

PERTUMBUHAN SEKTOR PARIWISATA DALAM PERSPEKTIF MAQASHID SYARIAH DI KABUPATEN BANYUWANGI

Fajar Isnaeni¹, Nur Anim Jauhariyah², Mahmudah³, Ainur Rizqiyah⁴

Sekolah Tinggi Agama Islam Darul Ulum Banyuwangi^{1,4}, Universitas KH. Mukhtar
Syafaat (UIMSYA) Blokagung Banyuwangi^{2,3}

Email: fajarisnaeni@staidu.ac.id, animjauhariyah@gmail.com²,
mahmudah.iaida@gmail.com³, ainurrizqiyah@staidu.ac.id⁴

Abstract

Tourism is a strategic sector that contributes significantly to national and regional economic development. This study aims to examine the impact of tourism sector fluctuations on regional macroeconomics, using a case study in Banyuwangi Regency. The research method applied is descriptive qualitative, analyzing secondary data on tourist visitation trends from the pre-pandemic to the post-pandemic periods of COVID-19 and their effects on regional economic growth. The document analysis reveals that Banyuwangi's tourism sector reached its peak performance in 2019, recording 5.307.054 domestic and 101.622 international tourist arrivals. However, the onslaught of the COVID-19 pandemic in 2020–2021 triggered a drastic decline in visitations due to mobility restrictions, which directly resulted in a -3.58% contraction in Banyuwangi Regency's economic growth in 2020. This study concludes that there is a highly close interconnection between the stability of the tourism industry and the economic resilience of the local community, emphasizing the need for adaptive and sustainable tourism recovery strategies to maintain regional economic resilience in the future.

Keywords: Tourism, Tourism growth, Banyuwangi Regency, COVID-19 Pandemic.

Abstrak

Pariwisata merupakan sektor strategis yang berkontribusi besar terhadap pembangunan ekonomi nasional maupun daerah. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dampak fluktuasi sektor pariwisata terhadap kondisi makroekonomi daerah, dengan mengambil studi kasus di Kabupaten Banyuwangi. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan menganalisis data sekunder tren kunjungan wisatawan periode pra-pandemi hingga pasca-pandemi COVID-19 serta dampaknya pada pertumbuhan ekonomi regional. Hasil telaah dokumen menunjukkan bahwa sektor pariwisata Banyuwangi sempat mencapai performa puncak pada tahun 2019 dengan kontribusi kunjungan domestik sebesar 5.307.054 orang dan mancanegara sebanyak 101.622 orang. Namun, hantaman pandemi COVID-19 pada tahun 2020–2021 memicu deklinasi kunjungan secara drastis akibat pembatasan mobilitas, yang berimplikasi langsung pada kontraksi pertumbuhan ekonomi Kabupaten Banyuwangi sebesar -3,58% pada tahun 2020. Penelitian ini menyimpulkan adanya interkoneksi yang sangat erat antara stabilitas industri pariwisata dengan ketahanan ekonomi masyarakat lokal, sehingga diperlukan strategi pemulihan pariwisata yang adaptif dan berkelanjutan demi menjaga ketahanan ekonomi daerah di masa mendatang.

Kata Kunci: Pariwisata, Pertumbuhan Kunjungan Wisatawan, Kabupaten Banyuwangi, Pandemi COVID-19.

A. PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu sektor strategis yang memiliki kontribusi besar terhadap pembangunan ekonomi daerah maupun nasional. Sektor ini tidak hanya berperan dalam meningkatkan pendapatan asli daerah (PAD), tetapi juga mampu menciptakan lapangan pekerjaan, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, serta mendorong pertumbuhan sektor ekonomi lainnya seperti perdagangan, transportasi, kuliner, dan usaha mikro kecil menengah (UMKM) (Yoeti, 2008). Oleh karena itu, pengembangan sektor pariwisata menjadi bagian penting dalam pembangunan berkelanjutan di Indonesia.

Pentingnya sektor pariwisata ditegaskan dalam Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan yang menyatakan bahwa pembangunan kepariwisataan bertujuan untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi, kesejahteraan rakyat, menghapus kemiskinan, mengatasi pengangguran, melestarikan alam, lingkungan, dan sumber daya, serta memajukan kebudayaan nasional (UU No. 10 Tahun 2009). Undang-undang tersebut juga menjelaskan bahwa penyelenggaraan pariwisata harus dilaksanakan secara sistematis, terencana, terpadu, berkelanjutan, dan bertanggung jawab dengan tetap memberikan perlindungan terhadap nilai agama, budaya, dan norma masyarakat.

Kabupaten Banyuwangi merupakan salah satu daerah di Indonesia yang berhasil mengembangkan sektor pariwisata sebagai penggerak ekonomi daerah. Berbagai destinasi wisata alam, budaya, religi, dan bahari yang dimiliki Banyuwangi mampu menarik minat wisatawan domestik maupun mancanegara (Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Banyuwangi, 2024). Hal tersebut dapat dilihat dari jumlah kunjungan wisatawan yang terus mengalami perkembangan setiap tahunnya. Pada tahun 2019 jumlah wisatawan domestik mencapai 5.307.054 orang dan wisatawan mancanegara mencapai 101.622 orang. Namun, pandemi Covid-19 menyebabkan penurunan drastis jumlah kunjungan wisatawan pada tahun 2020–2021 akibat pembatasan aktivitas dan perjalanan wisata.

Menurunnya jumlah wisatawan berdampak terhadap pertumbuhan ekonomi Kabupaten Banyuwangi. Data Badan Pusat Statistik menunjukkan bahwa pertumbuhan ekonomi Banyuwangi mengalami kontraksi sebesar -3,58% pada tahun 2020 (BPS Banyuwangi, 2024). Kondisi tersebut menunjukkan bahwa sektor pariwisata memiliki hubungan yang erat dengan aktivitas ekonomi masyarakat. Setelah pandemi mulai

mereda, jumlah kunjungan wisatawan kembali meningkat pada tahun 2022–2024 yang diikuti dengan pertumbuhan ekonomi daerah yang kembali positif.

Dalam perspektif ekonomi Islam, pembangunan sektor pariwisata tidak hanya berorientasi pada peningkatan keuntungan ekonomi semata, tetapi juga harus memperhatikan nilai kemaslahatan masyarakat sesuai prinsip maqashid syariah. Konsep maqashid syariah menekankan pentingnya menjaga agama (hifz al-din), jiwa (hifz al-nafs), akal (hifz al-‘aql), keturunan (hifz al-nasl), dan harta (hifz al-mal) (Al-Syatibi, 2003). Oleh karena itu, pengembangan sektor pariwisata perlu diarahkan pada konsep pariwisata yang berkelanjutan, beretika, serta memberikan manfaat bagi masyarakat tanpa mengabaikan nilai-nilai syariah.

Penelitian terdahulu menunjukkan bahwa pengembangan sektor pariwisata berbasis maqashid syariah mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan mendukung pembangunan ekonomi berkelanjutan. Penelitian Urrohmah dkk. (2024) menjelaskan bahwa pengembangan desa wisata berbasis syariah dapat meningkatkan pemberdayaan sosial dan ekonomi masyarakat. Selain itu, penelitian Sumpena (2025) menunjukkan bahwa strategi pengembangan wisata halal berbasis maqashid syariah mampu menjadi penggerak ekonomi daerah yang berkelanjutan.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian mengenai “Pertumbuhan Sektor Pariwisata dalam Perspektif Maqashid Syariah di Kabupaten Banyuwangi” menjadi penting untuk dilakukan guna menganalisis hubungan antara perkembangan sektor pariwisata, jumlah kunjungan wisatawan domestik dan mancanegara, serta pertumbuhan ekonomi daerah dalam perspektif maqashid syariah.

B. LANDASAN TEORI

1. Teori Pertumbuhan Sektor Pariwisata

Pariwisata merupakan sektor strategis yang memiliki kontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi daerah melalui peningkatan pendapatan masyarakat, penciptaan lapangan kerja, dan pengembangan usaha lokal. Menurut Oka A. Yoeti (1996), pariwisata adalah perjalanan sementara seseorang ke daerah lain di luar tempat tinggalnya dengan tujuan rekreasi, bisnis, ataupun kepentingan lainnya tanpa mencari nafkah di tempat yang dikunjungi. Pertumbuhan sektor pariwisata dapat dilihat dari meningkatnya jumlah wisatawan, berkembangnya destinasi wisata, peningkatan fasilitas pariwisata, dan bertambahnya kontribusi terhadap pendapatan daerah.

Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata menjelaskan bahwa pariwisata bertujuan meningkatkan pertumbuhan ekonomi, kesejahteraan rakyat, menghapus kemiskinan, melestarikan budaya, serta mempererat hubungan antarbangsa. Dengan demikian, sektor pariwisata bukan hanya berfungsi sebagai aktivitas rekreasi, tetapi juga sebagai instrumen pembangunan ekonomi dan sosial.

Menurut Michael Porter (1990), pertumbuhan suatu sektor dipengaruhi oleh daya saing daerah yang dibangun melalui inovasi, kualitas pelayanan, infrastruktur, dan promosi. Dalam konteks pariwisata, daya saing destinasi menjadi faktor penting dalam menarik kunjungan wisatawan domestik maupun mancanegara.

Kabupaten Banyuwangi merupakan salah satu daerah yang mengalami pertumbuhan sektor pariwisata secara signifikan melalui pengembangan wisata alam, budaya, dan festival daerah. Keberhasilan Banyuwangi dalam mengembangkan sektor pariwisata menunjukkan bahwa pengelolaan destinasi wisata yang baik mampu menciptakan multiplier effect terhadap sektor ekonomi lainnya seperti transportasi, perdagangan, perhotelan, dan UMKM.

Menurut Pitana dan Gayatri (2005), pertumbuhan pariwisata dipengaruhi oleh empat komponen utama, yaitu atraksi wisata, aksesibilitas, amenitas, dan kelembagaan. Keempat unsur tersebut harus dikelola secara terpadu agar mampu menciptakan pengalaman wisata yang berkualitas dan berkelanjutan.

2. Teori Manajemen Pemasaran Pariwisata

Manajemen pemasaran merupakan proses perencanaan, pelaksanaan, dan pengendalian kegiatan pemasaran guna mencapai tujuan organisasi secara efektif dan efisien. Menurut Philip Kotler dan Kevin Lane Keller (2016), pemasaran adalah proses sosial dan manajerial di mana individu dan kelompok memperoleh kebutuhan dan keinginannya melalui penciptaan dan pertukaran produk yang bernilai.

Dalam sektor pariwisata, pemasaran memiliki peran penting dalam meningkatkan minat wisatawan terhadap suatu destinasi. Pemasaran pariwisata dilakukan melalui strategi promosi, branding destinasi, pelayanan wisata, dan pengembangan pengalaman wisatawan. Menurut Kotler, Bowen, dan Makens (2017), pemasaran pariwisata harus mampu memberikan pengalaman yang berkesan kepada wisatawan melalui kualitas pelayanan, keunikan destinasi, dan komunikasi pemasaran yang efektif.

Konsep bauran pemasaran (marketing mix) dalam pariwisata dikenal dengan 7P, yaitu:

- 1) Product (produk wisata)
- 2) Price (harga)
- 3) Place (lokasi dan distribusi)
- 4) Promotion (promosi)
- 5) People (sumber daya manusia)
- 6) Process (proses pelayanan)
- 7) Physical Evidence (bukti fisik)

Dalam konteks pariwisata Banyuwangi, strategi pemasaran dilakukan melalui festival budaya, promosi digital, branding daerah, dan pengembangan desa wisata. Branding “Majestic Banyuwangi” menjadi salah satu strategi pemasaran daerah yang berhasil meningkatkan citra dan daya tarik wisata Banyuwangi.

Menurut Hermawan Kartajaya (2010), pemasaran modern tidak hanya berorientasi pada keuntungan, tetapi juga harus memperhatikan nilai sosial, budaya, dan spiritual masyarakat. Oleh karena itu, pemasaran pariwisata perlu memperhatikan etika, keberlanjutan lingkungan, dan nilai religius dalam pengelolaannya.

3. Teori Pariwisata Syariah

Pariwisata syariah merupakan konsep wisata yang mengintegrasikan nilai-nilai Islam dalam aktivitas pariwisata. Menurut Chookaew et al. (2015), pariwisata syariah adalah aktivitas wisata yang didukung oleh berbagai fasilitas dan layanan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam.

Pariwisata syariah tidak terbatas pada wisata religi, tetapi mencakup seluruh aktivitas wisata yang memperhatikan aspek halal, kebersihan, keamanan, kenyamanan, serta pelayanan yang sesuai dengan nilai Islam. Konsep wisata halal meliputi penyediaan makanan halal, fasilitas ibadah, lingkungan yang aman, dan pelayanan yang beretika.

Menurut Battour dan Ismail (2016), indikator utama pariwisata syariah meliputi:

- 1) Tersedianya makanan dan minuman halal
- 2) Fasilitas ibadah yang memadai
- 3) Pelayanan yang sesuai syariat
- 4) Lingkungan wisata yang aman dan nyaman
- 5) Tidak adanya aktivitas yang bertentangan dengan nilai Islam

Pengembangan pariwisata syariah menjadi peluang besar bagi daerah wisata di Indonesia karena mayoritas penduduk Indonesia beragama Islam. Kabupaten Banyuwangi memiliki potensi besar dalam pengembangan wisata syariah melalui wisata budaya, wisata religi, kuliner halal, dan kearifan lokal masyarakat yang religius.

4. Teori Maqashid Syariah

Maqashid syariah merupakan tujuan utama ditetapkan hukum Islam untuk menciptakan kemaslahatan manusia. Konsep ini dikembangkan oleh Abu Ishaq Al-Syatibi (2003) dalam kitab *Al-Muwafaqat*. Menurut Al-Syatibi, syariat Islam bertujuan menjaga lima unsur pokok kehidupan manusia yang dikenal dengan al-dharuriyyat al-khams, yaitu:

- a) Hifz al-Din (menjaga agama)
- b) Hifz al-Nafs (menjaga jiwa)
- c) Hifz al-Aql (menjaga akal)
- d) Hifz al-Nasl (menjaga keturunan)
- e) Hifz al-Mal (menjaga harta)

Dalam perspektif ekonomi Islam, maqashid syariah menjadi landasan dalam setiap aktivitas ekonomi agar tidak hanya berorientasi pada keuntungan material, tetapi juga memperhatikan nilai keadilan, kesejahteraan, dan keberlanjutan sosial. Menurut Jasser Auda (2008), maqashid syariah harus dipahami secara kontekstual dan aplikatif dalam pembangunan modern, termasuk dalam sektor pariwisata.

Dalam sektor pariwisata, maqashid syariah dapat diterapkan melalui:

- a) Pengembangan wisata halal
- b) Menjaga moral dan budaya masyarakat
- c) Meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat
- d) Menjaga kelestarian lingkungan
- e) Memberikan rasa aman dan nyaman kepada wisatawan

Pertumbuhan sektor pariwisata yang sesuai dengan maqashid syariah tidak hanya diukur dari jumlah wisatawan dan peningkatan pendapatan daerah, tetapi juga dari sejauh mana sektor tersebut memberikan manfaat dan kemaslahatan bagi masyarakat sekitar.

C. METODE PENELITIAN

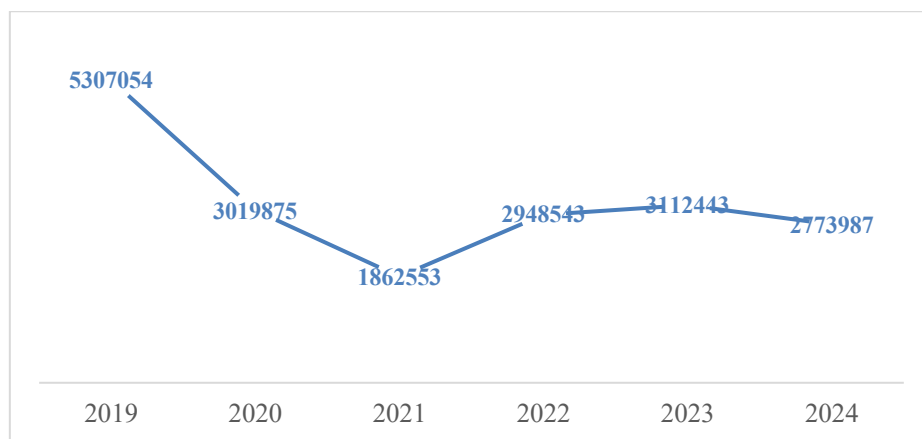
Pengumpulan data dilakukan dengan dokumentasi, yaitu mengumpulkan catatancatatan/data-data yang diperlukan sesuai penelitian yang akan dilakukan dari dinas/kantor/instansi atau lembaga terkait (Suharsimi Arikunto, 2002). Laporan-laporan yang terkait dengan penerimaan dari sektor pariwisata yang menyangkut jumlah kunjungan wisatawan dalam beberapa tahun. Data sekunder tersebut diperoleh dari dokumen resmi yang dikeluarkan instansi yang terkait.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang menggunakan pendekatan statistik deskriptif untuk mengetahui pertumbuhan jumlah kunjungan wisatawan di Kabupaten Banyuwangi. Variabel time series yang diteliti adalah:

- 1) Jumlah Kunjungan Wisatawan domestik yaitu wisatawan yang berasal dari dalam negeri pada Tahun 2019-2024;
- 2) Jumlah kunjungan wisatawan Mancanegara yaitu wisatawan yang berasal dari luar negeri pada Tahun 2019-2024.

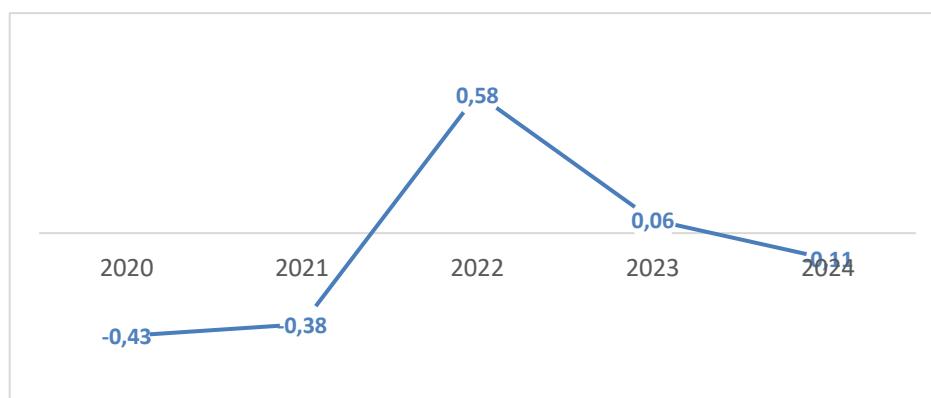
D. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Jumlah kunjungan wisatawan Domestik dan Mancanegara di Kabupaten Banyuwangi pada Tahun 2019 sampai dengan Tahun 2024 dapat diamati pada Gambar sebagai berikut.



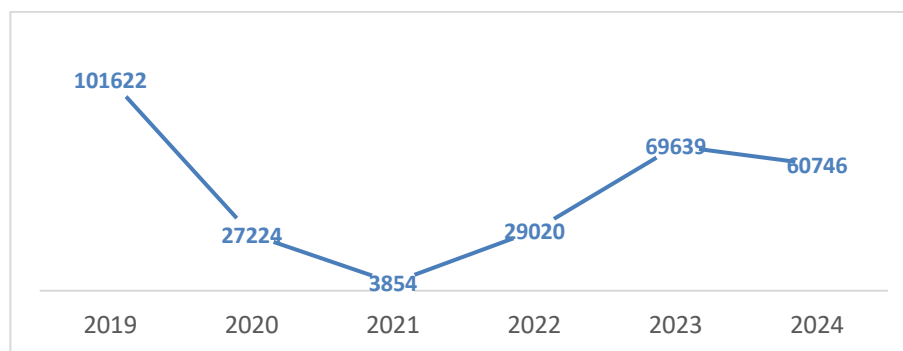
Gambar 4.1 Jumlah Kunjungan Wisatawan Domestik di Kabupaten Banyuwangi
(Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, 2026)

Gambar 4.1 menunjukkan perjalanan tren ini dimulai pada tahun 2019 dengan angka tertinggi sepanjang periode tersebut, yaitu sebesar 5.307.054. Setelah itu, grafik mengalami penurunan yang cukup signifikan selama dua tahun berturut-turut, menyusut menjadi 3.019.875 pada tahun 2020 dan mencapai titik terendahnya pada tahun 2021 di angka 1.862.553. Memasuki tahun 2022, data mulai menunjukkan pemulihan dengan kenaikan yang drastis ke angka 2.948.543, lalu terus meningkat tipis hingga mencapai 3.112.443 pada tahun 2023. Namun, tren pertumbuhan tersebut tidak bertahan lama karena pada tahun terakhir, yaitu tahun 2024, grafik kembali bergerak turun dan menyentuh angka 2.773.987.



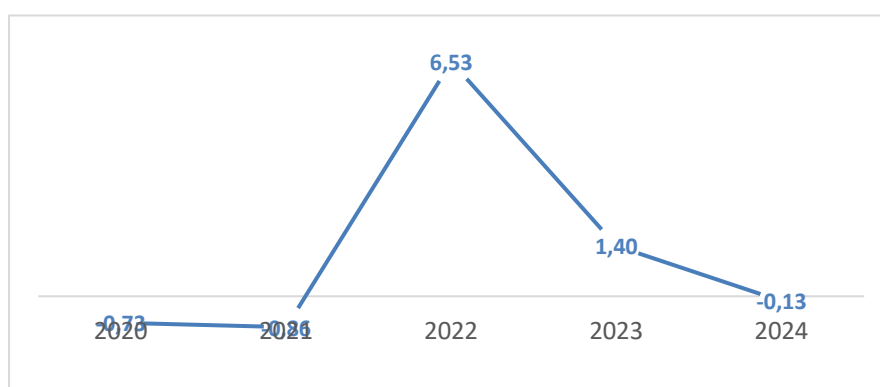
Gambar 4.2 Pertumbuhan Kunjungan Wisatawan Domestik di Kabupaten Banyuwangi (Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, 2026 (diolah))

Gambar 4.2 menunjukkan fluktuasi pertumbuhan kunjungan wisatawan domestik atau nilai indeks dari tahun 2020 hingga tahun 2024 dengan menembus batas nilai positif dan negatif. Pada tahun 2020, grafik dimulai dari posisi negatif di angka -0,43, kemudian mengalami sedikit kenaikan pada tahun 2021 meskipun masih berada di area negatif, yaitu -0,38. Lonjakan yang sangat drastis dan signifikan terjadi pada tahun 2022, dimana garis bergerak naik tajam hingga mencapai titik tertingginya di angka 0,58. Namun, tren positif ini menurun tajam pada tahun 2023 menjadi 0,06, dan terus merosot hingga kembali masuk ke zona negatif pada tahun 2024 dengan nilai -0,11.



Gambar 4.3 Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara di Kabupaten Banyuwangi (Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, 2026)

Gambar 4.3 menunjukkan tren fluktuasi jumlah kunjungan wisatawan mancanegara dari tahun 2019 hingga tahun 2024. Periode ini diawali pada tahun 2019 dengan volume kunjungan tertinggi yang mencapai angka 101.622 wisatawan. Namun, memasuki tahun 2020, jumlah kunjungan mengalami penurunan yang sangat tajam ke angka 27.224, dan terus merosot hingga mencapai titik terendahnya pada tahun 2021 dengan hanya 3.854 kunjungan wisatawan mancanegara. Tren mulai berbalik positif pada tahun 2022, di mana grafik menunjukkan pemulihan secara bertahap ke angka 29.020. Pemulihan ini berlanjut secara signifikan pada tahun 2023 hingga menyentuh angka 69.639 wisatawan. Kendati demikian, tren kenaikan tersebut tidak berlanjut di tahun berikutnya, karena pada tahun 2024 grafik kembali bergerak turun ke angka 60.746 kunjungan.



Gambar 4.4 Pertumbuhan Kunjungan Wisatawan Mancanegara di Kabupaten Banyuwangi (Sumber: Dinas Kebudayaan dan Pariwisata, 2026 (diolah))

Gambar 4.4 menunjukkan fluktuasi pertumbuhan kunjungan wisatawan mancanegara atau nilai indeks dari tahun 2020 hingga tahun 2024 dengan menembus batas nilai positif dan negatif. Pada tahun 2020, grafik dimulai dari posisi negatif di angka -0,73,

kemudian mengalami penurunan kembali pada tahun 2021, yaitu -0,86. Lonjakan yang sangat drastis dan signifikan terjadi pada tahun 2022, dimana garis bergerak naik tajam hingga mencapai titik tertingginya di angka 6,53. Namun, tren positif ini menurun tajam pada tahun 2023 menjadi 1,40, dan terus merosot hingga kembali masuk ke zona negatif pada tahun 2024 dengan nilai -0,13.

PEMBAHASAN

1) Fase Deklinasi Struktural (2019–2021)

Data menunjukkan bahwa mobilitas pariwisata berada pada titik tertinggi di tahun 2019 sebelum akhirnya mengalami kejatuhan masif pada tahun 2020 dan mencapai titik nadir terendah di tahun 2021 (Domestik: 1.862.553; Mancanegara: 3.854). Tren penurunan drastis ini terkonfirmasi secara absolut oleh penelitian Sugihamretha (2020), yang menyebutkan bahwa kejatuhan industri pariwisata dipicu langsung oleh penutupan pintu masuk internasional dan pembatasan mobilitas lokal demi menekan penyebaran virus corona. Faktor psikologis masyarakat juga memperparah kondisi ini; sebagaimana dikaji oleh Zenker dan Kock (2020), kecemasan global terhadap kesehatan (*corona-phobia*) mengubah preferensi konsumen secara ekstrem untuk menunda segala bentuk perjalanan non-esensial, yang berakibat pada pembekuan aktivitas transportasi dan akomodasi.

2) Fase Lonjakan Pemulihan / *Revenge Tourism* (2022–2023)

Memasuki tahun 2022, grafik merekam adanya pemulihan dramatis dengan lonjakan indeks pertumbuhan yang sangat tajam, di mana indeks wisatawan mancanegara melesat ke angka tertinggi sepanjang periode yaitu 6,53. Tren positif ini berlanjut signifikan pada tahun 2023 hingga menyentuh 69.639 kunjungan mancanegara. Fenomena kenaikan eksponensial ini divalidasi oleh teori yang dipaparkan oleh Gössling dkk. (2021), yang mendefinisikannya sebagai gejala *revenge tourism* (wisata balas dendam). Setelah mengalami represi mobilitas atau pengurangan wilayah (karantina) yang berkepanjangan, terdapat akumulasi hasrat psikologis dan finansial dari konsumen untuk segera melakukan perjalanan begitu restriksi dicabut resmi oleh pemerintah. Selain itu, Yang dkk. (2021) menambahkan bahwa percepatan pemulihan ini didorong oleh program vaksinasi massal global yang berhasil memulihkan *travel trust* (kepercayaan diri untuk bepergian) di kalangan wisatawan lintas negara.

3) Fase Normalisasi Pasar dan Kontraksi Baru (2024)

Pada tahun terakhir pengamatan (2024), tren pertumbuhan tersebut tidak bertahan lama karena grafik kembali bergerak turun ke angka 2.773.987 (domestik) dan 60.746 (mancanegara) dengan indeks pertumbuhan yang kembali merosot ke zona negatif (-0,11 dan -0,13). Penurunan pasca-pemulihan ini sesuai dengan proyeksi ekonomi jangka panjang dari Prideaux dkk. (2020), yang menyatakan bahwa pasca-fase 'balas dendam' selesai, industri pariwisata akan menghadapi realitas ekuilibrium ekonomi baru. Penurunan ini dipicu oleh faktor makroekonomi global pasca-pandemi, termasuk inflasi yang tinggi, lonjakan harga tiket pesawat akibat kenaikan harga avtur, serta penurunan daya beli riil masyarakat di tengah ketidakpastian geopolitik global.

4) Tinjauan Berdasarkan Perspektif Maqashid Syariah

Dalam kerangka ekonomi Islam, fluktuasi pergerakan sektor pariwisata tidak hanya dinilai dari aspek profitabilitas material semata, melainkan dari kontribusinya terhadap kemaslahatan publik (*maslahah ammah*). Berdasarkan konsep *Al-Dharuriyyat al-Khams* (Lima Jaminan Pokok Kemaslahatan), berikut analisisnya:

a) Implikasi *Hifzh al-Nafs* (Perlindungan Jiwa)

Penurunan tajam angka kunjungan pada tahun 2020–2021 hingga menyentuh titik terendah secara esensial merupakan representasi dari pengutamaan aspek Perlindungan Jiwa. Menurut analisis As-Syafii dan Rahman (2021), intervensi pemerintah dalam membatasi operasional objek wisata didasarkan pada implementasi kaidah fikih fundamental: Artinya, mencegah kerusakan atau bahaya kematian akibat penularan wabah COVID-19 harus didahului dan diutamakan daripada mengambil kemaslahatan berupa keuntungan ekonomi sektor pariwisata. Menjaga eksistensi nyawa manusia menempati derajat kedaruratan (*dharuriyyah*) yang mutlak di atas urusan sekunder pariwisata.

b) Implikasi *Hifzh al-Mal* (Perlindungan Harta / Perekonomian)

Ketika grafik pariwisata mengalami pemulihan signifikan pada rentang tahun 2022–2023, fenomena ini berdampak positif terhadap Perlindungan Harta. Industri pariwisata merupakan rantai ekonomi yang padat karya, menghidupi jutaan pelaku ekonomi dari level makro hingga mikro (UMKM, pemandu wisata, perhotelan, katering). Berdasarkan analisis dari Dusuki dan Bouheraoua (2011), pemulihan

indeks kunjungan hingga mencapai angka 6,53 menjadi instrumen penting untuk menegakkan kembali tiang perekonomian umat yang sempat lumpuh, membuka lapangan pekerjaan baru, serta mencegah terjadinya kemiskinan sistemik, sejalan dengan perintah syariah agar harta tidak hanya beredar di kalangan orang kaya saja.

c) Implikasi *Hifzh al-Aql* (Perlindungan Akal dan Mental)

Pariwisata dalam Islam juga memiliki fungsi edukatif dan psikologis yang erat kaitannya dengan kesehatan mental (Perlindungan Akal). Lonjakan kunjungan pada tahun 2022–2023 pasca-isolasi sosial berkepanjangan berfungsi sebagai sarana *tadzakkur* dan *tadabbur alam* (merenungi keindahan ciptaan Allah) untuk melepaskan kejenuhan psikis masyarakat. Hal ini berkontribusi menjaga stabilitas pikiran manusia dari tingkat stres yang tinggi akibat tekanan ekonomi pandemi.

e) Implikasi *Hifzh al-Din* (Perlindungan Agama) dan Solusi Tren 2024

Penurunan kembali grafik pariwisata di tahun 2024 menjadi sinyal bagi pemangku kebijakan pariwisata syariah untuk memperkuat ketahanan industri melalui strategi Pariwisata Halal (*Halal Tourism*). Mengacu pada pemikiran Battour dan Ismail (2016), penyediaan fasilitas wisata ramah muslim yang menjamin kemudahan ibadah shalat, ketersediaan makanan bersertifikasi halal, dan lingkungan yang bebas dari kemaksiatan merupakan bentuk riil penegakan *Hifzh al-Din*. Strategi ini tidak hanya mempertahankan ceruk pasar domestik, melainkan juga berpotensi menarik pasar wisatawan mancanegara (khususnya dari kawasan Timur Tengah) yang mencari rasa aman dan higienitas tinggi pasca-pandemi, sekaligus menjadi peredam kontraksi ekonomi pariwisata di masa depan.

Dinamika kunjungan wisatawan di Kabupaten Banyuwangi menunjukkan adanya hubungan erat antara sektor pariwisata, pendapatan daerah, dan pembangunan manusia. Pada fase deklinasi struktural (2019–2021), penurunan jumlah wisatawan akibat pandemi COVID-19 menyebabkan melemahnya aktivitas ekonomi daerah, terutama pada sektor perhotelan, transportasi, kuliner, dan UMKM yang bergantung pada aktivitas pariwisata. Kondisi ini tidak hanya berdampak pada penurunan pendapatan masyarakat, tetapi juga berpotensi mengurangi kapasitas fiskal pemerintah daerah dalam membiayai program-program pembangunan.

Memasuki fase lonjakan pemulihan (2022–2023), peningkatan jumlah kunjungan wisatawan yang sangat signifikan menunjukkan terjadinya pemulihan ekonomi daerah. Meningkatnya mobilitas wisatawan kembali menggerakkan berbagai sektor ekonomi sehingga menghasilkan efek berganda (*multiplier effect*) terhadap pendapatan masyarakat dan Pendapatan Asli Daerah (PAD). Temuan ini sejalan dengan penelitian Jauhariyah, Syafa'at, Budiywono, Munawir, Khusnudin, dan Aini (2024) yang menyimpulkan bahwa kunjungan wisatawan dan PAD memiliki pengaruh terhadap Indeks Pembangunan Manusia (IPM). Peningkatan kunjungan wisatawan mendorong pertumbuhan ekonomi daerah yang pada akhirnya memperkuat kemampuan pemerintah dalam menyediakan layanan pendidikan, kesehatan, dan kesejahteraan masyarakat.

Sementara itu, fase normalisasi pasar tahun 2024 menunjukkan bahwa meskipun terjadi perlambatan pertumbuhan kunjungan wisatawan, sektor pariwisata tetap menjadi instrumen penting dalam pembangunan daerah. Dalam perspektif pembangunan berkelanjutan, keberhasilan sektor pariwisata tidak hanya diukur dari tingginya jumlah wisatawan, tetapi juga dari dampaknya terhadap kualitas hidup masyarakat. Oleh karena itu, sebagaimana ditegaskan oleh Jauhariyah et al. (2024), peningkatan kunjungan wisatawan perlu diarahkan untuk menghasilkan peningkatan PAD yang kemudian dikonversikan menjadi investasi pembangunan manusia melalui peningkatan akses pendidikan, layanan kesehatan, dan standar hidup masyarakat.

Apabila dikaitkan dengan perspektif Islam sebagaimana dijelaskan oleh Syafa'at, Jauhariyah, dan Mahmudah (2025), maka pertumbuhan kunjungan wisatawan tidak hanya bertujuan meningkatkan pendapatan ekonomi, tetapi juga harus menciptakan kemaslahatan masyarakat. Dengan demikian, keberhasilan pembangunan pariwisata Banyuwangi dapat dinilai dari kemampuannya meningkatkan kesejahteraan ekonomi sekaligus memperkuat kualitas sumber daya manusia yang tercermin dalam peningkatan IPM. Hal ini sejalan dengan tujuan *maqashid syariah*, khususnya dalam menjaga harta (*hifz al-mal*), menjaga akal melalui pendidikan (*hifz al-'aql*), dan menjaga kehidupan yang layak bagi masyarakat (*hifz al-nafs*).

E. KESIMPULAN

Berdasarkan seluruh uraian komprehensif di atas, berikut adalah kesimpulan utama dari analisis fluktuasi data pariwisata periode 2019–2024:

- 1) Refleksi Siklus Ekonomi Akibat Pandemi: Dinamika pergerakan angka kunjungan dari tahun 2019 hingga 2024 merekam dengan jelas tiga fase penting, yaitu fase kejatuhan pasar akibat pembatasan mobilitas ketat (2020–2021), fase lonjakan drastis (*rebound effect*) yang dipicu oleh fenomena *revenge tourism* (2022–2023), serta fase normalisasi pasca-pandemi yang kembali berkontraksi akibat tekanan ekonomi makro baru seperti inflasi dan mahal biaya transportasi (2024).
- 2) Transisi Kemaslahatan Maqashid Syariah: Ditinjau dari kacamata Maqashid Syariah, fluktuasi ini menunjukkan adanya pergeseran prioritas kemaslahatan publik yang sangat adaptif. Ketika pandemi berada di puncaknya (2020–2021), penurunan angka pariwisata adalah konsekuensi logis dari penegakan aspek Perlindungan Jiwa (*Hifzh al-Nafs*) yang wajib didahulukan daripada motif ekonomi. Sebaliknya, ketika kondisi mulai aman (2022–2023), kebangkitan pariwisata berhasil menegaskan kembali kemaslahatan Perlindungan Harta (*Hifzh al-Mal*) demi keberlangsungan nafkah masyarakat luas, sekaligus menjadi pemulihan mental masyarakat (Perlindungan Akal/ *Hifzh al-Aql*).
- 3) Rekomendasi Strategis Berkelanjutan: Penurunan indeks pariwisata yang kembali masuk ke zona negatif pada tahun 2024 menjadi alarm bahwa pelaku industri tidak bisa lagi bertumpu pada anomali lonjakan wisata sesaat. Untuk membangun ketahanan jangka panjang, penguatan Pariwisata Halal (*Halal Tourism*) menjadi solusi strategis yang krusial. Pendekatan ini tidak hanya mampu menjamin aspek kesucian ibadah konsumen (Perlindungan Agama/ *Hifzh al-Din*), tetapi juga menjadi daya tarik universal yang aman, higienis, dan kompetitif di kancah global untuk meredam guncangan ekonomi di masa depan.

DAFTAR PUSTAKA

- Andriotis, K. S. (2001). *Why do locals support tourism development?* Tourism Review, 56(2), 42–50.
- Ardiy, I. (2008). *Maqasid Al-Shariah as Philosophy of Islamic Law: A Systems Approach*. London: International Institute of Islamic Thought.
- Beeton, S., & Benckendorff, P. (2016). *Tourism impacts: Concepts, policies, challenges and future*. Tourism Management Perspectives, 19, 150–154.
- Chookajorn, C., Chanin, O., Chaiprasit, P., & Nimpaya, S. (2015). *Increasing hotel tourism potential at Andaman Gulf in Thailand*. Journal of Economy, Business and Management, 3(7), 739–741.
- Jauhariyah, N. A., Syafa'at, A. M., Budiwono, E., Munawir, M., Khusnudin, I., & Aini, A. I. (2024). The Impact Of Tourist Visits And Regional Original Income On The Human Development Index. *International Conference on Humanity Education and Society (ICHES)*, 3(1). Retrieved from <https://proceedingsiches.com/index.php/ojs/article/view/241>
- Jauhariyah, N. A., Syafa'at, A. M., & Mahmudah, M. (2025). *The urgency of halal product certification for tourist destinations in realizing global halal tourism*. Proceedings of Annual Conference for Muslim Scholars, 9(1), 1–18. <https://doi.org/10.36835/ancoms.v9i1.687>
- Karjaya, H. (2010). *Marketing 3.0*. Jakarta: Erlangga.
- Kotler, P., & Keller, K. L. (2016). *Marketing Management* (15th ed.). Pearson Education.
- Kotler, P., Bowen, J. T., & Makens, J. C. (2017). *Marketing for Hospitality and Tourism* (7th ed.). Pearson.
- Mardani. (2013). *Hukum Sistem Ekonomi Islam*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Pitana, I. G., & Gayatri, P. G. (2005). *Sosiologi Pariwisata*. Yogyakarta: Andi Offset.
- Porter, M. E. (1990). *The Competitive Advantage of Nations*. New York: Free Press.
- Prideaux, B., Thompson, M., & Pabel, A. (2020). *Lessons from COVID-19 can prepare global tourism for the economic transformation needed to combat climate change*. Tourism Geographies, 22(3), 667–678. <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1762117>
- Republik Indonesia. (2009). *Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata*. Jakarta: Pemerintah Republik Indonesia.
- Sugihamretha, I. D. G. (2020). *Respon kebijakan: Mitigasi dampak wabah Covid-19 pada sektor pariwisata*. Pusat Penelitian Badan Keahlian DPR RI, Jakarta.
- Syafa'at, A. M., Jauhariyah, N. A., & Mahmudah. (2025). Pertumbuhan ekonomi dan kunjungan wisatawan dalam paradigma perspektif Islam. *Istiqro: Jurnal Hukum Islam, Ekonomi dan Bisnis*, 11(2), 193–206. <https://doi.org/10.30739/istiqro.v11i2.4511>
- Syarbini, A. I. (2003). *Al-Muwafaqat fi Ushul al-Syari'ah*. Beirut: Dar al-Kutub al-'Ilmiyah.
- Yang, Y., Altschuler, B., Liang, Z., & Li, X. (2021). *Monitoring the global COVID-19 impact on tourism: The COVID19tourism index*. Annals of Tourism Research, 90, 103120.
- Yoeti, O. A. (1996). *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa.
- Zaib, M., & Fazal, M. (2020). *Pariwisata Halal: Konsep dan Implementasi*. Jakarta: Kencana.
- Zenker, S., & Kock, F. (2020). *The coronavirus pandemic: A critical discussion of a tourism research agenda*. Tourism Management, 81, 104164. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2020.104164>