

Geo Muslim Friendly Tourism for Generation Z

Geo Muslim Friendly Tourism pada Generasi Z

Harini Abrilia Setyawati^{1) a)} Rennanti Lunnandiyah Aprilia^{2) b)}

¹⁾ Universitas Putra Bangsa

^{a)} Jl. Ronggowarsito No.18, Kec. Pejagoan, Kebumen 54362

²⁾ Universitas Ma'arif Nahdatul Ulama

^{b)} Jl. Kutoarjo, Jatisari, Kebumen 54318

*Email: harini.abrilia.setyawati@gmail.com

Naskah Masuk: 23 Oktober 2023

Naskah Revisi: 1 Desember 2023

Naskah Diterima: 5 Desember 2023

ABSTRACT

Tourism is something that has been developed by various countries in the world because it is supported by various activities and businesses that are interconnected with each other. The Indonesian government has designated tourism as a priority sector apart from infrastructure, food, energy and maritime affairs. Therefore, it cannot be denied that the development of Indonesian tourism is currently very rapid, one of the Indonesian tourism sectors that is developing rapidly is Muslim Friendly Tourism. Kebumen Regency has a huge natural tourist attraction, especially with the promotion of Kebumen Regency in the Geopark area. It will be something new when Kebumen district develops a Muslim-friendly Geosite, a geosite equipped with worship facilities and also a halal culinary industry. Based on the research results, there are still very few Generation Z who know the concept of geopark tourism and also the concept of Muslim-friendly tourism. Synergy from various parties is needed to socialize and develop tourism in Kebumen Regency.

Keywords: muslim friendly tourism, geo muslim friendly tourism

ABSTRAK

Pariwisata merupakan sektor yang telah dikembangkan oleh berbagai negara di belahan dunia karena didukung oleh berbagai kegiatan dan usaha yang saling berkaitan satu sama lain. Pemerintah Indonesia telah menetapkan pariwisata sebagai sektor prioritas selain infrastruktur, pangan, energi, dan kelautan. Oleh karena itu tidak dapat dipungkiri bahwa perkembangan pariwisata Indonesia saat ini sangat pesat, salah satu sektor pariwisata Indonesia yang berkembang pesat adalah Wisata Ramah Muslim. Kabupaten Kebumen memiliki daya tarik wisata alam yang begitu besar, apalagi dengan didorongnya Kabupaten Kebumen dalam wilayah Geopark. Akan menjadi sesuatu hal yang baru ketika kabupaten Kebumen mengembangkan Geosite yang ramah muslim, geosite yang dilengkapi dengan fasilitas ibadah dan juga industri kuliner yang halal. Berdasarkan hasil penelitian masih sedikit Generasi Z yang mengetahui konsep wisata geopark dan juga konsep wisata ramah muslim. Perlu sinergi dan strategi dari berbagai pihak untuk mensosialisasikan dan mengembangkan pariwisata di Kabupaten Kebumen.

Kata kunci : wisata ramah muslim, geo wisata ramah muslim

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan berbagai kegiatan wisata yang didukung berbagai fasilitas dan layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah (Undang - Undang Republik Indonesia No 10 Tahun 2009 Tentang Kepariwisata). Sektor pariwisata merupakan salah satu penopang perekonomian Indonesia dan menjadi penyumbang devisa utama. Organization for Economic Co-Operation and Development (OECD) dalam laporan Tourism Trends and Policies 2022 menyebutkan pada 2019, sektor pariwisata menyumbang 5,0% dari pendapatan domestik bruto (PDB) Indonesia. Namun,

hantaman pandemi Covid-19 di 2020 mengakibatkan turunnya kontribusi pariwisata terhadap PDB sebesar 56% yaitu menjadi hanya 2,2% dari total ekonomi. Jadi bahwa pengembangan pariwisata di Indonesia menjadi fokus nasional pengembangan dan pengembangan ke menumbuhkan tingkat perekonomian Indonesia (Basrowi et al., 2020).

Sementara di wilayah Kabupaten Kebumen pada tahun 2022 ini terlihat geliat pariwisata, hal ini dapat dilihat berdasarkan data BPS bahwa pada tahun 2018 jumlah wisatawan sebanyak 1.079.169 kemudian turun pada tahun 2019 menjadi sebanyak 947.260. Akibat dari virus Covid-19 yang melanda, jumlah wisatawan pada tahun 2020 turun

drastis menjadi hanya sebesar 383.120 demikian pula pada tahun 2021 menjadi sebesar 334.724. Setelah pandemi wisata di Kebumen kembali pulih menjadi 1.623.856.

Kabupaten Kebumen merupakan salah satu daerah di Jawa Tengah yang memiliki keunggulan dari sektor pariwisata, salah satunya adalah Pantai Menganti. Dengan ditetapkannya Menganti sebagai Kawasan perdesaan yang akan dikembangkan berdasarkan Keputusan Bupati Nomor 410/178/KEP/2016 Tentang Lokasi Pembangunan Kawasan Perdesaan. Kawasan Wisata Pesisir Menganti berada di Kecamatan Ayah dan Buayan. Kawasan Wisata Pesisir Menganti yang terdiri dari tujuh desa yaitu Desa Argopeni, Desa Karangduwur, Desa Sрати, Desa Pasir, Desa Ayah dan Desa Candirenggo.

Pariwisata di desa-desa di Kawasan Wisata Pesisir Menganti saat ini tengah menjadi primadona wisata di Kabupaten Kebumen. Pariwisata pun menjadi sektor yang berkontribusi besar terhadap perkembangan ekonomi masyarakat di kawasan yang sebagian besar merupakan perbukitan karst. Berbagai obyek wisata telah dikembangkan di setiap desa dengan memiliki karakteristik utama pada pantai dan spot pemandangan pantai. Selain itu, terdapat juga obyek wisata berupa goa, air terjun, dan cagar budaya.

Sebagai kawasan wisata, Pemerintah Kabupaten Kebumen telah menetapkan sebagai Destinasi Pariwisata Kabupaten (DPK) dalam Rencana Induk Pengembangan Kepariwisata Kebumen. Pengembangan obyek wisata desa ini sebagian besar dilakukan mandiri masyarakat, kecuali Pantai Logending, Goa Petruk dan Pantai Karangbolong yang dikembangkan oleh Pemerintah Kabupaten Kebumen. Pantai Menganti di Desa Karangduwur adalah pantai yang paling awal dikembangkan oleh masyarakat dan sekarang menjadi pantai paling ramai dikunjungi oleh wisatawan. Popularitas Pantai Menganti dikenal sampai tingkat internasional sehingga mendorong desa-desa tetangganya untuk mengembangkan wisata desa. Bisa dikatakan pengembangan wisata di kawasan ini dipengaruhi oleh upaya pengembangan Pantai Menganti di Desa Karangduwur.

Sebagai bagian dari pariwisata berkelanjutan, peran geowisata dipandang

sebagai penghubung antara cagar alam geologi dan warisan budaya masyarakat lokal (Bujdosó et al., 2015). Geowisata menurut National Geographic (2021) adalah jenis pariwisata yang melestarikan atau mempromosikan karakter geografis tertentu suatu wilayah, termasuk warisan, estetika, budaya, lingkungan, dan kesejahteraan warganya. Oleh karena itu, penting untuk memperoleh pengetahuan baru tentang komponen geowisata yang tertanam melalui perspektif Islam.

Kebumen memiliki geosite yang bervariasi mulai dari geodiversity, budaya dan biodiversity. Kawasan Wisata Pesisir Menganti merupakan Geosite dengan keanekaragaman hayati yang sangat baik meliputi Gua Barat dan Petruk sedangkan keanekaragaman hayati yang baik meliputi Gua Petruk, Hud Bukit, Pantai Lampon dan Karangpamuran. Keanekaragaman budaya menjadi unggulan di Gua Petruk, Gua Jatijajar, Bukit Hud, Pantai Menganti, Pantai Karangbolong dan Pantai Karangpamuran. Geosite utama meliputi Gua Petruk, Bukit Hud, Gua Barat, Bukit Wanalela, Pantai Menganti dan Pantai Lampon Geosite terletak di kawasan Karangbolong sangat baik untuk mendukung pengembangan geopark Kebumen agar saling melengkapi dan menjadi satu kesatuan, keanekaragaman geologi, keanekaragaman budaya, dan keanekaragaman hayati. (Ansori, 2018)

Keunikan pengalaman perjalanan merupakan indikator yang paling banyak berperan penting dalam membentuk kebaruan pengalaman perjalanan.

Syariah telah menjadi tren di dunia perekonomian global, dan juga daya tarik untuk dilihat dan dinikmati yang layak untuk dijual kepada turis pasar. Mulai dari makanan dan minuman, keuangan, hingga produk gaya hidup. Sebagai tren gaya hidup baru, banyak negara-negara mulai memperkenalkannya produk wisata dengan konsep ramah muslim. Bahkan Negara seperti Jepang, Australia, Thailand, Selandia Baru, dan seterusnya yang bukan negara yang bukan mayoritas penduduknya Umat Islam juga menjadikan pariwisata produk syariah (Santoso, Widyanty, et al., 2021).

Wisata telah menjadi bagian integral dalam kehidupan masyarakat global, menghadirkan peluang untuk menjelajahi budaya, alam, dan pengalaman baru. Di tengah

perkembangan industri pariwisata yang pesat, salah satu aspek yang semakin mendapatkan perhatian adalah "wisata ramah Muslim." Dalam dunia yang semakin terhubung dan beragam ini, wisata ramah Muslim muncul sebagai tanggapan terhadap kebutuhan yang berkembang dari jutaan wisatawan Muslim di seluruh dunia.

Pada dasarnya, wisata ramah Muslim adalah konsep yang merangkul upaya untuk membuat pengalaman wisata menjadi lebih sesuai dengan nilai-nilai, kepercayaan, dan praktik keagamaan Islam. Ini mencakup berbagai aspek, mulai dari akomodasi yang memfasilitasi salat hingga makanan yang memenuhi persyaratan halal dan fasilitas ibadah yang mudah diakses.

Pada tahun-tahun terakhir, tren wisata ramah Muslim telah berkembang pesat, menciptakan peluang bisnis baru bagi industri pariwisata, serta membantu dalam mempromosikan dialog antar budaya. Namun, untuk memahami dan mengembangkan lebih lanjut konsep ini, kita perlu menggali lebih dalam mengenai bagaimana wisatawan Muslim mengalami destinasi mereka, bagaimana destinasi tersebut dapat lebih memahami dan melayani kebutuhan mereka, serta dampaknya terhadap komunitas lokal dan industri pariwisata secara keseluruhan.

Total populasi Muslim secara global pada 2022 mencapai 2 miliar orang atau 25 persen dari total populasi penduduk dunia. Pada tahun 2030, total populasi muslim global diperkirakan naik menjadi 2,7 miliar orang atau 27 persen dari keseluruhan penduduk dunia.

Ke depan, pasar perjalanan Muslim diperkirakan akan berkembang secara signifikan dengan proyeksi 230 juta kedatangan wisatawan Muslim dan pengeluaran sebesar 225 miliar dollar AS pada 2028. Asia memimpin dalam kedatangan wisatawan Muslim, diikuti oleh Eropa, Afrika, Amerika, dan Oseania.

Melansir dari data World Population Review tahun 2021, Indonesia adalah negara dengan jumlah penduduk Muslim terbanyak di dunia. Total ada sekitar 231 juta penduduk di Indonesia yang memeluk agama Islam. Berikut data lengkapnya.

Negara Dengan Jumlah Penduduk Muslim Terbanyak

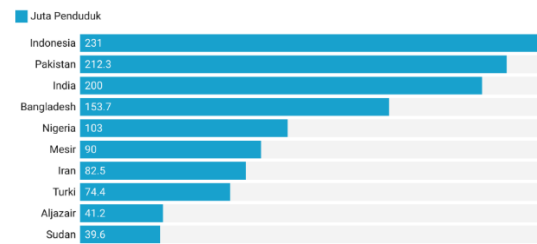


Chart: Aulia Mutiara Hatia Putri • Source: World Population Review 2021 • Created with Datawrapper

Indonesia menduduki peringkat teratas destinasi ramah muslim di dunia menurut Indeks Perjalanan Muslim Global (Global Muslim Travel Index/GMTI) 2023 yang dikeluarkan oleh Mastercard dan CrescentRating. Tak hanya Indonesia, Malaysia juga menempati peringkat yang sama dengan raihan skor indeks masing-masing 73 poin.

Adapun GMTI mengukur indeks terhadap 138 negara tujuan wisata ramah muslim. Indeks ini menilai destinasi berdasarkan empat kriteria utama, yaitu akses, komunikasi, lingkungan, dan layanan.

Pemerintah Provinsi Jawa Tengah mendukung wisata ramah muslim hal ini dapat kita buktikan dengan adanya Peraturan Gubernur Jawa Tengah Nomor 40 Tahun 2023 tentang Pariwisata Ramah Muslim dalam Rangka Pengembangan Ekonomi. Bahwa pembangunan pariwisata di Jawa Tengah perlu dilakukan dengan menggali potensi budaya, keluhuran adat, memperhatikan mutu dan kelestarian lingkungan, keamanan dan kenyamanan wisatawan, dalam bentuk penyelenggaraan pariwisata yang dilakukan secara terencana, terarah dan terpadu. Pengembangan pariwisata ramah muslim bertujuan untuk merespon kebutuhan pasar, melindungi konsumen dan memberikan pelayanan tambahan untuk wisatawan muslim yang berdampak positif terhadap pengembangan ekonomi Jawa Tengah.

Banyak penelitian yang mengkaji mengenai Muslim Friendly tourism (Hanafiah, 2020; Iskandar et al., 2023; Santoso, Fatmawati, et al., 2021), namun belum banyak yang mengaitkan wisata ramah muslim dengan keberlanjutan. Muslim-Friendly Sustainable Geo-Tourism (MFS-GT) menjadi jawaban, yaitu dengan menjaga nilai-nilai Islam namun juga memiliki komponen keberlanjutan seperti aspek lingkungan, partisipasi masyarakat, dan sosial ekonomi. Kajian tersebut memberikan

nilai tambah bagi industri MFT, khususnya destinasi wisata alam. Temuan ini signifikan dalam membentuk atmosfer Islami di kawasan geowisata (Saffinee, 2022).

TINJAUAN PUSTAKA

Wisata Ramah Muslim

Wisata ramah muslim merupakan konsep wisata dengan nilai-nilai Islam. Beberapa penelitian mendefinisikan sebagai wisata halal (Battour, 2016). Halal merupakan sesuatu yang diperbolehkan atau dilarang (Al-Qaradawi, 2013). Pariwisata halal mengacu pada pengelolaan pariwisata yang mengikuti nilai-nilai Islam (Battour, 2018).

Berdasarkan beberapa penelitian sebelumnya, pariwisata halal atau ramah Muslim memiliki beberapa dimensi, seperti fasilitas Islami, makanan halal, budaya halal dan bebas alkohol/judi (Carboni dan Idrissi Janati, 2016; Battour dan Ismail, 2016; Wardi et al., 2018). Pariwisata ramah Muslim memiliki empat atribut, antara lain fasilitas Islami, moralitas Islam secara umum, kehalalan dan larangan perjudian dan alkohol (Battour et al., 2014). Pertama, Fasilitas Islami adalah fasilitas ibadah untuk usaha pariwisata, seperti musala dan arah kiblat untuk salat di kamar hotel. Kedua, persoalan konsep halal berkaitan dengan ketersediaan makanan halal, dapur halal dan fasilitas halal di akomodasi wisata (Battour, 2018). Ketiga, budaya Islam atau moralitas umum mengacu pada ketaatan wisatawan terhadap nilai-nilai umum Islam, seperti larangan prostitusi di lokasi pariwisata. Terakhir, larangan perjudian dan alkohol berarti bebas alkohol dan perjudian di lokasi pariwisata. Selain itu, wisata halal juga berkaitan dengan faktor lain, seperti religiusitas dan kepuasan.

"Wisata Ramah Muslim" dan "Wisata Halal" adalah dua konsep yang sering digunakan dalam industri pariwisata untuk mengakomodasi kebutuhan wisatawan Muslim, tetapi mereka memiliki perbedaan yang penting. Berikut adalah penjelasan singkat tentang perbedaan antara keduanya:

Wisata Ramah Muslim adalah konsep yang lebih luas dan mencakup berbagai aspek dalam perjalanan wisata yang mempertimbangkan kebutuhan dan preferensi

wisatawan Muslim. Ini mencakup berbagai aspek, termasuk akomodasi, makanan, fasilitas ibadah, dan aktivitas yang sesuai dengan ajaran Islam dan nilai-nilai Muslim. Wisata Ramah Muslim tidak hanya terbatas pada makanan halal dan fasilitas ibadah, tetapi juga mempertimbangkan aspek-aspek seperti pemisahan jenis kelamin, baju renang yang sesuai, serta menjaga lingkungan yang bebas dari hal-hal yang diharamkan oleh Islam. Tujuan dari Wisata Ramah Muslim adalah untuk menciptakan pengalaman wisata yang nyaman dan sesuai dengan kepercayaan agama bagi wisatawan Muslim, menjadikan mereka merasa diterima dan dihormati di destinasi tersebut.

Wisata Halal adalah bagian dari konsep Wisata Ramah Muslim yang lebih spesifik. Ini berfokus secara khusus pada makanan dan minuman yang sesuai dengan prinsip-prinsip makanan halal dalam Islam. Wisata Halal menjamin bahwa makanan dan minuman yang disajikan di restoran, hotel, atau tempat wisata adalah halal, yang berarti mereka telah memenuhi persyaratan Islam dan diperbolehkan untuk dikonsumsi oleh umat Islam. Ini sangat penting bagi wisatawan Muslim yang sangat memperhatikan konsumsi makanan halal selama perjalanan mereka dan ingin memastikan bahwa mereka tidak melanggar prinsip-prinsip agama mereka dalam hal makanan. Jadi, intinya adalah bahwa "Wisata Ramah Muslim" mencakup berbagai aspek pengalaman wisata yang mempertimbangkan kebutuhan dan nilai-nilai wisatawan Muslim, sementara "Wisata Halal" adalah komponen khusus dari Wisata Ramah Muslim yang berkaitan dengan makanan dan minuman yang sesuai dengan ajaran Islam. Pemahaman tentang kedua konsep ini penting bagi industri pariwisata dan destinasi yang ingin menarik wisatawan Muslim ke dalam lingkup mereka.

Daya Tarik Wisata

Menurut (Basiya & Rozak, 2012) menyatakan bahwa daya tarik tempat wisata merupakan motivasi utama bagi pengunjung untuk melakukan kunjungan wisata. Lebih lanjut Song & Witt mengelompokkan destinasi wisata menjadi 5 daya tarik (Song & Witt, 2012), yaitu: daya tarik wisata alam, daya tarik wisata berupa arsitektur bangunan, daya tarik

wisata yang dikelola khusus, daya tarik wisata budaya dan daya tarik wisata sosial.

Daya tarik wisata merupakan segala sesuatu yang menjadi daya tarik bagi orang untuk mengunjungi suatu daerah tertentu (Yoeti, 2002). Menurut (Yoeti, 2002) menyatakan bahwa daya tarik wisata harus memiliki tiga unsur yaitu: 1) *Something to see* (sesuatu yang dapat dilihat), seperti keindahan/keunikan alam, bangunan sejarah, kesenian/budaya setempat; 2) *Something to do* (sesuatu yang dapat dilakukan), seperti naik sampan, mencoba makanan tradisional, menari dengan penari local dan lain-lain; dan 3) *Something to buy* (sesuatu yang dapat dibeli), untuk memenuhi kebutuhan wisatawan untuk belanja.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian ini adalah kuantitatif dengan menggunakan rancangan penelitian deskriptif observasional. Penelitian digunakan untuk melihat gambaran dari fenomena, deskripsi kegiatan dilakukan secara sistematis dan lebih menekankan pada data faktual dari pada penyimpulan (Nursalam, 2013).

Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan yang berkunjung ke Pantai Menganti. Jumlah pengunjung pantai Menganti pada tahun 2021 sebanyak 484. 455 pengunjung. Sedangkan untuk penarikan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*, kriteria responden dalam hal ini adalah yang berkunjung ke pantai Menganti dalam satu tahun terakhir. Pengumpulan data penelitian dilakukan melalui *google form*. Artinya siapa saja yang memenuhi syarat dan mengisi kuesioner penelitian ini, maka mereka adalah sampel pada penelitian ini.

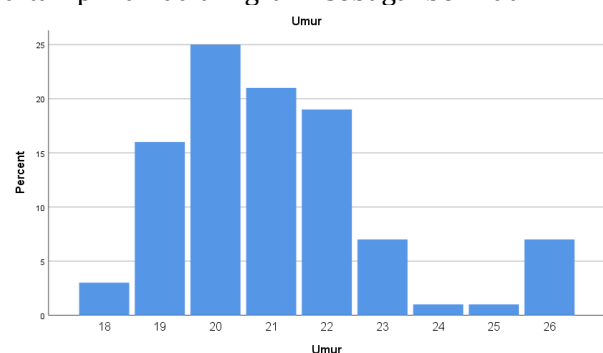
HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil responden dalam penelitian ini dikelompokkan menjadi 3 jenis, pertama berdasarkan jenis kelamin, kedua berdasarkan tingkat pendidikan dan terakhir berdasarkan umur. Responden dalam penelitian ini didominasi oleh perempuan sebanyak 70% dan laki-laki berjumlah 30%. Dari sisi pendidikan lulusan SMA sebanyak 81% dan Diploma/Sarjana sebanyak 19%.

Dalam Teori Generasi yang dikemukakan oleh Codrington dan Marshall (2004), generasi

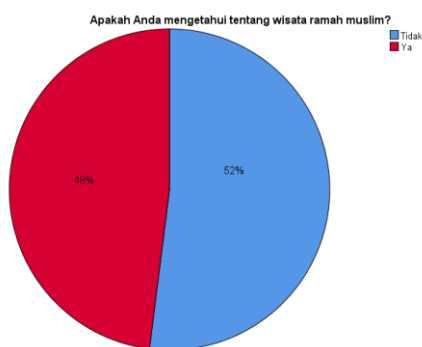
manusia dibagi menjadi 5 berdasarkan tahun lahirnya, yaitu: 1. Generasi Baby Boomer, lahir antara tahun 1946 hingga 1964 2. Generasi X, lahir antara tahun 1965 hingga 1980 3. Generasi Y, lahir antara tahun 1981 hingga 1994, sering disebut dengan generasi milenial. 4. Generasi Z, lahir antara tahun 1995 hingga 2010 (disebut juga iGeneration atau Generasi iNet) 5. Generasi Alpha, lahir antara tahun 2011 hingga 2025.

Penelitian ini hanya meneliti Generasi Z yang berarti di tahun ini usia mereka antara 18-26 tahun. Responden berdasarkan usia ditampilkan dalam grafik sebagai berikut:



Gambar 3
Responden Berdasarkan Usia

Wisata halal atau wisata ramah muslim merupakan salah satu tren pariwisata yang berkembang pesat di dunia, termasuk di Indonesia. Hal ini tidak terlepas dari meningkatnya jumlah wisatawan muslim di dunia (Battour, 2016). Wisatawan muslim tersebut termasuk generasi Z. Generasi Z merupakan generasi yang lahir pada tahun 1995-2010, yang memiliki karakteristik yang berbeda dengan generasi sebelumnya. Generasi Z lebih kritis, mandiri, dan dinamis (Rumangkit & Aditiya, 2018). Penelitian dilakukan di kabupaten kebumen dengan 100 responden generasi Z. indikator yang disajikan peneliti tentang pengetahuan Generasi Z mengenai wisata ramah muslim dan geopark. 100 responden terdiri dari 70 laki-laki dan 30 perempuan yang mempunyai usia antara 18 hingga 26 tahun. Responden terbanyak usia 20 tahun yaitu sebanyak 25 orang. Adapun pendidikan terakhir responden 1 orang lulusan diploma, 19 orang lulusan sarjana, dan sisanya sebanyak 20 orang lulusan SMA. Asal responden berasal dari kabupaten Kebumen dan sekitarnya.



Gambar 1
Wisata Ramah Muslim

Hasil penelitian menunjukkan 48% generasi Z mengetahui tentang wisata ramah muslim sedangkan 52% tidak mengetahui. Hal tersebut menunjukkan perlu adanya sosialisasi tentang urgensi dan manfaat wisata ramah muslim. Banyak penelitian wisata ramah muslim di negara-negara non-muslim misalnya Jepang dan Korea. Wisata halal banyak diterima secara global seiring dengan meningkatnya pemeluk agama islam karena dianggap memberikan keamana dan kenyamanan bagi muslim (Amelia & Prasetyo, 2023). Oleh karena itu sebaiknya perlu ditingkatkan sosialisasi pentingnya memilih wisata ramah muslim sebagai pilihan destinasi wisata Selain itu wisata ramah muslim juga harus di konsep sesuai dengan keinginan atau trend generasi Z. trend generasi Z adalah literasi digital pada dasarnya berperan untuk memberikan kecakapan pada individu dalam memanfaatkan media digital, jaringan internet dan sebagainya (Amelia & Prasetyo, 2023).



Gambar 2
Wisata Geopark

Hasil penelitian menunjukkan 81% generazi Z mengetahui tentang kawasan geopark. Hal tersebut memungkinkan kawasan geopark dikembangkan menjadi eduwisata yang menarik bagi generasi Z. Geopark

merupakan destinasi wisata yang ramah lingkungan dan berkelanjutan, selain menjadi tempat wisata juga dapat menjadi sarana untuk meningkatkan pemahaman tentang geologi, sejarah, dan budaya. Pengembangan pariwisata geopark tergantung pada komunikasi dan keunikan wisata. Pengembangan geopark akan menarik jika dipadukan antara wisata ramah muslim dan berbasis kearifan lokal hal ini merupakan kreativitas masyarakat yang memiliki daya tarik tersendiri, dan dapat menunjang pengembangan ekonomi kreatif bagi masyarakat lokal (Bakti et al., 2018). Dilihat dari potensinya maka sangat memungkinkan untuk dikembangkan lebih lanjut.

Hasil penelitian dengan menggunakan *crosstabulation* didapatkan hasil sebagai berikut:

Tabel 1. Pengetahuan Geopark

Apakah Anda mengetahui tentang wisata ramah muslim?	Apakah Anda mengetahui tentang Kawasan Geopark?		Total
	Tidak	Ya	
Tidak	14	38	53
Ya	5	43	48
Jumlah	19	81	100

Dapat disimpulkan bahwa sebanyak 14 tidak mengetahui wisata geopark dan juga wisata ramah muslim, sebanyak 5 pengunjung mengetahui wisata ramah muslim namun tidak mengetahui wisata Geopark, 38 orang mengetahui wisata Geopark namun tidak mengetahui wisata ramah muslim dan 43 orang mengetahui keduanya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian diketahui bahwa masih rendahnya pemahaman masyarakat Kebumen khususnya Generasi Z terhadap Wisata Ramah Muslim pada wilayah geosite. Sehingga perlu sinergi dan strategi dari berbagai pihak untuk mensosialisasikan dan mengembangkan pariwisata di Kabupaten Kebumen terutama mengenalkan kawasan wisata ramah muslim serta wisata halal. hal tersebut juga tidak lepas dari peran Masyarakat Ekonomi Syariah agar pariwisata halal lebih banyak dikenal masyarakat luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Amelia, V., & Prasetyo, D. (2023). Manfaat Literasi Digital Generasi Z sebagai Preferensi Tujuan Wisata dan Promosi Pariwisata. *Ideas: Jurnal Pendidikan, Sosial, Dan Budaya*, 9(2), 377. <https://doi.org/10.32884/ideas.v9i2.1282>
- Ansori, C. (2018). Geosite identification in Karangbolong High to support the development of Karangsambung-Karangbolong Geopark candidate, Central Java. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 118(1). <https://doi.org/10.1088/1755-1315/118/1/012014>
- Bakti, I., Sumartias, S., Damayanti, T., & Nugraha, A. R. (2018). Development of a Tourism Communication Model Based on Local Wisdom in the Pangandaran Geopark Area. *Journal of Communication Studies*, 6(2), 217. <http://jurnal.unpad.ac.id/jkk/article/view/18459>
- Basrowi, B., Fauzi, F., & Utami, P. (2020). Impact of Sharia Tourism Development in Pringsewu Regency Lampung. *IQTISHODUNA: Jurnal Ekonomi Islam*, 9(1), 91. <https://doi.org/10.36835/iqtishoduna.v9i1.473>
- Battour, M. (2016). Halal tourism: Concepts, practises, challenges and future. In *Tourism Management Perspectives* (Vol. 19, pp. 150-154). <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2015.12.008>
- Battour, M. (2018). The perception of non-Muslim tourists towards halal tourism: Evidence from Turkey and Malaysia. *Journal of Islamic Marketing*, 9(4), 823-840. <https://doi.org/10.1108/JIMA-07-2017-0072>
- Battour, M., Battor, M., & Bhatti, M. A. (2014). Islamic attributes of destination: Construct development and measurement validation, and their impact on tourist satisfaction. *International Journal of Tourism Research*, 16(6), 556-564. <https://doi.org/10.1002/jtr.1947>
- Bujdosó, Z., Dávid, L., Wéber, Z., & Tenk, A. (2015). Utilization of Geoh heritage in Tourism Development. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 188(August), 316-324. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2015.03.400>
- Hanafiah, M. H. (2020). Determinants of Muslim travellers Halal food consumption attitude and behavioural intentions. *Journal of Islamic Marketing*, 12(6), 1197-1218. <https://doi.org/10.1108/JIMA-09-2019-0195>
- <https://mediakeuangan.kemenkeu.go.id/article/show/kian-melesat-di-2023-pariwisata-indonesia-bersiap-menuju-level-prapandemi>
- Iskandar, I., Waridin, W., & ... (2023). The potential of Muslim Friendly Hospitality in the tourism industry in Central Java. ... of *Islam and Muslim* <https://ijims.iainsalatiga.ac.id/index.php/ijims/article/view/7212>
- National Geographic. (2021). About Geotourism. National Geographic.com. <https://www.nationalgeographic.com/maps/geotourism/about-geotourism/>
- Rumangkit, S., & Aditiya, M. D. (2018). Minat Generasi Z pada Penggunaan E-Rekrutmen. *Seminar Nasional Teknologi Dan Bisnis. IIB DARMAJAYA Bandar Lampung*, 46-50.
- Saffinee, S. S. (2022). Muslim-Friendly Sustainable Geo-Tourism (MFS-GT): A Qualitative Study Using the Grounded Theory. *Revelation and Science*. <https://journals.iium.edu.my/revival/index.php/revival/article/view/299>
- Santoso, S., Fatmawati, A. A., & ... (2021). Analysis of Muslim Friendly Tourism Development in Indonesia. *IQTISHODUNA* <https://ejournal.iaisyarifuddin.ac.id/index.php/iqtishoduna/article/view/975>
- Santoso, S., Widyanty, W., Fatmawati, A. A., Ubaidillah, R., & Isa, S. M. (2021). Analysis of Muslim Friendly Tourism Development in Indonesia COVID-19. *Iqtishoduna*, 10(2), 17-32. <https://ejournal.iaisyarifuddin.ac.id/index.php/iqtishoduna/article/view/975>
- Biodata Penulis: Harini Abrilia Setyawati, Lahir pada tanggal 5 Oktober 1983 di Kebumen, Bekrja sebagai Kepala LP3M di Universitas Putra Bangsa