

Penguatan Ekonomi Desa Melalui Pengembangan *Halal Tourism* Berbasis *One Village One Product (OVOP)*

Ita Rakhmawati¹, Ahmad Ainun Naim²

¹ Akuntansi Syariah, FEBI IAIN Kudus, Kudus

² Manajemen Bisnis Syariah, FEBI IAIN Kudus, Kudus

¹itarakhmawati@iainkudus.ac.id

²ahmadainunnaim@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengembangan *halal tourism* berbasis *one village one product* dalam rangka meningkatkan perekonomian desa pada Desa Wisata Terban. Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif. Data primer diperoleh melalui *indepth interview* dan *participant observation* serta data sekunder diperoleh dari laporan serta dokumentasi. Uji keabsahan data menggunakan *triangulation* meliputi triangulasi sumber, triangulasi teknik, triangulasi waktu. Metode analisis menggunakan analisis kualitatif oleh Miles dan Huberman meliputi tahap reduksi data (*reduction*), penyajian data (*display*) dan penarikan kesimpulan (*conclusion drawing/verification*). Hasilnya menunjukkan Desa Wisata Terban memiliki potensi destinasi unggulan berupa Situs Purbakala Patiayam, Sendang Pengilon, Roemah Jadoel, Gardu Pandang dan Patiayam Adventure. Setiap destinasi wisata memiliki distingsi komponen wisata berupa *Attractions, Amenities, Accessibilities, Hospitality* yang memperkuat keunggulan kompetitif dari setiap destinasi. Mendasarkan pada prinsip *local but global* (menggunakan dasar lokal tetapi mempunyai pandangan luas untuk mewujudkan globalisasi), *self reliance and creativity* (mendasarkan kemandirian, inisiatif dan kreativitas), *human resource and development* (mengembangkan SDM agar lebih mandiri dan kreatif) masyarakat, pemerintah maupun swasta bersama mewujudkan *halal tourism* baik pada sisi produk makanan, penginapan maupun biro perjalanan.

Kata Kunci : *Halal Tourism, One Village One Product (OVOP), Penguatan Ekonomi Desa*

STRENGTHENING VILLAGE ECONOMY THROUGH OVOP-BASED HALAL TOURISM DEVELOPMENT

Abstract

In order to boost the local economy in Terban Tourism Village, this study will examine how halal tourism is developing on the basis of OVOP. An approach known as descriptive qualitative is used in this study. Secondary data from reports and documents are coupled with primary data from participant observation and in-depth interviews. By employing triangulation, such as source triangulation, technique triangulation, and time triangulation, the veracity of the data can be tested. Miles and Huberman's technique of analysis, which employs qualitative analysis, involves the stages of data reduction (reduction), data presentation (display), and conclusion drawing (conclusion drawing/verification). According to the findings, the Patiayam Archaeological Site, Sendang Pengilon, Roemah Jadoel, Gardu Pandang, and Patiayam Adventure are some of Terban Tourism Village's potential top tourist attractions. Each tourist site has a unique tourism element, such as attractions, amenities, accessibility, and hospitality, which enhances its competitive edge. In order to realize halal tourism, the community, government, and private sector work together. This collaboration is based on local but global principles, self-reliance and creativity (based on independence, initiative, and creativity), human resources and development (developing human resources to be more independent and creative), and human resources and development (developing human resources to be more independent and creative).

Keyword: *OVOP, Halal Tourism, Village Economy Development*

PENDAHULUAN

Desa merupakan satuan unit pemerintahan terkecil di Indonesia. Berdasarkan UU No. 6 Tahun 2014, desa merupakan kesatuan masyarakat hukum yang memiliki batas wilayah yang berwenang untuk mengatur dan mengurus urusan pemerintah, kepentingan masyarakat setempat berdasarkan prakarsa masyarakat, hak asal usul dan/atau hak tradisional yang diakui dan dihormati dalam sistem pemerintahan NKRI (2014). Salah satu prioritas pembangunan desa harus mampu mewujudkan kemandirian desa melalui pengembangan potensi desa (Gai, A. M., Witjaksono, A., & Maulida 2020). Upaya meningkatkan perekonomian idealnya

melalui pendekatan peningkatan kualitas SDM, *community empowering*, dan pengolahan potensi desa baik melalui utamanya pada sektor agraris yang terdifferensiasi.

Pengembangan sektor wisata yang tepat secara langsung maupun tidak langsung dapat meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat. Hal ini senada dengan Peraturan Menteri Pariwisata Republik Indonesia No. 29 Tahun 2015 yang menyatakan bahwa kegiatan ekonomi masyarakat, umumnya di wilayah pedesaan cenderung lebih cepat tumbuh melalui pengoptimalan desa wisata (2015). Pada sisi lain, menurut *World Travel and Tourism Council* dalam *Travel and Tourism Economic Impact 2018*, menempatkan Negara Indonesia pada peringkat kesembilan dari sepuluh negara di dunia dengan pariwisata terbaiknya (2018). Peningkatan jumlah wisatawan mampu menjadikan sektor pariwisata sebagai *core economy* Indonesia. Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif pada *Indonesia Tourism Outlook 2020* memprediksikan pariwisata sebagai komponen devisa tertinggi selama lima tahun yang akan datang (Crescent Rating 2018).

Saat ini konsep halal telah menjadi *trend* di Indonesia bahkan dunia. Hal tersebut juga memberikan *impact* atas perkembangan industri pariwisata halal (*halal tourism*). GMTI (*Global Muslim Travel Index*) menjelaskan pariwisata halal merupakan pariwisata yang dijalankan berdasarkan prinsip-prinsip Islam yang bertujuan memberikan fasilitas dan layanan yang ramah terhadap wisatawan muslim. Pada tahun 2030 diperkirakan wisatawan muslim di dunia akan menembus angka 230 juta. Sedangkan data tahun 2019 Indonesia *halal tourism* mengalami peningkatan drastis sebesar 18% sehingga dapat menjadi peluang pasar pengembangan *halal tourism* ke depannya.

Terban merupakan salah satu dari 133 desa di Kabupaten Kudus yang menyimpan banyak potensi khususnya potensi alam. Daerah pegunungan diperkuat dengan penemuan situs purbakala Patiayam menjadi keunggulan dan daya tarik desa tersebut. Berdasarkan SK Bupati Kudus No. 556 tahun 2020, telah menetapkan Desa Terban sebagai desa wisata (2020). Diantara destinasi wisata di Terban antara lain Museum Patiayam, *Offroad* atau *Patiayam Adventure*, Sendang Pengilon dan Goa Jepang.

One Village One Product (OVOP) merupakan suatu pendekatan yang digunakan untuk meningkatkan daya saing desa dengan mendasarkan pada potensi lokal yang mendunia. Pengembangan *Halal Tourism* berbasis OVOP merupakan upaya baik seluruh *stakeholder* baik pemerintah, swasta maupun masyarakat dalam mewujudkan kemandirian dan *added value*. Upaya ini semoga mampu menimalisir *gap* antara wilayah pedesaan dan kota. Dengan demikian, urbanisasi, *unemployment*, kemiskinan, dan pertumbuhan ekonomi rendah, serta persoalan sosial lain dapat diatasi dengan baik.

Syafira dkk (2021) dalam penelitiannya menjelaskan bahwa pengembangan kawasan wisata memberikan pengaruh yang besar terhadap perekonomian masyarakat desa. Oleh karena itu pemerintah serta masyarakat harus turut serta dalam pengembangan kawasan wisata melalui program pemberdayaan agar mampu meningkatkan daya tarik. Sedangkan Priadi et al. (2020) dalam penelitiannya menyatakan bahwa perlu adanya penguatan ekonomi berbasis ekonomi kreatif di wilayah pedesaan. Penguatan ini tentunya dengan mengoptimalkan sumber daya yang dimiliki desa. Eksplorasi potensi yang ada pada setiap warga desa baik berupa ide, gagasan, kerajinan tangan, hobi, dan juga bakat yang dimiliki menjadi sumber mewujudkan ekonomi kreatif.

Penelitian yang dilakukan oleh Nisa (2022), terkait dengan pengembangan wisata halal dengan konsep *smart tourism* di Jawa Timur menghasilkan bahwa pengembangan wisata halal dilakukan dengan optimalisasi destinasi ramah keluarga, penyediaan fasilitas ramah muslim, pelayanan berbasis syariah, dan membangun kesadaran halal. Pemanfaatan *smart tourism* dilakukan dengan penguatan sisi *informativeness*, *accessibility*, *interactivity*, serta *personalization* dalam sektor pariwisata halal.

Strategi pengembangan desa wisata halal dengan berdasarkan analisis SWOT menghasilkan bahwa perlunya kebijakan *growth oriented strategy* melalui pemenuhan standarisasi wisata halal baik dari sisi wilayah, daya tarik wisatawan, fasilitas umum, aksesibilitas, serta investasi. Dalam strategi tersebut langkah teknis yang dilaksanakan dalam pengembangan wisata halal melalui memasukkan desa dalam peta wisata halal, membangun penginapan syariah, sertifikasi halal makanan khas, dan juga pembangunan galeri unggulan desa (Nurohman and Qurniawati 2021).

Santoso et al. (2021) dalam penelitiannya terkait "Pengembangan Wisata Halal di Kota Banda Aceh" menyatakan bahwa pengembangan *halal tourism* dapat dilihat pada tiga sudut pandang yaitu sudut pandang penguatan objek serta destinasi wisata, sudut pandang ketersediaan prasarana, dan sudut pandang peningkatan SDM wisata.

TEORI

1. Halal Tourism

Pariwisata halal dikenal juga sebagai wisata syari'ah, *halal tourism*, *islamic tourism*, *halal travel* maupun *as moslem friendly destination*. Pariwisata halal merupakan kegiatan yang didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang telah disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah maupun pemerintah daerah yang telah memenuhi ketentuan syari'ah. Pariwisata halal telah dimanfaatkan banyak pihak karena memiliki karakteristik produk dan layanan jasa yang bersifat universal. Setiap produk dan jasa wisata, objek wisata serta tujuan wisata dalam pariwisata halal ini pada umumnya sama selama tidak bertentangan dengan nilai-nilai dan etika syari'ah (Kemenpar 2015).

Menurut Sofyan (2012) pariwisata halal mempunyai indikator umum sebagai berikut (1) memiliki orientasi pada kemaslahatan umum, (2). mewujudkan pencerahan, penyegaran dan ketenangan, (3). menghindari kemusyrikan dan *khufarat*, (4). Menghindari maksiat, (5). menjaga perilaku, etika dan nilai-nilai luhur kemanusiaan, (6). Menjaga amanah, keamanan dan kenyamanan, (7). Bersifat inklusif dan universal, (8). Menjaga kelestarian lingkungan. (9). menghormati nilai-nilai sosial budaya dan kearifan lokal. Berikut merupakan perbandingan antara wisata konvensional, wisata religi, dan wisata halal yang dirangkum dari berbagai sumber:

Tabel 1 Perbandingan Wisata Konvensional, Wisata Religi dan Wisata Halal

No	Perbedaan	Wisata Konvensional	Wisata Religi	Wisata Halal/Syariah
1.	Obyek	Alam, Heritage, kuliner, budaya	Sarana ibadah, Peninggalan sejarah	Semua aspek
2.	Tujuan	Sebagai Hiburan	Meningkatkan spiritual	Meningkatkan spiritual(religiutas) melalui hiburan
3.	Target	Menyentuh kepuasan dan kesenangan yang berdimensi nafsu sebagai hiburan semata	Aspek spiritual yang dapat menenangkan jiwa dalam mencari ketenangan batin	Dapat memenuhi keinginan, kesenangan serta menumbuhkan kesadaran beragama
4.	Guide/Pemandu Wisata	Memahami serta menguasai informasi objek guna menarik wisatawan	Paham serta menguasai sejarah terkait objek	Menarik perhatian wisatawan dan meningkatkan semangat religiusitas wisatawan serta dapat menginterpretasikan peran wisata dalam konteks Islam
5.	Fasilitas Ibadah	Sekedar Pelengkap	Sekedar Pelengkap	Menjadi satu bagian dengan destinasi wisata
6.	Kuliner	Umum	Umum	Spesifik dan halal
7.	Relasi/Hubungan dengan masyarakat	Komplementer	Komplementer	<i>Integrated</i> dan interaksi berdasarkan prinsip syariah
8.	Agenda/Rencana Perjalanan	Setiap Waktu	Di waktu-waktu tertentu	Waktu perjalanan di perhatikan

Sumber: Data Sekunder Diolah, 2022

Sebagai *trend* wisata yang sedang berkembang, wisata halal diharapkan tidak hanya sekedar label atau istilah saja, melainkan benar benar mampu memberikan sudut pandang pengelolaan wisata lain yang berbasis

syariah. Chookawey et al (2015) menyatakan terdapat faktor standar pengukuran pariwisata halal dilihat dari segi administrasi dan pengelolaannya meliputi:

- (a) Prosedur pelayanan berdasarkan prinsip syariah Islam.
- (b) Staf pemandu wisata yang disiplin dan berdasarkan prinsip syariah Islam.
- (c) Kegiatan wisata tidak bertolak belakang dari prinsip syariah.
- (d) Kondisi bangunan yang tidak bertentangan dengan prinsip Islam.
- (e) Rumah makan yang terstandar pelayanan halal.
- (f) Memiliki sistem proteksi yang baik untuk pelayanan transportasi
- (g) Menyediakan fasilitas kegiatan keagamaan untuk wisatawan muslim
- (h) Tidak mengunjungi tempat yang bertentangan dengan prinsip Islam.

Sebuah objek atau destinasi wisata harus memiliki komponen produk wisata bagi wisatawan. Komponen produk pariwisata dibagi menjadi 3A + H sebagai berikut :

- (a) *Attractions* (daya tarik wisata), merupakan hal-hal yang menarik perhatian wisatawan. Terdapat dua jenis daya tarik wisata antara lain : Daya tarik wisata buatan manusia dan daya tarik wisata alam
- (b) *Amenities* (fasilitas dan pelayanan) merupakan segala bentuk fasilitas dan pelayanan perjalanan yang terdiri dari fasilitas akomodasi, fasilitas makan dan minum, fasilitas transportasi serta fasilitas penunjang lainnya yang disesuaikan dengan kebutuhan wisatawan.
- (c) *Accessibilities* (kemudahan akses destinasi wisata) merupakan aspek yang sangat berpengaruh terhadap persepsi wisatawan. Karena tersedianya aksesibilitas yang memadai seperti infrastruktur jalan, sistem transportasi umum dapat memudahkan wisatawan menjangkau destinasi.
- (d) *Hospitality* (keramahtamahan yang diberikan) merupakan tersedianya SDM di lokasi destinasi wisata yang menerima wisatawan serta menciptakan rasa yang nyaman dan aman (Sedarmayanti, Gumelar S 2018).

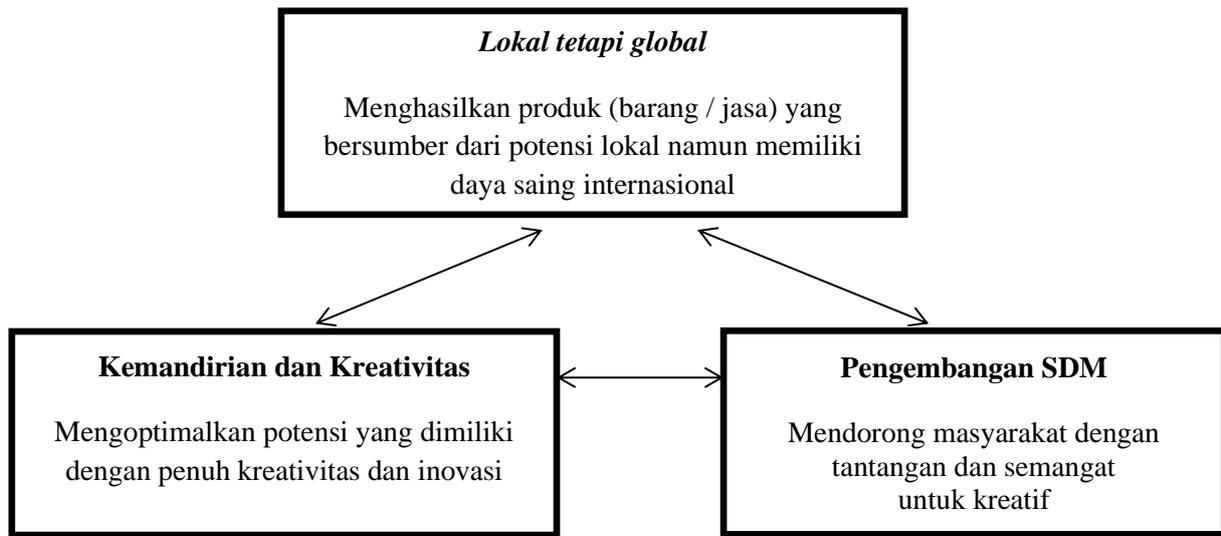
Oka A Yoeti (1997: 40) menyatakan upaya mengembangkan pariwisata harus mengakomodir tiga indikator agar destinasi wisata menarik dan tinggi peminat yaitu *something to see, something to do, something to buy* (Oka A Yoeti 1997). Perkembangan wisata halal akan selalu diikuti dengan perkembangan industri lain yang terkait seperti usaha penyedia makanan dan minuman, hotel, biro perjalanan wisata dan pramuwisata (Sucipto, Hery; Andayani 2014).

2. One Village One Product (OVOP)

One Village One Product (OVOP) merupakan konsep pembangunan ekonomi yang diperkenalkan oleh Prof. Morihiko Hiramatsu Jepang tahun 1979. OVOP bersifat terbuka dan dapat diaplikasikan pada berbagai kondisi wilayah menjunjung *local wisdom*nya. Menteri Perindustrian dalam peraturannya yaitu Nomor 78 Tahun 2007 mendefinisikan OVOP merupakan salah satu strategi peningkatan wilayah guna mewujudkan produk khas lokal . Awalnya OVOP lebih cenderung pada produk *tangible* (2007). Namun seiring perkembangan yang dinamis mengakomodir juga produk *intangible* seperti jasa, kebudayaan, pariwisata dan teknologi.

Pendekatan OVOP diharapkan mampu menggerakkan masyarakat untuk mengembangkan potensi yang dipunya suatu wilayah atau desa secara terintegrasi guna mengoptimalkan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat sekaligus meningkatkan rasa bangga dan percaya diri atas kemampuan daerah/desanya (Kutsiyah 2017). Selain meningkatkan *added value* dan kemandirian desa, OVOP diharapkan dapat memacu dari sisi ekonomi. Termasuk didalamnya diharapkan mampu menimalisir *gap* dan mendorong kesetaraan antara desa dan kota. Dengan demikian permasalahan klasik yang terjadi di desa seperti pengangguran, urbanisasi, kemiskinan dan rendahnya pertumbuhan ekonomi lambat laun dapat teratasi (Rakhmawati 2019). Dengan demikian kesejahteraan masyarakat sebagai sasaran utama OVOP dapat dicapai.

Pengembangan program OVOP dilaksanakan dengan mendasar pada tiga prinsip utama yaitu *local but global, self reliance and creativity*, dan *human resource and development* yang digambarkan pada bagan berikut:



Sumber: Kementerian Perindustrian RI 2007

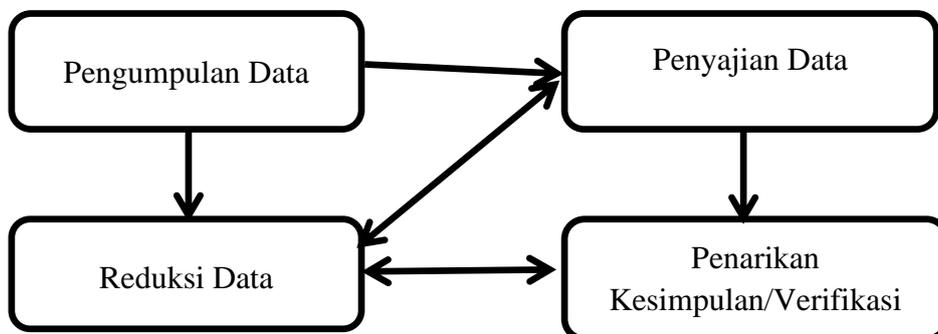
Gambar 1. Prinsip Dasar OVOP

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*), yaitu penelitian yang data dan informasinya didapat dari kegiatan terjun langsung ke lapangan dan terlibat dengan masyarakat setempat. Metode yang digunakan adalah penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif yang bertujuan untuk menggambarkan serta mendeskripsikan fakta dan fenomena yang ditemukan pada saat penelitian kemudian dihubungkan antara satu dengan lainnya (Sugiyono 2015).

Objek penelitian adalah Desa Wisata Terban yang terdapat pada Kecamatan Jekulo Kabupaten Kudus. Subjek penelitian ini adalah pengelola objek wisata, pemerintahan desa dan stakeholder terkait, wisatawan serta masyarakat sekitar. Penelitian ini menggunakan data primer yang diperoleh melalui *indepth interview* dan *participant observaction* serta data sekunder yang diperoleh dari laporan serta dokumentasi. Uji keabsahan data menggunakan *triangulation* dengan cara menggabungkan berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang sudah ada meliputi triangulasi sumber, triangulasi teknik, triangulasi waktu.

Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode analisis kualitatif oleh Miles dan Huberman. Miles dan Huberman menyatakan bahwa proses analisis dilaksanakan interaktif dan kontinyu sehingga di peroleh data yang ajeg (jenuh). Data jenuh dapat dilihat dari tidak didapatkannya lagi data atau informasi yang terbaru. Analisis data ini meliputi tahap reduksi data (*reduction*), penyajian data (*display*) dan penarikan kesimpulan (*conclusion drawing / verification*) (Saldana, 2014).



Sumber:(Saldana 2014)

Gambar 2. Model interaktif analisis data Miles dan Huberman

HASIL PENELITIAN

Desa Wisata Terban merupakan salah satu desa wisata di Kudus yang memiliki pariwisata unggulan berupa Situs Purbakala Patiayam. Situs ini merupakan domain yang membawa peninggalan sejarah purbakala yang ditemukan di sekitar Gunung Patiayam. Terbentuknya situs ini berawal dari ditemukannya beberapa fosil hewan purba. Pada awalnya situs ini merupakan salah satu situs manusia purba (*hominid*) di Indonesia. Balai Pelestarian Peninggalan Purbakala Jawa Tengah pada 22 September 2005 menetapkan situs Patiayam sebagai salah satu cagar budaya.

Seiring dengan proses observasi berkelanjutan ditemukanlah beberapa situs lain berupa Sendang Pengilon, Goa Jepang, dan Rumah Jadoel. Pemerintah dan masyarakat setempat melengkapi destinasi desa wisata dengan pembangunan gardu pandang, dan Patiayam *Adventure*. Potensi wisata Desa Terban dapat dilihat pada tabel 4.1 sebagai berikut:

Tabel 2. Potensi Wisata Desa Terban

Destinasi Wisata	Keunggulan Kompetitif
Museum Purbakala Patiayam	<ul style="list-style-type: none"> - Menyuguhkan fosil-fosil manusia purba dan hewan purba. - Merupakan ikon Desa Terban dan menjadi kunjungan desa wisata yang utama.
Patiayam <i>Adventure</i> (<i>Offroad</i>)	<ul style="list-style-type: none"> - Menyediakan jasa traveling ke semua destinasi wisata yang ada di Desa Terban. - Satu-satunya penyedia armada untuk para wisatawan.
Sendang Pengilon	<ul style="list-style-type: none"> - Tempat yang masih sangat asri. - Menjadi sumber mata air bagi para warga Desa Terban.
Goa Jepang	<ul style="list-style-type: none"> - Tempat yang tinggi untuk melihat keindahan alam sekitar. - Tempat peninggalan saat penjajahan Jepang. - Surga bagi penikmat <i>sunset</i>.

Sumber: Data Primer Diolah 2022

Sebagai salah satu desa wisata, penyedia jasa layanan dituntut mampu menciptakan inovasi, *advance fee*, *unique branding*, dan kekhasan sebagai faktor pencapaian, eksistensi dalam pasar dan memperbesar pasar (*large marketplace*). Sebuah destinasi dapat dikatakan sebagai objek wisata jika memenuhi komponen 3A + IH sebagai berikut :

Tabel 3. Komponen Produk Pada Desa Wisata Terban

Wisata Halal (<i>Halal Tourism</i>)	Destinasi Wisata			
	Museum Purbakala Patiayam	Patiayam <i>Adventure</i> (<i>Offroad</i>)	Sendang Pengilon	Goa Jepang
Daya Tarik (<i>Attractions</i>)	<ul style="list-style-type: none"> - Terdapat peninggalan purbakala fosil hewan dan manusia - Tempat untuk wisata edukasi budaya dan sejarah 	<ul style="list-style-type: none"> - <i>Photo Booth</i> dengan kostum jadoel di rumah jadoel Patiayam <i>Adventure</i> - <i>Tracking</i> dengan mobil <i>jeep</i> untuk menikmati keindahan alam - <i>Camping</i> di <i>outbond</i> 	<ul style="list-style-type: none"> - Wisata yang menjadi sumber mata air di Desa Terban - Alam yang masih sangat asri - Udara yang sangat sejuk 	<ul style="list-style-type: none"> - Melihat peninggalan penjajahan Jepang - Pemandangan yang sangat indah karena terletak diatas bukit - Menyuguhkan keindahan sunset
Fasilitas dan Pelayanan (<i>Amenities</i>)	<ul style="list-style-type: none"> - Tempat yang bersih dan nyaman - Tempat parkir yang sangat luas 	<ul style="list-style-type: none"> - Terdapat Waroeng jadul yang menyediakan makanan minuman khas Patiayam - Terdapat mobil <i>jeep</i> untuk tracking 	<ul style="list-style-type: none"> - Terdapat tempat berteduh dan spot foto untuk wisatawan - Tersedia mobil <i>jeep</i> untuk mengantar 	<ul style="list-style-type: none"> - Fasilitas mobil <i>jeep</i> untuk mengantar ke lokasi wisata

Wisata Halal (<i>Halal Tourism</i>)	Destinasi Wisata			
	Museum Purbakala Patiayam	Patiayam Adventure (<i>Offroad</i>)	Sendang Pengilon	Goa Jepang
		ke semua destinasi yang ada di Desa Terban - Tersedia berbagai macam penawaran paket wisata - Terdapat tempat ibadah - Terdapat penginapan Patiayam <i>homestay</i>	wisatawan menuju tempat tujuan	
Aksesibilitas (<i>Accessibilities</i>)	- Mudah di kunjungi karena terletak di samping jalan utama Desa Terban - Infratrakstur jalan yang sudah beraspal - Dapat di akses menggunakan google maps	- Jarak antara museum dengan Patiayam Adventure 50 meter	- Medan jalan yang sangat menantang karena di dalam hutan, cocok untuk <i>tracking</i> dengan menyuguhkan pemandangan pada setiap perjalanan.	- Akses jalan yang berbatu dan berbentuk tanah. - Berjarak 3 km dari Museum Purbakala Patiayam
Keramahtamahan yang ditawarkan (<i>Hospitality</i>)	- Petugas yang ramah dan sopan - masyarakat sekitar yang antusias dan ramah ketika terdapat pengunjung	- Karyawan atau petugas yang sigap dan ramah	- Masyarakat yang menjunjung tinggi nilai norma dan adat istiadat Desa Terban - Masyarakat atau guide selalu sedia jika ada wisatawan yang ingin diantar menuju ke destinasi wisata	- Masyarakat atau <i>guide</i> selalu sedia jika ada wisatawan yang ingin diantar menuju ke destinasi wisata

Sumber : Data primer diolah, 2022

Keberadaan objek wisata potensial yang dapat dikembangkan secara lebih intensif dalam jangka panjang, dapat meningkatkan kontribusi pemda dalam pengembangan wisata halal di daerahnya. Membangun suatu konsep wisata halal tentunya harus memiliki distingsi yang berbeda dengan konsep wisata pada umumnya. Desa Wisata Terban dengan potensi yang dimilikinya bermetamorfosis untuk mampu mensejajarkan diri dengan *halal tourism* lainnya melalui berbagai langkah dan upaya antara lain sebagai berikut:

Tabel 4. Potensi *Halal Tourism* Desa Wisata Terban

Kategori	Indikator	Potensi
Konsumsi (Usaha Penyedia Makanan dan	Makanan dan minuman yang terjamin kehalalannya	Makanan khas desa wisata Patiayam yang terjamin kehalalannya, seperti sup fosil, sego godong jati, grontol jagung, jahe, kopi pace, dan menu khas lainnya.

Kategori	Indikator	Potensi
Minuman)	Terdapat sertifikat halal dari MUI setempat	Sampai saat ini produk makanan yang ada belum tersertifikasi halal. Namun proses untuk menuju sertifikasi halal telah diinisiasi salah satunya pada produk kopi pace.
	Terjaga kebersihan lingkungan dan keamanan makanannya	Lingkungan warung jadoel Patiayam sangat terjaga kebersihan dan keamanan makanannya sehingga dapat memberi rasa nyaman bagi wisatawan.
Hotel (Homestay atau Penginapan)	Tidak mengandung unsur pornoaksi	Dilakukan verifikasi data wisatawan saat reservasi.
	Terdapat fasilitas yang memudahkan beribadah	Disediakan tempat ibadah bagi wisatawan muslim
	Tidak terdapat aktivitas non halal	Dilakukan verifikasi data wisatawan saat reservasi.
	Jika terdapat spa, sauna, massage, terapis laki-laki untuk pelanggan laki-laki dan sebaliknya	Belum terdapat layanan spa, sauna, <i>massage</i> pada Patiayam <i>Homestay</i>
Biro Perjalanan dan pramuwisata	<ul style="list-style-type: none"> - Menyelenggarakan paket wisata sesuai kriteria <i>halal tourism</i>. - Mempunyai akomodasi yang sesuai panduan <i>halal tourism</i> - <i>Guide</i> (pramuwisata) paham dan dapat menginternalisasikan nilai nilai syariah pada saat bertugas 	Tersedia beberapa pilihan paket wisata yang tetap memfasilitasi wisatawan muslim.

Sumber : Data primer diolah, 2022

Keberadaan potensi wisata pada Desa Terban yang cukup tinggi merupakan modal dasar yang besar untuk menciptakan keunggulan kompetitif di bidang pariwisata pada desa tersebut. Pendekatan OVOP dapat menjadi salah satu sudut pandang pengembangan desa melalui penguatan pada produk unggulannya. Mendasarkan pada prinsip dasar OVOP, pengembangan *halal tourism* pada Desa Wisata Terban dapat dilakukan sebagai berikut:

Tabel 5 Prinsip Dasar OVOP pada Pengembangan *Halal Tourism* Desa Wisata Terban

Destinasi Wisata Desa Terban	Prinsip Dasar OVOP		
	Lokal tetapi global	Kemandirian dan kreatifitas	Pengembangan SDM
<ul style="list-style-type: none"> - Museum Purbakala Patiayam - Patiayam <i>Adventure</i> - Sendang Pengilon - Goa Jepang 	<ul style="list-style-type: none"> - Kerangka atau fosil Museum Purbakala Patiayam yang digunakan sebagai objek wisata pendidikan - Lokasi sudah dapat diakses dengan 	<ul style="list-style-type: none"> - Wisata yang lebih besar dikelola masyarakat setempat - Dibentuk paguyuban pengelola wisata (POKDARWIS) 	<ul style="list-style-type: none"> - Wisata ini menjadikan sumber daya manusia (SDM) lebih mengenal dan paham akan benda-benda purbakala yang

Destinasi Wisata Desa Terban	Prinsip Dasar OVOP		
	Lokal tetapi global	Kemandirian dan kreatifitas	Pengembangan SDM
	<i>google maps</i> - Reservasi wisata dapat diakses secara online melalui www.pandoin.com		tidak dimiliki oleh wisata lain. - Diadakan festival Patiayam setiap tahunnya

Sumber : Data primer diolah, 2022

Sebagai sebuah pendekatan untuk mengoptimalkan dan memberikan distingsi pada tiap desa, OVOP mendasarkan pada prinsip *local but global* dimana dengan menggunakan dasar lokal tetapi mempunyai pandangan luas untuk mewujudkan globalisasi. Hal ini telah menjadi keunggulan desa wisata Patiayam sebagai situs purbakala yang hanya ada beberapa tempat di Indonesia. Prinsip berikutnya yaitu *self reliance and creativity* dimana OVOP harus dikembangkan berdasarkan kemandirian, inisiatif dan kreativitas. Hal tersebut dapat dilihat dari kesadaran masyarakat untuk mengembangkan kawasan wisata di daerahnya dengan berbagai fasilitas penunjang dan inovasi produk wisata. Selain dibentuk paguyuban pengelola wisata (Pokdarwis) menjadi wadah untuk pengembangan wisata.

Prinsip yang ketiga yaitu *human resource and development* dimana pengembangan OVOP harus dapat membawa SDM yang ada agar lebih mandiri serta kreatif. Pengembangan kualitas SDM melalui berbagai peningkatan *skill* salah satunya terkait pemahaman benda purbakala, kemampuan bahasa asing, digital marketing, dan komunikasi massa terus ditingkatkan. Salah satu upaya untuk lebih mengenalkan Desa Wisata Terban salah satunya melalui Festival Patiayam yang diselenggarakan setiap tahun. Festival ini beragam kegiatan seperti pertunjukan seni tari, teater, wayang kulit, rebana, reboisasi alam dengan penanaman 1000 bibit di lereng Patiayam, dan beragam lomba.

Pengembangan desa wisata Patiayam berbasis OVOP merupakan kombinasi dari bentuk kebijakan *top buttom* maupun *bottom up*. Selain inisiasi masyarakat pemerintah melalui Dinas Kebudayaan dan Pariwisata juga menyambut positif pengembangan kawasan wisata ini. Bentuk partisipasi masyarakat dalam hal ini lebih menitikberatkan pada kemampuan masyarakat lokal dalam pembangunan wisata, tidak lain adalah dengan peluang berkembangnya industri pendukung pariwisata, peningkatan keterampilan dan pendidikan dalam kegiatan jasa ekowisata. Peran masyarakat ini jika terwujud akan bermanfaat dan secara langsung dapat dirasakan oleh masyarakat melalui terbukanya kesempatan kerja sehingga dapat meningkatkan pendapatan. Selain itu, sentuhan pengelolaan masyarakat dapat mewujudkan upaya konservasi dan memberikan dampak positif bagi wisatawan dalam hal kesepahaman budaya.

Desain pengembangan wisata jangka panjang pada Desa Wisata Terban yaitu dengan tetap menjaga kearifan lokal masyarakat setempat berinovasi dalam pengembangan paket wisata Patiayam *Adventure* yang berkolaborasi dengan wisata lain diluar Desa Terban seperti Wisata Logung dan Wisata Muria. Beberapa upaya pengembangan wisata halal dengan berbasis OVOP pada destinasi Desa Wisata Terban meliputi:

- 1) Pengenalan akses pasar melalui promosi secara *offline* maupun *online*. melalui media sosial salah satunya adalah melalui instagram yaitu @museum_situspatiayam, @patiayamadventure.
- 2) Peningkatan infrastruktur fasilitas pendukung seperti area parkir, penginapan, papan petunjuk dan juga akses jalan.
- 3) Mengagendakan rutin penyelenggaraan Festival Patiayam yang mengenalkan berbagai ragam budaya, kearifan lokal dan potensi desa.
- 4) Meningkatkan kualitas sumber daya manusia melalui berbagai pelatihan yang diselenggarakan oleh Pokdarwis.
- 5) Mengoptimalkan peran serta masyarakat setempat dalam pengembangan wisata berbasis *Community Based Tourism (CBT)*.

Selain masyarakat, stakeholder lain yang berperan penting dalam pengembangan wisata halal berbasis OVOP adalah pemerintah dan swasta. Peran pemerintah selain dalam bentuk kebijakan yang bersifat afirmatif diharapkan mampu turut serta utamanya terkait dengan infrastruktur. Saat ini infrastruktur yang masih banyak memerlukan perhatian pemerintah adalah terkait akses jalan menuju destinasi pendukung seperti arah menuju gardu pandang dan sendang pengilon. Terkait dengan stakeholder ketiga, pengelola masih memiliki PR besar untuk dapat meningkatkan keyakinan pihak swasta untuk melakukan investasi.

Namun demikian, upaya pengembangan *halal tourism* pada Desa Wisata Terban, tidak dapat dilepaskan pada dua aspek baik faktor pendukung maupun faktor penghambat. Diantara faktor pendukungnya diantaranya adalah meliputi:

- 1) Besarnya support dari masyarakat setempat
- 2) Lahan yang luas dan didukung dengan panorama alam yang indah
- 3) Potensi besar untuk mengintegrasikan dengan wisata lain seperti Wisata Logung dan Wisata Muria.

Namun demikian, masih terdapat faktor penghambat diantaranya adalah:

- 1) Belum optimalnya tindak lanjut dan mitra kerjasama dari pemerintah maupun swasta
- 2) Belum adanya standarisasi halal pada produk makanan lokal
- 3) Infrastruktur jalan masih belum optimal

Upaya pengembangan menjadi desa wisata berbasis *halal tourism* melalui OVOP, selain dilakukan identifikasi terhadap potensi wisata harus diikuti dengan peningkatan pengetahuan sumber daya manusia tentang *halal tourism* agar masyarakat dapat terlibat langsung dalam manajemen pengembangan. Pengembangan ini dalam jangka panjang mampu memberikan kontribusi positif melalui:

- 1) peningkatan jumlah lapangan pekerjaan sehingga dapat mengurangi kasus pengangguran
- 2) Peningkatan produktivitas sehingga dapat mensejahterakan masyarakat.
- 3) Mengurangi kesenjangan pembangunan yang terjadi antara desa dan kota
- 4) Meninimalisir gap pertumbuhan ekonomi antara desa dan kota
- 5) Memberikan solusi atas masalah depopulasi penduduk usia produktif yang terjadi di pedesaan.
- 6) Meningkatkan *added value* atas *local wisdom* yang ada pada masyarakat
- 7) Menaikkan *bergainning position* desa baik secara lokal, regional maupun nasional
- 8) meminimalisir *under estimation* terhadap produk lokal selama ini terjadi

KESIMPULAN

Desa Wisata Terban melalui kawasan wisata Patiayam memiliki potensi besar untuk dikembangkan sebagai produk unggulan desa melalui pendekatan OVOP. Dengan mendasarkan pada potensi *local but global, self reliance and creativity* serta *human resource and development* kawasan wisata Patiayam dapat menjadi salah satu destinasi unggulan *halal tourism* di Kabupaten Kudus. Pengembangan kawasan wisata halal ini terbukti mampu memberikan kontribusi positif diantaranya adalah munculnya jenis mata pencaharian baru, meningkatnya pendapatan masyarakat, meningkatnya *bargaining possition* desa, dan pengelolaan lingkungan yang semakin baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Anonim. 2018. "Travel & Tourism Global Economic Impact & Issues 2018." *World Travel & Tourism Council*. diakses <http://www.statista.com/statistics/233223/travel-and-tourism--totaleconomic-contribution-worldwide/>.
- Chookawey, S., Chanin, O., Charatarawat, J., Sriprasert, P., & Nimpaya. 2015. "Increasing Halal Tourism Potential at Andaman Gulf In." *Journal of Economics Business and Management* 3(7).
- Crescent Rating. 2018. *Global Muslim Travel Index*.
- Gai, A. M., Witjaksono, A., & Maulida, R. R. 2020. *Perencanaan Dan Pengembangan Desa*. Dream Litera Buana.
- Kemenpar. 2015. "Kajian Pengembangan Wisata Syari'ah." In Jakarta: Asdep Litbang Kebijakan Kepariwisata, 12.
- Kementerian Perindustrian RI. 2007. "Peraturan Menteri Perindustrian No 78/2007." : 1–6.
- Kutsiyah, Farahdilla. 2017. "Performa Desa Yang Diusulkan Untuk Penerapan One Village One Product (OVOP) Di Kabupaten Pamekasan." *IQTISHADIA Jurnal Ekonomi & Perbankan Syariah* 4(1): 24–42.
- Nisa, Fauzatul Laily. 2022. "Pengembangan Wisata Halal Di Jawa Timur Dengan Konsep Smart Tourism." *Journal of Islamic Tourism, Halal Food, Islamic Traveling, and Creative Economy* 2(1): 13–26.
- Nurohman, Yulfan Arif, and Rina Sari Qurniawati. 2021. "Strategi Pengembangan Desa Wisata Menggoro Sebagai Wisata Halal." *Among Makarti* 14(1): 1–14.
- Oka A Yoeti. 1997. "Perencanaan Dan Pengembangan Pariwisata." In Jakarta: PT.Pradnya Paramitha, 40.
- Anonim. 2007. "Peningkatan Efektifitas Pengembangan Industri Kecil Dan Menengah Melalui Pendekatan Satu Desa Satu Produk (One Village One Product - OVOP) diakses 16 Desember 2022. <http://ikm.kemenerperin.go.id/media/1096/menperinplus78plustahunplus2007plusovop.pdf>.
- Peraturan Menteri Pariwisata RI No. 29 Tahun 2015*. 2019.

- Priadi, Andri et al. 2020. "Penguatan Ekonomi Kreatif Berbasis Sumber Daya Desa Di Kelurahan Rempoa." *Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat* 1(3): 356–59.
- Rakhmawati, Ita. 2019. "Pemberdayaan UMKM Berbasis 'One Village One Product (OVOP)' Sebagai Gerakan Ekonomi Kerakyatan Pada Industri Logam Desa Hadipolo Kudus." *BISNIS : Jurnal Bisnis dan Manajemen Islam* 7(1): 17.
- Saldana, Miles; Hubberman; 2014. *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: UI Press.
- Santoso, Eko Budi et al. 2021. "Pengembangan Wisata Halal Di Kota Banda Aceh." *Jurnal Ilmu Pemerintahan Widya Praja* 47(2): 195–208.
- Sedarmayanti, Gumelar S, Sastrayuda & Lia Afriza. 2018. "Pembangunan & Pengembangan Pariwisata." In Bandung: PT. Refika Aditama, 168.
- Sucipto, Hery; Andayani, Fitria. 2014. *Wisata Syariah Karakter, Potensi, Dan Tantanganya*. Jakarta: Grafindo Book Media.
- Sugiyono. 2015. *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Alfabeta.
- Syafira, Ananda Yumnatus, Elya Kurniawati, and Nur Hadi. 2021. "Wisata Alam Coban Putri Sebagai Objek Dalam Penguatan Ekonomi Masyarakat Desa Tlekung." *Journal of Education, Humaniora and Social Sciences (JEHSS)* 4(2): 1105–12.
- Undang Undang Republik Indonesia No. 6 Tahun 2014 Tentang Desa*. 2014.