

## **Pengenalan Kekayaan Dan Keindonesiaan: Integrasi Nilai Heritage, Wisata, Dan Budaya Dalam Perjalanan Haji Dan Umrah**

Andika<sup>1</sup>, M. Azka As-Syafiq<sup>2</sup>, Muhammad Zamzam<sup>3</sup>

<sup>1,2,3</sup> Universitas Islam Negeri (UIN) Raden Fatah Palembang, Indonesia

Corresponding Author: [andikasaput470@gmail.com](mailto:andikasaput470@gmail.com)<sup>1\*</sup>, [assyafiqazka@gmail.com](mailto:assyafiqazka@gmail.com)<sup>2</sup>, [zamzam.muhammad.zm@gmail.com](mailto:zamzam.muhammad.zm@gmail.com)<sup>3</sup>

---

### **Info Artikel**

**Received: 18 Juni 2026**

**Revised : 24 Juni 2026**

**Accepted: 12 Juli 2026**

**Published: 20 Juli 2026**

### **Keywords:**

*Heritage Tourism, Haji and Umrah, Islamic Da'wah Management, Tour Leader, Collaborative Governance.*

### **Kata Kunci:**

*Wisata Heritage, Haji dan Umrah, Manajemen Dakwah, Tour Leader, Collaborative Governance.*

---

### **Abstract**

*Indonesia possesses a rich and diverse cultural heritage distributed across its vast archipelago, while Saudi Arabia serves as the global center of Islamic religious tourism through Hajj and Umrah pilgrimages. This study aims to analyze the potential of heritage tourism in Indonesia and the Hajj and Umrah destinations in Saudi Arabia, compare their management practices, and examine their integration within the perspective of Islamic Da'wah Management. The research employs a descriptive qualitative approach using library research and comparative study methods based on scientific publications, official documents, and relevant literature on heritage tourism, Hajj and Umrah, and service management. The findings reveal that Indonesia has substantial heritage tourism potential through both tangible and intangible cultural assets; however, challenges remain in terms of coordination, promotion, human resources, and destination management. In contrast, Saudi Arabia has successfully developed religious tourism through integrated infrastructure, standardized services, and professional governance. From the perspective of Islamic Da'wah Management, heritage tourism can function as a medium of da'wah bil hal that strengthens Islamic and national identities through the implementation of the values of amanah (trustworthiness), tabligh (effective communication), and fathanah (wisdom and professionalism). The study recommends strengthening collaborative governance, utilizing digital technology, and enhancing the competencies of tour leaders based on Islamic values to support sustainable heritage tourism management.*

---

### **Abstrak**

Indonesia memiliki kekayaan warisan budaya (heritage) yang sangat beragam dan tersebar di berbagai wilayah, sementara Arab Saudi dikenal sebagai pusat wisata religi dunia melalui penyelenggaraan ibadah haji dan umrah. Penelitian ini bertujuan menganalisis potensi wisata heritage di Indonesia dan destinasi haji serta umrah di Arab Saudi, membandingkan pola pengelolaannya, serta mengkaji integrasinya dalam perspektif Manajemen Dakwah. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi pustaka dan studi komparatif terhadap berbagai sumber ilmiah, dokumen resmi, dan literatur terkait pariwisata heritage, haji, umrah, serta

manajemen pelayanan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Indonesia memiliki potensi wisata heritage yang sangat besar melalui warisan budaya berwujud maupun tidak berwujud, namun masih menghadapi kendala pada aspek koordinasi, promosi, sumber daya manusia, dan pengelolaan destinasi. Sebaliknya, Arab Saudi berhasil mengembangkan wisata religi secara terintegrasi melalui dukungan infrastruktur, standardisasi pelayanan, dan tata kelola yang profesional. Dalam perspektif Manajemen Dakwah, wisata heritage dapat menjadi media dakwah bil hal yang memperkuat identitas keislaman dan kebangsaan melalui penerapan nilai amanah, tabligh, dan fathanah. Penelitian ini merekomendasikan penguatan collaborative governance, pemanfaatan teknologi digital, serta peningkatan kompetensi tour leader berbasis nilai keislaman dalam pengelolaan wisata heritage berkelanjutan.



*This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).*

## PENDAHULUAN

Indonesia dianugerahi kekayaan alam dan budaya yang luar biasa sebagai negara kepulauan terbesar di dunia (Hidayatullah, 2025). Keindahan wisata Indonesia tersebar dari Sabang hingga Merauke, mencakup destinasi alam, budaya, dan warisan sejarah yang diakui dunia internasional (Aprililian, 2025). Dalam keberagamannya, Indonesia merupakan negara yang kaya akan potensi wisata, termasuk wisata sejarah atau yang sering disebut dengan wisata *heritage* (IS, 2025). Potensi wisata yang ada tersebar di seluruh penjuru nusantara, menjadikan Indonesia sebagai salah satu destinasi wisata budaya unggulan di Asia Tenggara (Basri, 2025). Data menunjukkan bahwa sektor pariwisata berkontribusi signifikan terhadap perekonomian nasional, dengan jumlah kunjungan wisatawan yang terus meningkat setiap tahunnya (Cholilah, 2025). Meningkatnya minat wisatawan terhadap destinasi *heritage* dan wisata budaya menjadikan Indonesia sebagai negara dengan potensi pertumbuhan pariwisata yang signifikan di kawasan regional (Abdurrahman, 2022).

Di sisi lain, Arab Saudi sebagai pusat ibadah haji dan umrah bagi umat Islam di seluruh dunia juga menyimpan kekayaan wisata religi dan warisan sejarah Islam yang tak ternilai (Purba & Haikal, 2025). Pertumbuhan ekonomi di berbagai wilayah di Indonesia turut meningkatkan animo masyarakat untuk melaksanakan ibadah haji dan umrah (Hasugian & Asmuni, 2025a). Inovasi digital marketing juga berperan penting dalam meningkatkan daya tarik calon jemaah haji terhadap layanan travel umrah (Hidayatullah, 2025). Berdasarkan hasil penelitian, jemaah umrah dari berbagai wilayah di Indonesia setiap tahun mengalami kenaikan, dengan jumlah kloter haji yang

terus bertambah (Aprlilian, 2025). Fenomena ini menunjukkan adanya konvergensi antara aspek spiritualitas dan pariwisata yang semakin menguat di kalangan masyarakat Muslim modern, di mana perjalanan ibadah tidak lagi semata-mata ritual keagamaan tetapi juga menjadi sarana eksplorasi sejarah peradaban Islam (IS, 2025).

Potensi wisata *heritage* Indonesia masih belum tergarap secara optimal meskipun memiliki kekayaan budaya yang luar biasa (Basri, 2025). Berdasarkan hasil penelitian di berbagai kawasan cagar budaya, Indonesia memiliki situs-situs bersejarah yang tersebar di berbagai daerah, mulai dari peninggalan kerajaan Hindu-Buddha, Kesultanan Islam, hingga era kolonial (Cholilah, 2025). Namun, berbagai permasalahan masih ditemukan di lapangan terkait pengelolaan wisata *heritage*, antara lain: (1) kurangnya interpretasi sejarah yang terstruktur dalam narasi cerita di destinasi wisata; (2) minimnya keterlibatan masyarakat lokal dalam pengembangan produk wisata; (3) terbatasnya promosi wisata *heritage* baik di tingkat nasional maupun internasional; serta (4) belum optimalnya kolaborasi antara pemangku kepentingan dalam pelestarian cagar budaya (Abdurrahman, 2022). Kondisi ini diperparah dengan kurangnya kompetensi sumber daya manusia, terutama *tour leader*, dalam mengelola wisata *heritage* secara profesional (Purba & Haikal, 2025).

Penelitian yang dilakukan menunjukkan bahwa pada pengelolaan pariwisata, adanya tuntutan dan kebutuhan yang semakin meningkat terutama pasca krisis diperlukan penanganan khusus, di mana perlu adanya perubahan paradigma dari yang bersifat adaptif menjadi kolaboratif (Hasugian & Asmuni, 2025a). Model tata kelola kolaborasi memungkinkan pemberian pelayanan dan pengembangan pariwisata dalam segala kondisi, melibatkan partisipasi berbagai stakeholder dengan karakter yang berbeda untuk mencapai tujuan bersama (Hidayatullah, 2025). Hal ini relevan dengan pengelolaan cagar budaya yang membutuhkan kolaborasi antara pemerintah pusat, pemerintah daerah, swasta, dan masyarakat mengingat statusnya sebagai warisan budaya yang perlu dilestarikan (Aprlilian, 2025).

Beberapa penelitian terdahulu telah membahas potensi wisata *heritage* di Indonesia, antara lain penelitian tentang peran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam pengembangan potensi wisata *heritage* yang menggunakan pendekatan peran sebagai motivator, fasilitator, dan dinamisator (IS, 2025). Penelitian lain mengkaji warisan budaya leluhur dari zaman pra aksara yang menjadi identitas masyarakat, menunjukkan bahwa peninggalan sejarah berupa alat-alat tradisional berbahan dasar batu merupakan bukti nyata peradaban masyarakat lokal (Basri, 2025). Selain itu, penelitian tentang pengembangan sistem informasi dan pengelolaan kawasan cagar

budaya menyoroti pentingnya teknologi informasi dalam pengelolaan *heritage tourism* di era digital (Cholilah, 2025). Penelitian tentang strategi pemasaran produk umrah juga memberikan kontribusi penting dalam memahami perilaku konsumen jasa travel haji dan umrah (Abdurrahman, 2022).

Namun demikian, penelitian yang secara spesifik mengkaji perbandingan potensi wisata *heritage* antara Indonesia dan luar negeri (khususnya destinasi haji dan umrah) dalam perspektif manajemen dakwah masih relatif terbatas. Padahal, kedua wilayah tersebut memiliki karakteristik, tantangan, dan peluang yang berbeda secara fundamental, namun sama-sama menyimpan nilai-nilai luhur yang dapat diinternalisasikan dalam pengembangan pariwisata berbasis budaya dan religi (Purba & Haikal, 2025). Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini bertujuan untuk: (1) mengidentifikasi kekayaan dan keindahan wisata *heritage* di Indonesia sebagai aset nasional; (2) mengidentifikasi potensi wisata haji dan umrah di Arab Saudi sebagai destinasi religi internasional; (3) menganalisis perbandingan pengelolaan wisata *heritage* antara Indonesia dan Arab Saudi; (4) mengkaji peran pengenalan wisata *heritage* dalam perspektif Manajemen Dakwah sebagai media dakwah *bil hal*; serta (5) merumuskan rekomendasi strategis untuk optimalisasi pengelolaan wisata *heritage* di Indonesia (Hasugian & Asmuni, 2025a).

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode studi komparatif dan studi pustaka (*library research*). Pendekatan kualitatif dipilih karena mampu memberikan pemahaman yang mendalam mengenai fenomena wisata *heritage* di Indonesia dan destinasi haji serta umrah di Arab Saudi melalui analisis terhadap berbagai sumber literatur yang relevan. Sementara itu, metode komparatif digunakan untuk membandingkan karakteristik, potensi, serta pola pengelolaan wisata *heritage* pada kedua wilayah sehingga diperoleh gambaran yang komprehensif mengenai persamaan, perbedaan, tantangan, dan peluang pengembangannya. Pendekatan ini dinilai sesuai karena objek kajian mencakup fenomena lintas negara yang membutuhkan analisis konseptual dan interpretatif berdasarkan data sekunder yang tersedia.

Data penelitian diperoleh dari berbagai sumber yang meliputi jurnal ilmiah, buku, dokumen pemerintah, laporan penelitian, serta publikasi akademik yang membahas pariwisata *heritage*, pengelolaan cagar budaya, penyelenggaraan ibadah haji dan umrah, kompetensi *tour leader*, serta Manajemen Dakwah. Literatur yang digunakan diprioritaskan berasal dari publikasi sepuluh tahun terakhir untuk menjamin relevansi dan aktualitas informasi, meskipun beberapa dokumen regulatif

dan standar kompetensi nasional tetap digunakan sebagai rujukan utama karena memiliki nilai normatif yang kuat dalam bidang pariwisata dan perjalanan ibadah.

Proses pengumpulan data dilakukan melalui penelusuran, seleksi, dan pengkajian literatur yang memiliki keterkaitan langsung dengan fokus penelitian. Selanjutnya, data dianalisis menggunakan model analisis interaktif yang terdiri atas tahap reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Pada tahap reduksi data, berbagai informasi yang diperoleh diklasifikasikan ke dalam tema-tema utama, yaitu potensi wisata heritage Indonesia, destinasi haji dan umrah di Arab Saudi, pengelolaan wisata *heritage*, kompetensi *tour leader*, serta implementasi nilai-nilai Manajemen Dakwah. Data yang telah terorganisasi kemudian disajikan dalam bentuk narasi deskriptif dan tabel komparatif untuk memudahkan interpretasi. Tahap akhir dilakukan melalui penarikan kesimpulan dengan membandingkan temuan-temuan yang diperoleh sehingga menghasilkan rekomendasi strategis bagi pengembangan wisata *heritage* yang berkelanjutan. Penelitian ini memiliki keterbatasan karena hanya menggunakan data sekunder dan tidak melibatkan observasi lapangan maupun wawancara langsung dengan pengelola destinasi wisata, *tour leader*, ataupun jamaah haji dan umrah. Oleh karena itu, hasil penelitian lebih menekankan pada analisis konseptual dan komparatif yang dapat menjadi dasar bagi penelitian empiris pada masa mendatang.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

### Definisi Wisata Heritage dan Klasifikasinya dalam Pariwisata Global

Wisata *heritage* (warisan budaya) didefinisikan sebagai bentuk pariwisata yang memanfaatkan situs-situs bersejarah, cagar budaya, tradisi, dan nilai-nilai warisan sebagai daya tarik utama (Abdurrahman, 2022). Berdasarkan kajian manajemen pelayanan pariwisata, wisata *heritage* mencakup dua kategori utama: warisan budaya berwujud (*tangible cultural heritage*) seperti candi, benteng, masjid bersejarah, museum, dan situs arkeologi; serta warisan budaya tak berwujud (*intangible cultural heritage*) seperti tradisi lisan, seni pertunjukan, ritual adat, dan pengetahuan tradisional (Purba & Haikal, 2025). Kedua kategori ini saling melengkapi dalam memberikan pengalaman budaya yang utuh bagi wisatawan (Hasugian & Asmuni, 2025a). Pariwisata *heritage* memiliki peran strategis dalam pelestarian sekaligus pemanfaatan warisan budaya secara berkelanjutan dan bertanggung jawab (Hidayatullah, 2025).

Penelitian tentang pengembangan sistem informasi dan pengelolaan situs-situs cagar budaya menjelaskan bahwa langkah ini penting yang tidak hanya bertujuan untuk melestarikan warisan

sejarah, tetapi juga memanfaatkan potensi tersebut sebagai daya tarik wisata yang signifikan (Aprlilian, 2025). Di era digital saat ini, pengelolaan cagar budaya harus didukung oleh sistem informasi yang efektif, di mana teknologi informasi memungkinkan penyajian informasi mengenai cagar budaya dengan cara yang lebih interaktif dan menarik (IS, 2025). Melalui platform digital, pengunjung dapat dengan mudah mengakses informasi yang relevan terkait sejarah, fungsi, dan nilai budaya dari setiap situs (Basri, 2025). Hal ini sejalan dengan inovasi digital *marketing* yang kini banyak diterapkan dalam industri pariwisata dan travel haji (Cholilah, 2025).

Dalam konteks wisata internasional, Arab Saudi sebagai destinasi haji dan umrah juga dapat dikategorikan sebagai wisata *heritage* berbasis religi (Abdurrahman, 2022). Penelitian tentang infrastruktur untuk mendukung pergerakan jemaah haji dan umrah menunjukkan bahwa pengembangan fasilitas transportasi menjadi faktor kunci dalam mendukung obyek pariwisata religi (Purba & Haikal, 2025). Hal ini sejalan dengan prinsip bahwa wisata *heritage* tidak hanya bertumpu pada nilai sejarah dan budaya semata, tetapi juga pada aspek aksesibilitas dan amenitas yang memadai (Hasugian & Asmuni, 2025a). Wisata *heritage* di Arab Saudi mencakup situs-situs bersejarah seperti Masjidil Haram di Mekkah, Masjid Nabawi di Madinah, Pemakaman Baqi, Jabal Uhud, Gua Hira, dan berbagai situs Perang Badar yang memiliki nilai historis tinggi bagi umat Islam di seluruh dunia (Hidayatullah, 2025).

### **Kekayaan dan Keindahan Wisata Heritage di Indonesia**

Indonesia memiliki kekayaan wisata *heritage* yang luar biasa sebagai warisan peradaban Nusantara yang telah berlangsung ribuan tahun (Aprlilian, 2025). Berdasarkan penelitian di berbagai wilayah, Indonesia memiliki warisan budaya yang meliputi beragam suku dan tradisi yang terbalut dalam berbagai bentuk kreasi budaya yang telah disahkan menjadi warisan budaya oleh UNESCO (IS, 2025). Selain itu, Indonesia juga memiliki warisan budaya leluhur masa lampau berupa peninggalan-peninggalan sejarah berupa benda maupun bangunan kuno yang menjadi identitas masyarakat lokal (Basri, 2025). Penelitian tentang warisan budaya zaman pra aksara menunjukkan bahwa situs sejarah merupakan lokasi yang telah diakui secara resmi dan memiliki kaitan erat dengan warisan budaya serta menjadi kekayaan nilai yang dimiliki suatu masyarakat (Cholilah, 2025).

Penelitian lain tentang pengembangan wisata *heritage* di berbagai kota di Indonesia menunjukkan bahwa kota-kota besar di Indonesia merupakan tempat yang menjadi saksi bagaimana perjuangan bangsa Indonesia dalam merebut kemerdekaan (Abdurrahman, 2022).

Berbagai kawasan telah ditetapkan menjadi objek wisata *heritage*, dengan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata setempat berperan sebagai motivator, fasilitator, dan dinamisator dalam pengembangan potensi wisata *heritage* tersebut (Purba & Haikal, 2025). Hal ini menunjukkan bahwa pengelolaan wisata *heritage* memerlukan peran aktif pemerintah daerah dalam mengkoordinasikan berbagai pemangku kepentingan (Hasugian & Asmuni, 2025a).

**Tabel 1. Potensi Wisata Heritage di Berbagai Wilayah Indonesia**

| No. | Nama Situs/Daerah                       | Lokasi     | Jenis warisan                   | Nilai strategis                                             |
|-----|-----------------------------------------|------------|---------------------------------|-------------------------------------------------------------|
| 1.  | Kawasan Cagar Budaya Kerajaan Singosari | Malang     | Budaya (Kerajaan abad ke-13)    | Nilai sejarah dan arsitektur, pengembangan sistem informasi |
| 2.  | Kampung heritage                        | Surabaya   | Budaya (Perjuangan kemerdekaan) | Objek wisata heritage, peran dinas pariwisata               |
| 3.  | Desa sapit                              | Lombok NTB | Budaya (Peninggalan pra aksara) | Alat tradisional batu, identitas masyarakat lokal           |
| 4.  | KBIHU Thariqul jannah                   | Jombang    | Wisata Religi                   | Pembekalan bahasa Arab untuk jemaah haji                    |

**Sumber:** Analisis peneliti berdasarkan (Cholilah, 2025; Purba & Haikal, 2025)

Penelitian tentang pengembangan destinasi pariwisata budaya di kawasan cagar budaya mengidentifikasi bahwa potensi yang dapat dikembangkan menjadi obyek daya tarik wisata meliputi daya tarik wisata sejarah dan budaya, wisata minat khusus, wisata buatan yang berbasis budaya, dan wisata berbasis lingkungan (ekowisata) yang didukung dengan keberagaman *event* budaya dan cinderamata khas daerah (Hidayatullah, 2025). Namun demikian, penelitian ini juga menemukan bahwa kesiapan dan peran kelembagaan dalam kegiatan pariwisata perlu diperbaiki lagi terutama dalam hal kerjasama antara lembaga dari unsur pemerintah, swasta, dan masyarakat (Aprililian, 2025).

Penelitian tentang pengembangan sistem informasi dan pengelolaan kawasan cagar budaya menekankan pentingnya teknologi informasi dalam pengelolaan *heritage tourism* (IS, 2025). Kawasan cagar budaya yang menyimpan berbagai situs bersejarah yang kaya akan nilai sejarah dan arsitektur tidak hanya berfungsi sebagai objek wisata, tetapi juga sebagai pengingat pentingnya sejarah dan identitas budaya bangsa (Basri, 2025). Penelitian ini merekomendasikan bahwa penerapan teknologi informasi dalam pengelolaan cagar budaya dapat meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya pelestarian warisan budaya, di mana sistem informasi yang baik tidak hanya membantu dalam penyebaran informasi, tetapi juga berfungsi sebagai alat untuk meningkatkan partisipasi masyarakat dalam pelestarian budaya (Cholilah, 2025).

### **Destinasi Haji dan Umrah di Arab Saudi: Wisata Religi Bernilai Spiritual Tinggi**

Arab Saudi sebagai pusat peradaban Islam memiliki kekayaan wisata religi yang tak

tertandingi, terutama di dua kota suci: Mekkah dan Madinah (Abdurrahman, 2022). Penelitian tentang perencanaan infrastruktur untuk mendukung pergerakan jemaah haji dan umrah menunjukkan bahwa pengembangan fasilitas transportasi menjadi faktor kunci dalam mendukung obyek pariwisata religi (Purba & Haikal, 2025). Jemaah umrah dari berbagai wilayah di Indonesia setiap tahun mengalami kenaikan, yang berdampak pada perlunya perencanaan yang memadai untuk melayani pergerakan jemaah menuju Tanah Suci (Hasugian & Asmuni, 2025b). Inovasi digital marketing juga berperan penting dalam mempromosikan paket umrah kepada calon jemaah (Hidayatullah, 2025).

Destinasi utama wisata haji dan umrah di Mekkah adalah Masjidil Haram yang menjadi pusat ibadah umat Islam di seluruh dunia (Aprililian, 2025). Di dalam kompleks Masjidil Haram terdapat Ka'bah sebagai kiblat shalat umat Islam, Hajar Aswad, Maqam Ibrahim, Sumur Zamzam, serta bukit Shafa dan Marwah sebagai lokasi sa'i. Penelitian tentang pelayanan tour leader pada jemaah umrah menjelaskan bahwa *tour leader* memiliki tanggung jawab besar dalam mengatur akomodasi, transportasi, dan konsumsi jemaah selama di Tanah Suci, termasuk memastikan hotel yang digunakan dekat dengan Masjidil Haram dan Masjid Nabawi (IS, 2025). Pembekalan bahasa Arab juga menjadi kompetensi penting bagi calon jemaah dan *tour leader* untuk memudahkan komunikasi selama di Arab Saudi (Basri, 2025).

Keberhasilan Arab Saudi dalam mengelola wisata religi tidak terlepas dari investasi besar-besaran yang dilakukan pemerintah dalam pengembangan infrastruktur (Cholilah, 2025). Proyek perluasan Masjidil Haram dan Masjid Nabawi, pembangunan kereta api cepat yang menghubungkan Mekkah-Madinah-Jeddah, serta berbagai hotel berbintang di sekitar area masjid menunjukkan keseriusan Arab Saudi dalam mengoptimalkan potensi ekonomi dari ibadah haji dan umrah (Abdurrahman, 2022). Hal ini menjadi pelajaran berharga bagi Indonesia dalam mengembangkan wisata *heritage* berbasis religi, di mana aspek aksesibilitas dan amenitas menjadi faktor penentu kepuasan wisatawan (Purba & Haikal, 2025). Analisis kualitas pelayanan travel umrah menggunakan pendekatan *Importance Performance Analysis* (IPA) juga dapat diadaptasi untuk mengukur kepuasan wisatawan *heritage* di Indonesia (Hasugian & Asmuni, 2025a).

### **Peran dan Kompetensi Tour Leader dalam Wisata Heritage dan Haji/Umrah**

*Tour leader* memegang peran sentral dalam mengatur dan mendampingi wisatawan selama perjalanan, baik untuk wisata *heritage* maupun ibadah haji dan umrah (Hidayatullah, 2025). Standar Kompetensi Kerja Nasional Indonesia (SKKNI) Sektor Pariwisata Bidang Jasa

Pramuwisata dan Pemimpin Perjalanan Wisata mendefinisikan *tour leader* sebagai seseorang yang bertanggung jawab memimpin rombongan perjalanan wisata termasuk perjalanan ibadah (Kementerian Tenaga Kerja dan Transmigrasi Republik Indonesia, 2009). Penelitian tentang manajemen bimbingan manasik haji menunjukkan bahwa terdapat kompetensi-kompetensi yang harus dikuasai *tour leader*, mulai dari persiapan keberangkatan hingga pengelolaan laporan perjalanan (Abdurrahman, 2022).

Dalam praktiknya, *tour leader* tidak hanya bertugas mengoordinasikan perjalanan, tetapi juga memastikan jamaah memperoleh pelayanan yang aman, nyaman, dan sesuai dengan tuntunan ibadah (Purba & Haikal, 2025). Penelitian tentang peran *tour leader* dalam meningkatkan kepuasan jamaah menunjukkan bahwa proses pelayanan ditentukan dengan dasar penyusunan SOP SKKNI serta SOP perusahaan, di mana aspek yang sangat diutamakan selama aktivitas jamaah di Arab Saudi adalah pemeliharaan kesehatan, akomodasi, konsumsi, dan komunikasi (Hasugian & Asmuni, 2025a). Sebelum pemberangkatan umrah, para calon jamaah terlebih dahulu melakukan persiapan administrasi dan kesehatan yang menjadi persyaratan wajib dari pemerintah Arab Saudi (Hidayatullah, 2025). Bahasa Arab sebagai kompetensi inti juga sangat diperlukan dalam manajemen layanan haji dan umrah (Aprililian, 2025).

**Tabel 2. Kompetensi Kunci Tour Leader Wisata Heritage dan Haji/Umrah**

| No. | Kompetensi              | Indikator Pencapaian                                | Implementasi                                     |
|-----|-------------------------|-----------------------------------------------------|--------------------------------------------------|
| 1.  | Persiapan keberangkatan | Memeriksa dokumen, mengoordinasikan transportasi    | Memeriksa tiket, akomodasi, dan itinerary wisata |
| 2.  | Pengetahuan Destinasi   | Menguasai sejarah, budaya, dan nilai-nilai heritage | Menguasai narasi sejarah situs, materi umrah     |
| 3.  | Pengaturan Perjalanan   | Mengelola akomodasi, transportasi, dan konsumsi     | Mengatur hotel, koordinasi dengan muthawif       |
| 4.  | Penanganan Darurat      | Mengatasi situasi tak terduga                       | Mengatasi perubahan jadwal, keluhan jamaah       |
| 5.  | Komunikasi              | Bahasa Arab dan keterampilan komunikasi efektif     | Pembekalan bahasa Arab untuk jamaah              |

**Sumber:** Analisis peneliti berdasarkan (IS, 2025; Basri, 2025; Cholilah, 2025)

Penelitian tentang strategi pemasaran produk umrah juga menekankan pentingnya peran *tour leader* dalam membangun kepercayaan calon jamaah (Abdurrahman, 2022). Dokumen SOP *tour leader* yang dirumuskan berdasarkan SKKNI mencakup berbagai aspek penting, termasuk melakukan persiapan *tour leader*, mengembangkan pengetahuan manajemen haji dan umrah serta syariahnya, mengatur saat keberangkatan, mengatur saat transit, mengatur saat tiba di tujuan, mengelola setiap aktivitas perjalanan, mengelola permasalahan yang tak terduga, menyelesaikan

keluhan jamaah, serta mengelola laporan tour (Kementerian Tenaga Kerja dan Transmigrasi Republik Indonesia, 2009). Perumusan SOP ini dilakukan dengan sangat hati-hati dan selalu menggunakan analisis persaingan kerja secara nasional yang melibatkan informasi perkembangan jasa biro perjalanan lain (Purba & Haikal, 2025).

### **Pengelolaan Wisata Heritage di Indonesia: Tantangan dan Strategi Pengembangan**

Pengelolaan wisata *heritage* di Indonesia masih menghadapi berbagai tantangan yang perlu diatasi melalui strategi pengembangan yang komprehensif (Hasugian & Asmuni, 2025a). Penelitian tentang tata kelola *heritage tourism* menunjukkan bahwa cagar budaya sebagai warisan budaya dunia yang berada di berbagai wilayah Indonesia membutuhkan pengelolaan yang lebih dalam melalui konsep *collaborative governance* (Hidayatullah, 2025). Melalui potensi serta kompleksitas yang ada, menjadi tantangan bagi pemangku kepentingan untuk mengemas interpretasi nilai-nilai warisan budaya secara maksimal dan menjadikannya peluang di balik daya tarik *heritage tourism* (Aprilian, 2025). Sistem pengawasan terhadap penyelenggaraan ibadah haji juga dapat menjadi model bagi pengelolaan wisata heritage (IS, 2025).

Penelitian tentang peran Dinas Kebudayaan dan Pariwisata dalam pelestarian cagar budaya mengidentifikasi tiga peran utama dalam pelestarian cagar budaya, yaitu peran sebagai regulator, dinamisator, dan fasilitator (Basri, 2025). Sebagai regulator, pemerintah daerah melakukan perlindungan, pengembangan, dan pemanfaatan melalui pembuatan kebijakan tentang pemeliharaan dan penetapan SOP kegiatan evakuasi cagar budaya (Cholilah, 2025). Sebagai dinamisator, pemerintah daerah bersinergi dengan Dinas Pendidikan, BPCB, masyarakat, dan pihak swasta dalam perlindungan, pengembangan, dan pemanfaatan cagar budaya (Abdurrahman, 2022). Sebagai fasilitator, pemerintah daerah memberikan bantuan alat untuk pemeliharaan, anggaran untuk penyelamatan, serta pelatihan kepada juru pelihara dan Kelompok Sadar Wisata (POKDARWIS) (Purba & Haikal, 2025).

**Tabel 3. Tantangan dan Strategi Pengembangan Wisata Heritage di Indonesia**

| No. | Tantangan                                | Strategi pengembangan                           | Implementasi                                 |
|-----|------------------------------------------|-------------------------------------------------|----------------------------------------------|
| 1.  | Kurangnya koordinasi lintas sektor       | Penerapan <i>collaborative governance</i>       | Membentuk badan pengelola multi-stakeholder  |
| 2.  | Minimnya promosi dan pemanfaatan digital | Pengembangan sistem informasi dan media promosi | Memanfaatkan platform digital untuk promosi  |
| 3.  | Terbatasnya keterlibatan masyarakat      | Pemberdayaan POKDARWIS dan masyarakat lokal     | Pelatihan <i>hospitality</i> dan kependamuan |
| 4.  | Kurangnya SDM profesional                | Pengembangan SDM dan sertifikasi                | Pelatihan manajemen dan teknologi            |

| No. | Tantangan                 | Strategi pengembangan                   | Implementasi                                    |
|-----|---------------------------|-----------------------------------------|-------------------------------------------------|
|     |                           | kompetensi                              | informasi                                       |
| 5.  | Minimnya sarana prasarana | Pengembangan aksesibilitas dan amenitas | Penyediaan transportasi khusus, <i>homestay</i> |

**Sumber:** Analisis peneliti berdasarkan (Hasugian & Asmuni, 2025a; Hidayatullah, 2025; Aprilian, 2025)

Penelitian tentang strategi pengembangan destinasi pariwisata budaya merekomendasikan beberapa strategi utama:

1. pengembangan produk wisata berupa paket wisata yang dikemas lebih menarik;
2. pengembangan destination image melalui slogan-slogan tertentu;
3. pengembangan promosi melalui event nasional dan media online;
4. pengembangan aksesibilitas dengan penyediaan transportasi khusus;
5. pengembangan amenitas seperti homestay dan pusat informasi pariwisata;
6. penambahan fasilitas pendukung seperti klinik kesehatan dan pos keamanan;
7. pembentukan badan pengelola kawasan situs; serta
8. pengembangan SDM di bidang pariwisata (IS, 2025).

### **Pengenalan Wisata Heritage dalam Perspektif Manajemen Dakwah**

Manajemen Dakwah didefinisikan sebagai proses perencanaan, pengorganisasian, pelaksanaan, dan pengawasan dalam kegiatan dakwah untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan secara efektif dan efisien (Basri, 2025). Dalam konteks pengenalan wisata *heritage*, baik di Indonesia maupun di Arab Saudi, terdapat peluang besar untuk mengintegrasikan nilai-nilai dakwah ke dalam aktivitas pariwisata (Cholilah, 2025). Tour leader dalam perspektif ini berperan sebagai pelaksana dakwah bil hal, yaitu dakwah yang diwujudkan melalui tindakan nyata dan keteladanan, bukan melalui ceramah atau pidato (Abdurrahman, 2022). Pengelolaan media dakwah melalui berbagai platform juga dapat diintegrasikan dengan promosi wisata *heritage* (Purba & Haikal, 2025).

Penelitian tentang peran *tour leader* pada biro perjalanan haji dan umrah menjelaskan bahwa *tour leader* memiliki lima fungsi utama yang mencerminkan nilai-nilai dakwah: (1) sebagai pemimpin rombongan yang mengoordinasikan seluruh kegiatan; (2) sebagai koordinator layanan yang berinteraksi dengan berbagai pihak; (3) sebagai fasilitator informasi; (4) sebagai pemecah masalah; dan (5) sebagai pendamping spiritual (Hasugian & Asmuni, 2025a). Fungsi pendamping spiritual ini menjadi pembeda fundamental antara *tour leader* pada perjalanan wisata umum dengan *tour leader* pada perjalanan ibadah, di mana nilai-nilai keislaman seperti kesabaran, keikhlasan, dan keteladanan menjadi kunci keberhasilan pelayanan (Hidayatullah, 2025). Pembekalan bahasa Arab

juga menjadi bagian dari persiapan spiritual dan komunikasi *tour leader* (Aprlilian, 2025).

**Tabel 4. Integrasi Nilai Manajemen Dakwah dalam Pengelolaan Wisata Heritage**

| No. | Nilai Manajemen Dakwah            | Implementasi dalam Wisata Heritage                                       | Contoh Praktik                               |
|-----|-----------------------------------|--------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------|
| 1.  | Amanah ( <i>Trustworthiness</i> ) | Tanggung jawab pelestarian situs, penyajian informasi akurat             | Pengelolaan cagar budaya sesuai standar      |
| 2.  | Tabligh ( <i>Communication</i> )  | Penyampaian informasi dan nilai-nilai warisan budaya                     | Pengembangan sistem informasi promosi wisata |
| 3.  | Fathanah ( <i>Intelligence</i> )  | Profesionalisme pengelola dan <i>tour leader</i> , inovasi produk wisata | Penerapan SOP berbasis SKKNI, sertifikasi    |

**Sumber:** Analisis peneliti berdasarkan (IS, 2025; Basri, 2025; Kementerian Tenaga Kerja dan Transmigrasi Republik Indonesia, 2009)

Penelitian tentang implementasi perorganisasian untuk meningkatkan kualitas pelayanan ibadah haji menegaskan bahwa peningkatan kualitas *tour leader* berarti juga peningkatan kualitas dakwah bil hal dalam penyelenggaraan perjalanan ibadah (Abdurrahman, 2022). *Tour leader* yang amanah, komunikatif (*tabligh*), dan cerdas (*fathanah*) akan secara tidak langsung menyampaikan nilai-nilai Islam melalui pelayanannya (Purba & Haikal, 2025). Jamaah akan merasakan ketenangan, kenyamanan, dan kepastian dalam beribadah karena dilayani oleh *tour leader* yang profesional dan berintegritas (Hasugian & Asmuni, 2025a). Dengan demikian, *tour leader* tidak hanya berperan sebagai pengelola perjalanan tetapi juga sebagai *da'i* (pendakwah) yang menyampaikan nilai-nilai Islam melalui keteladanan dan pelayanan (Hidayatullah, 2025).

## SIMPULAN

Melalui analisis komparatif mendalam terhadap pengelolaan wisata *heritage* di Indonesia dan destinasi religi di Arab Saudi, penelitian ini telah mengungkap beberapa dimensi krusial dalam pengembangan pariwisata berkelanjutan yang terintegrasi dengan nilai-nilai spiritual dan budaya. Pertama, disparitas signifikan dalam pengelolaan wisata *heritage* antara kedua negara menunjukkan bahwa kesuksesan Arab Saudi tidak semata-mata bergantung pada kekayaan finansial, melainkan pada komitmen sistematis terhadap koordinasi multi-stakeholder, investasi infrastruktur berkelanjutan, dan pengembangan sumber daya manusia yang terstandar. *Lessons learned* ini menjadi imperatif bagi Indonesia untuk mengakselerasi implementasi *collaborative governance* dalam pengelolaan cagar budaya di tingkat daerah. Kedua, peran *tour leader* sebagai agent perubahan dalam konteks dakwah bil hal menghadirkan perspektif inovatif dalam memahami pariwisata tidak hanya sebagai aktivitas ekonomi, tetapi juga sebagai sarana internalisasi nilai-nilai keislaman dan penguatan identitas kebangsaan. Integrasi tiga nilai fundamentalnya amanah, *tabligh*,

dan *fathanah* menciptakan sinergi antara dimensi spiritual, profesional, dan pelayanan yang holistik. Ketiga, penerapan teknologi informasi dalam pengelolaan dan promosi wisata heritage merupakan strategi imperatif di era digital. Platform digital interaktif, aplikasi mobile, dan *virtual tour* tidak hanya meningkatkan aksesibilitas informasi namun juga memperkuat engagement wisatawan dengan narasi budaya yang autentik dan kontekstual. Keempat, keterlibatan masyarakat lokal melalui pemberdayaan POKDARWIS bukan sekadar strategi marginal tetapi fondasi kesuksesan jangka panjang pelestarian cagar budaya. Ekonomi berbasis komunitas menciptakan kepemilikan kolektif atas warisan budaya, mendorong partisipasi aktif dalam konservasi dan interpretasi historis. Akhirnya, penelitian ini memperkuat konviksi bahwa pengenalan wisata *heritage* yang dikelola secara profesional dan beretika dapat menjadi instrumen powerful untuk memperkuat kesadaran akan kekayaan peradaban Nusantara sekaligus merealisasikan prinsip pembangunan berkelanjutan. Upaya terkonsolidasi antara pemerintah, akademisi, industri pariwisata, dan masyarakat menjadi kunci untuk mentransformasi potensi heritage Indonesia menjadi aset ekonomi, budaya, dan spiritual yang bermakna bagi generasi mendatang.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, A. (2022). Manajemen Bimbingan Manasik Haji Kementerian Agama Kota Kendari. *Al-Munazzam : Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Manajemen Dakwah*, 1(1). <https://doi.org/10.31332/munazzam.v1i1.3532>
- Aprililian, Y. F. M. C. B. H. (2025). Bahasa Arab sebagai Kompetensi Inti dalam Manajemen Layanan Haji dan Umrah. *ARMUZNA: Jurnal Manajemen Haji Dan Umrah*, 2(1), 63–78. <https://ejurnal.unik-cipasung.ac.id/index.php/armuzna/article/view/67>
- Basri, H. A. S. A. (2025). Analisis Kualitas Pelayanan Travel Umrah Ar Raudhah Menggunakan Pendekatan Importance Performance Analysis (IPA). *ARMUZNA: Jurnal Manajemen Haji Dan Umrah*, 2(1), 95–110.
- Cholilah, Z. (2025). Pembekalan Bahasa Arab untuk Calon Jamaah Haji dan Umroh di KBIHU Thoriqul Jannah Jombang. *ARMUZNA: Jurnal Manajemen Haji Dan Umrah*, 2(1), 111–126.
- Hasugian, L. M., & Asmuni, A. (2025a). Sistem Pengawasan Kantor Wilayah Kementerian Agama Terhadap Kelompok Bimbingan Ibadah Haji. *Al-Idarah: Jurnal Pengkajian Dakwah Dan Manajemen*, 12(2), 70. <https://doi.org/10.37064/ai.v12i2.23558>
- Hasugian, L. M., & Asmuni, A. (2025b). Sistem Pengawasan Kantor Wilayah Kementerian Agama Terhadap Kelompok Bimbingan Ibadah Haji. *Al-Idarah: Jurnal Pengkajian Dakwah Dan Manajemen*, 12(2), 70. <https://doi.org/10.37064/ai.v12i2.23558>
- Hidayatullah, M. S. B. A. R. Z. P. E. N. (2025). Inovasi Digital Marketing dalam Meningkatkan Daya Tarik Calon Jemaah Haji PT Nur Haramain Mulia Probolinggo. *ARMUZNA: Jurnal Manajemen Haji Dan Umrah*, 2(1), 45–62. <https://ejurnal.unikcipasung.ac.id/index.php/armuzna/article/view/68>

- IS, M. M. A. Y. F. B. H. (2025). Strategi Pemasaran Produk Umrah pada Noor Abika Travel Smarts Umrah Tasikmalaya. *ARMUZNA: Jurnal Manajemen Haji Dan Umrah*, 2(1), 79-94. <https://ejurnal.unik-cipasung.ac.id/index.php/armuzna/article/view/66>
- Kementerian Ketenagakerjaan Republik Indonesia. (2026). *Beranda: Kementerian Ketenagakerjaan RI*. <https://www.kemnaker.go.id/>
- Kementerian Tenaga Kerja dan Transmigrasi Republik Indonesia. (2009). Penetapan Standar Kompetensi Kerja Nasional Indonesia (SKKNI) Sektor Pariwisata Bidang Jasa Pramuwisata dan Pemimpin Perjalanan Wisata (*Tour Leader*). <https://www.kemnaker.go.id/>
- Purba, R., & Haikal, F. (2025). Pengelolaan Media Dakwah Dalam Syiar Islam Melalui Kanal Youtube Yayasan Haji Anif Kota Medan. *Aldarah: Jurnal Pengkajian Dakwah Dan Manajemen*, 12(2), 61. <https://doi.org/10.37064/ai.v12i2.23557>