lukmanul. (2021). "Digitalisasi Wisata Halal Melalui Aplikasi Smartphone Dimasa Pandemi Covid-19". *Journal of Islamic Management*. Vol. 1 No. 2. Retrieved from : <http://jurnalfdk.uinsby.ac.id/index.php/JIM>.
- Hasibuan, Malayu. (2005). *Dasar-dasar Perbankan Cet. Ke 4*. Jakarta: PT Bumi Aksara.

- Herdiansyah, Haris. (2010). *Metodologi Penelitian Kualitatif Untuk Ilmu-Ilmu Sosial*. Jakarta Selatan : Salemba Humanika.
- Hidayat, Luky Interview. (2021). "Potensi Purbalingga Smart City". Di Dinas Komunikasi dan Informatika Kabupaten Purbalingga pada 27 Desember 2021 pukul 11.32 WIB.
- Husain., M. Zarlis., H. Mawengkang & S. Efendi. (2019). "Perencanaan Penerapan Teknologi Smart Wisata Syariah Disalah Satu Destinasi Wisata Di Lombok". Seminar Nasional Matematika dan Terapan, Vol. 1 : 174-179.
- Isdarmanto. (2016). *Dasar-Dasar Kepariwisata dan Pengelolaan Destinasi Pariwisata*. Yogyakarta: Gerbang Media Aksara.
- Kemenpar. (2012, Desember 20). "Kemenparekraf Promosikan Indonesia sebagai Destinasi Pariwisata Syariah Dunia". Diakses dari <http://www.kemenpar.go.id/asp/detil.asp?c=16&id=2042> pada 19 Agustus 2021.
- Khadijah, S. A. R. (2019). "Implementasi Smart Tourism Dalam Meningkatkan Pengalaman Wisatawan Milenial Di Kota Bandung". *Skripsi Sekolah Tinggi Pariwisata Bandung*.
- Kustina Interview. (2021). "Pemetaan Potensi Pengembangan Purbalingga Smart Tourism". Di Dinas Pemuda Olahraga dan Pariwisata Kabupaten Purbalingga pada 27 Desember 2021 pukul 09.00 WIB.
- Lamsfus, C., Martín, D., Alzua-Sorzabal, A., & Torres-Manzanera, E. (2015). "Smart Tourism Destinations: An Extended Conception of Smart Cities focusing on Human Mobility". In I. Tussyadiah & A. Inversini (Eds.), *Information and Communication Technologies in Tourism 2015* (pp. 363–375). Heidelberg, Germany: Springer.
- Lee, J., Lee, H., Chung, N., & Koo, C. (2017). "An Integrative Model of the Pursuit of Happiness and the Role of Smart Tourism Technology : A Case of International Tourists in Seoul. *Information and Communication Technologies in Tourism*". DOI : <http://doi.org/10.1007/978-3-319-51168-9>
- Liu, Pu & Yuan Liu. (2016). "Smart Tourism via Smart Phone". *Proceeding of International Conference on Communications Information Management and Network Security (CIMNS)*. <https://doi.org/10.2991/cimns-16.2016.33>
- Mahfiroh, Lufianti Wulan Interview. (2022). "Potensi Pariwisata Syariah Berbasis Smart Tourism Pada Masjid Cheng Ho Purbalingga". Di Masjid Cheng Ho Desa Selaganggeng Mrebet Purbalingga pada 12 Januari 2022.

- Mastercard & Crecentrating. (2019). *Global Muslim Travel Index 2019*. Akses dari www.crecentrating.com.
- _____ & _____. (2022). *Global Muslim Travel Index 2022*. Akses dari www.crecentrating.com.
- Matanasi, Petrik. (2017, Mei 30). “Lima Belas Masjid yang Mengabadikan Cheng Ho Di Indonesia”. Diakses dari <https://tirto.id> pada 19 Agustus 2021.
- Mustofa, Budiman. (2008). *Manajemen Masjid Gerakan Meraih Kembali Kekuatan dan Potensi Masjid*. Surakarta: Ziyad Books .
- Okty, Nindyati. (2017, November 17). “Smart Tourism and Culture”. Diakses dari <https://www.slideshare.net> pada 25 September 2021.
- Pelu, Ibnu Elmi AS., Rahmad K., W. A. (2020). *Pariwisata Syariah Pengembangan Wisata Halal Dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi Daerah*. Yogyakarta : K-Media.
- Peraturan Daerah Kabupaten Purbalingga Nomor 11 Tahun 2015 tentang Rencana Pembangunan Kepariwisataan Kabupaten Purbalingga 2015-2025.
- Peraturan Bupati Purbalingga Nomor 58 Tahun 2017 Tentang Pembentukan dan Pengembangan Desa Wisata dan Desa Budaya Di Kabupaten Purbalingga.
- Peraturan Bupati Purbalingga Nomor 57 Tahun 2019 tentang Pengembangan Master Plan Smart City Kabupaten Purbalingga.
- Pratama, I Putu Agus Eka. 2014. *Smart City Beserta Cloud Computing dan Teknologi-teknologi Pendukung Lainnya*. Bandung : Informatika.
- Priyadi, Unggul. (2016). *Pariwisata Syariah : Prospek dan Perkembangan*. Yogyakarta : UPP STIM YKPN.
- Purhantara, Wahyu. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif Untuk Bisnis*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Salim & Syahrums. (2012). *Metodologi Penelitian Kualitatif : Konsep dan Aplikasi dalam Ilmu Sosial, Keagamaan dan Pendidikan*. Bandung : Citapustaka Media.
- Sammeng, Andi. (2001). *Cakrawala Pariwisata*. Jakarta: Balai Pustaka.
- Sedarmayanti, Gumelar S.Sastrayuda, & Liza Afiza. (2018). *Pembangunan dan Pengembangan Pariwisata*. Bandung : PT Refika Aditama.
- Sofyan, Riyanto. (2012). *Prospek Bisnis Pariwisata Syariah*. Jakarta: Republika.

- Subarkah, Alwafi Ridho. (2018). "Diplomasi Pariwisata Halal Nusa Tenggara Barat". *Intermestic : Journal of International Studies*, Vol. 2. No. 2.
- Sugiyono. (2009). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- _____. (2020). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung : Alfabeta.
- Suherman, Eman. (2012). *Manajemen Masjid*. Bandung: Alfabeta.
- Supardjo, Untung. (2011). *Sekilas Sejarah Berdirinya Masjid Jami PITI Muhammad Cheng Ho Kabupaten Purbalingga*. DPC PITI Kabupaten Purbalingga.
- _____, _____. (2011). *Catatan Singkat tentang Keberadaan PITI di Kabupaten Purbalingga*. DPC PITI Kabupaten Purbalingga.
- _____, _____. Observasi & Interview (2021). "Pariwisata Syariah Berbasis Smart Tourism Pada Masjid Cheng Ho Purbalingga". *On his home*, Desa Selaganggang Mrebet Purbalingga pada 22 Oktober 2021.
- _____, _____. Interview (2022). "Potensi Pariwisata Syariah Berbasis Smart Tourism Pada Masjid Cheng Ho Purbalingga". *On his home*, Desa Selaganggang Mrebet Purbalingga pada 10 Januari 2022.
- Smith, Richard. (2015). *Smart Tourism Tools: Linking Technology with the Touristic Resources of City Destinations*. NHTV Breda University of Applied Sciences.
- Trinanda, Muhammad Haikal. (2020). "Tingkat Kesiapan Penerapan Smart Tourism dalam Meningkatkan Potensi Sektor Pariwisata Pesisir Di Kawasan Wisata Terintegrasi Teluk Lampung (Studi Kasus : Kawasan Strategis Pariwisata Daerah Teluk Pandan, Kabupaten Pesawaran)". *Skripsi* Institut Teknologi Sumatera Lampung Selatan.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan.
- Vardiansyah, Dani. (2008). *Filsafat Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar Cetakan II*. Jakarta: PT. Index.
- Wang, H., Jin, T., & Zhou, B. (2012). *Smart Tourism*. Beijing: Tsinghua University Press.
- Wijaya, Tony. (2013). *Metode Penelitian Ekonomi dan Bisnis*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

Yeoman, I., & Yu, R. L. (2012). "2050 - Tomorrow's Tourism". Edinburgh 2050: Technological Revolution. *Aspects of Tourism*. Buffalo: Channel View Publications.

Yuliati Interview. (2022). "Potensi Pariwisata Syariah Berbasis Smart Tourism Pada Masjid Cheng Ho Purbalingga". Di Masjid Cheng Ho Desa Selagangeng Mrebet Purbalingga pada 12 Januari 2022.

