

PROSPEK DESTINASI WISATA HALAL BERBASIS OVOP (ONE VILLAGE ONE PRODUCT)

M. ZAKY MUBARAK LUBIS

Universitas Islam Negeri Imam Bonjol Padang

E-mail: buruangabung27@gmail.com

Abstract

Indonesia is a rich and beautiful country to natural tourism destinations, one of which is the area of West Sumatra. West Sumatra belongs to the four categories of "Kompetisi Pariwisata Halal Nasional". West Sumatra has tremendous potential for the development of halal tourism sector, which will affect the economic growth of the community. The purpose of this paper is to know the prospects of halal tourism destinations in West Sumatra. The study is at Pagaruyung Palace. Review the concept of one village, one product. In this concept each region has and develops its own uniqueness that is not owned by other regions. With this difference will later add tourists who come. Through this concept in the future can create an independent society. West Sumatra can be used as a model or example for other areas in the management and development of halal tourism.

Keyword: Halal Tourism, Uniqueness, West Sumatra

PENDAHULUAN

Bangsa Indonesia merupakan masyarakat yang majemuk karena terdiri atas berbagai suku bangsa, adat istiadat, bahasa daerah, serta agama yang berbeda-beda. Keanekaragaman tersebut terdapat di berbagai wilayah yang tersebar dari Sabang sampai Merauke. Kenyataan yang tak dapat ditolak bahwa masyarakat dan bangsa Indonesia secara sederhana dapat disebut sebagai masyarakat yang beragam budaya. Dengan kemajemukan ini banyak problem kebangsaan yang dihadapi Indonesia, salah satunya adalah perekonomian. Wisata halal merupakan salah satu solusi untuk mengatasi masalah tersebut terkhusus di bidang kemiskinan dan kesejahteraan masyarakat yang mempengaruhi pertumbuhan ekonomi.

Salah satu faktor penting pertumbuhan ekonomi adalah sektor pariwisata. Berdasarkan data publikasi dari *World Travel and Tourism Council* dalam *Travel and Tourism Economic Impact* 2015 Indonesia, kontribusi total sektor pariwisata terhadap PDB nasional untuk tahun 2014 sebesar 9,3 % dari total PDB atau sebesar Rp. 946,1 triliun. Angka ini menunjukkan trend peningkatan dibandingkan tahun sebelumnya sebesar 9,2 % dari total PDB atau sebesar 886,7 triliun. Pada tahun 2015 diperkirakan sektor pariwisata menyumbang 1.012,7 triliun terhadap total PDB atau tumbuh sebesar 7 %. Tenaga kerja yang diserap dari sektor pariwisata juga mengalami peningkatan yang signifikan. Menurut WTTC, kontribusi total sektor pariwisata terhadap penyerapan lapangan kerja pada

tahun 2014 sebesar 9,8 juta tenaga kerja (8,4 % dari total tenaga kerja). Diperkirakan kontribusi ini meningkat sebesar 3,3% pada tahun 2015 atau 10,1 juta tenaga kerja dapat terserap disektor pariwisata. Kontribusi tersebut masih memiliki potensi besar untuk ditingkatkan dengan mempertimbangkan faktor-faktor daya saing tujuan wisata '*destination competitiveness*' seperti sumber daya wisata alam, kebudayaan, sejarah, dan harga.

Penelitian *World Tourism Organization* menunjukkan bahwa pariwisata memberikan sumbangan besar dalam penciptaan lapangan kerja. Dari sembilan kesempatan kerja yang tersedia secara global saat ini, satu diantaranya berasal dari pariwisata. Diasumsikan juga bahwa daya serap tenaga kerja pada sektor pariwisata lebih besar pada negara-negara berkembang salah satunya Indonesia. Peran strategis sektor pariwisata telah menjadi perhatian utama pemerintah dalam berbagai kebijakan. Pemerintah menempatkan sektor pariwisata menjadi prioritas kelima pembangunan program kerja kabinet setelah infrastruktur, maritim, energi, dan pangan. Berbagai program telah dijalankan pemerintah dalam rangka pengembangan sektor pariwisata. Penataan destinasi dan pengembangan produk wisata, promosi wisata, pembinaan industri pariwisata, dan penataan kelembagaan sebagai aspek-aspek dalam pembangunan kepariwisataan Indonesia dalam pengembangan kepariwisataan.

Tak bisa dipungkiri, Indonesia memiliki potensi pariwisata yang sangat besar untuk dikunjungi. Tak hanya memiliki keindahan alam yang tersebar pada 17 ribu gugusan pulau. Indonesia juga memiliki kebudayaan, bahasa, dan kearifan lokal yang beragam dan memiliki daya tarik. Implikasi tersebut terlihat dari data kunjungan wisatawan asing ke Indonesia. Pada tahun 2013 terdapat kunjungan wisatawan mancanegara sebesar 8.802.129, tahun 2014 terdapat kunjungan wisatawan asing sebesar 9.435.411 sedangkan pada tahun 2015 terdapat kunjungan sebesar 10.406.579. Hal tersebut memperlihatkan bahwa trend kunjungan wisatawan asing ke Indonesia mengalami peningkatan dalam jumlah yang cukup signifikan sehingga pengembangan sektor pariwisata harus lebih ditingkatkan.

Saat ini trend wisata Indonesia tertumpu pada *Halal Tourism*. Salah satu yang mendasari adalah tahun 2015 Indonesia mendapatkan penghargaan *World Halal Travel Summit* dalam kategori *World Best Halal Tourism Destination* dan *World Best Halal Honeymoon Destination* untuk Lombok mengalahkan Malaysia dan Turki. Selain itu Indonesia merupakan negara muslim terbesar di dunia dengan lebih dari 80 % penduduknya yang berjumlah 250 juta orang lebih merupakan orang Islam, yang sangat menjunjung tinggi nilai halal dalam kehidupan keseharian. Daerah-daerah di Indonesia terkenal dengan masyarakat yang ramah yang menjadi

budaya bangsa Indonesia. Selain itu, aturan tentang pariwisata syariah ditetapkan oleh Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia dengan menerbitkan Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata berdasarkan prinsip syariah Nomor 108/DSN-MUI/X/2016. Semua hal tersebut menunjukkan bahwa Indonesia memiliki kesiapan untuk menjadi destinasi wisata halal terbaik di dunia untuk tahun-

tahun berikutnya. Selain semua faktor pendukung tersebut, terdapat berbagai upaya pemerintah dalam mendorong setiap daerah di Indonesia untuk meningkatkan kualitas wisata halal yang mereka miliki salah satunya dalam bentuk pemberian apresiasi terhadap daerah wisata halal di Indonesia. Tahun 2016 diadakan Kompetisi Pariwisata Halal Nasional dengan memperlombakan 15 kategori.

Tabel 1. Pemenang Kompetisi Pariwisata Halal Nasional (KPHN) 2016

No	Kategori	Pemenang
1.	Airport Ramah Wisatawan Muslim Terbaik	Bandara Internasional Iskandar Muda, Aceh
2.	Hotel Keluarga Ramah Wisatawan Terbaik	The Radhana, Kuta, Bali
3.	Resort Ramah Wisatawan Muslim Terbaik	Novotel Lombok Resort dan Villas, Lombok Tengah, NTB
4.	Biro Perjalanan Wisata Halal Terbaik	Eoru Tour, Sumbar
5.	Website Travel Ramah Wisatawan Muslim Terbaik	Wonderful Lombok Sumbawa, NTB
6.	Destinasi Bulan Madu Ramah Wisatawan Muslim Terbaik	Kawasan Lembah Sembalun, Lombok Timur, NTB
7.	Operator Haji dan Umroh Terbaik	ESQ Tours Travel, Jaksel
8.	Destinasi Wisata Halal Terbaik	Sumatera Barat
9.	Destinasi Kuliner Terbaik	Sumatera Barat
10.	Destinasi Budaya Ramah Wisatawan Muslim Terbaik	Aceh
11.	Sentra Kuliner Halal Terbaik	Kantin Salman ITB Bandung
12.	Pusat Belanja Ramah Wisatawan Muslim Terbaik	Botani Square, Bogor
13.	Restoran Halal Terbaik	Rumah Makan Lamun Ombak, Sumbar
14.	Daya Tarik Wisata Terbaik	Masjid Raya Baiturrahman, Banda Aceh
15.	Kuliner Halal Khas Daerah Terbaik	Ayam Taliwang Moerad, NTB

Sumber : *travel.detik.com*

Dari 15 kategori tersebut daerah tujuan wisata halal terbaik jatuh pada Sumatera Barat. Hal tersebut menunjukkan bahwa Sumatera Barat adalah daerah utama yang diproyeksikan untuk pengembangan wisata halal di Indonesia. Faktanya memang banyak objek yang menjadi primadona wisata di Sumatera Barat seperti Danau Maninjau, Danau Singkarak, Danau Kembar, Jam Gadang Bukittinggi, Istana Pagaruyung, Nagari Pariangan dan banyak

objek wisata lainnya. Semua daerah tersebut memiliki keunikan masing-masing yang membuat Sumatera Barat menjadi tujuan wisata para wisatawan. Selain itu, masyarakat Sumatera Barat terkenal dengan nilai religiusitas yang tinggi dengan slogan *adat basandi syara', syara' basandi kitabullah*. Slogan ini berarti bahwa segala seluk beluk kehidupan masyarakat Sumatera Barat selalu dilandasi oleh nilai-nilai keagamaan sehingga masyarakatnya dikenal

ramah dan sopan terhadap wisatawan. Dua faktor ini baik yaitu banyaknya pilihan objek wisata dan nilai religiusitas dari Sumatera Barat merupakan faktor kuat untuk menyokong hal tersebut.

Dari banyaknya objek wisata yang ada di Sumatera Barat, penulis mengambil daerah Tanah Datar sebagai daerah penelitian untuk melihat bagaimana prospek dan konsep pengembangan wisata halal dengan konsep OVOP untuk menjadikan Istana Basa Pagaruyung sebagai pusat wisata halal Indonesia dan dapat meningkatkan perekonomian masyarakat sekitar lingkungan wisata.

Pengertian Destinasi Pariwisata

Destinasi pariwisata terdiri atas penggabungan 2 kata yakni destinasi dan pariwisata. Destinasi secara bahasa berarti tujuan. Pariwisata menurut Spilane adalah perjalanan dari suatu tempat ke tempat lain, bersifat sementara, dilakukan perorangan maupun kelompok, sebagai usaha mencari keseimbangan atau keserasian dan kebahagiaan dengan lingkungan hidup dalam dimensi sosial, budaya, alam dan ilmu (Spilane, 1987). Fandeli mengemukakan bahwa, pariwisata adalah segala sesuatu yang berkaitan dengan wisata, termasuk perusahaan objek daya tarik wisata serta usaha-usaha yang terkait bidang tersebut. Dijelaskan pula bahwa wisata merupakan suatu kegiatan bepergian dari suatu tempat ke tempat tujuan lain diluar tempat tinggalnya, dengan maksud bukan untuk

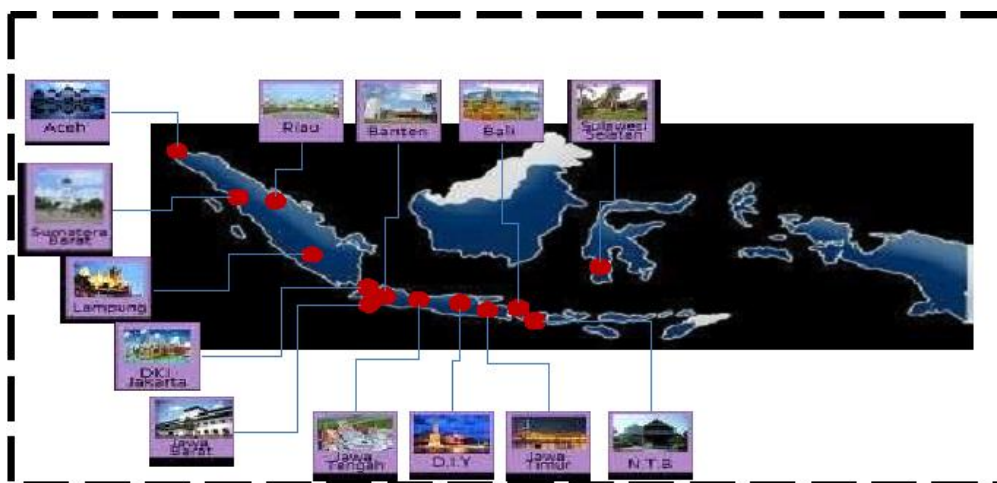
mencari nafkah, melainkan untuk menciptakan kembali kesegaran baik fisik maupun psikis agar dapat berprestasi lagi (Fandeli, 1995). Dalam definisi gabungan terdapat beberapa pengertian dari destinasi pariwisata. Destinasi pariwisata adalah suatu kawasan dengan batasan fisik geografis tertentu yang didalamnya terdapat: komponen produk wisata (atraksi, amenitas dan aksesibilitas) dan layanan dengan citra dan keunikan karakter yang dimilikinya, serta unsur pendukung lainnya yang membentuk sistem dan jaringan fungsional yang terintegrasi dan sinergis dalam menciptakan kunjungan maupun membentuk totalitas pengalaman bagi wisatawan.

Destinasi wisata didefinisikan secara tradisional sebagai suatu daerah geografi yang dirumuskan seperti negara, pulau dan sebuah kota (Budiarta, 2011: 17). Destinasi merupakan suatu tempat yang dikunjungi dengan waktu yang signifikan selama perjalanan seseorang dibandingkan dengan tempat lain yang dilalui selama perjalanan (misalnya daerah transit) (Pitana & Diarta, 2009: 126). Gunn (2014), menyatakan bahwa kawasan wisata merupakan suatu tempat yang tidak saja menyediakan segala sesuatu yang dapat dilihat wisatawan, namun juga menawarkan aktivitas yang dapat dilakukan pada tempat tersebut dan menjadi daya tarik yang memikat orang untuk berkunjung ke tempat tersebut. Leiper menyatakan bahwa daerah tujuan wisata atau destinasi pariwisata

adalah daerah yang memiliki obyek-obyek yang menarik untuk dikunjungi oleh wisatawan lokal atau yang berasal dari berbagai negara dan tersedianya fasilitas penunjang transportasi dan akomodasi (Arjana, 2015:17).

Di daerah tujuan wisatawan membutuhkan layanan jasa untuk menjawab tiga kebutuhan wisatawan yakni: (a) *something to see* yaitu sesuatu yang dilihat, diamati, disaksikan atau ditonton bersifat unik dan atraktif. (b) *Something to do*: sesuatu yang ingin dilakukan berupa kegiatan yang menghibur dan menyenangkan, dan (c) *Something to buy*: sesuatu yang ingin

dibeli sebagai cendera mata (*soevenir*) berupa produk yang khas daerah serta mudah di kemas. Berdasarkan beberapa pengertian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa destinasi pariwisata adalah suatu wilayah yang mempunyai keunikan dan keunggulan yang mampu membuat wisatawan berkunjung ke tempat tersebut untuk beberapa waktu dan memiliki fasilitas-fasilitas yang mendukung kegiatan pariwisata. Destinasi wisata di Indonesia tersebar di berbagai wilayah Indonesia, disebabkan Indonesia memiliki keunggulan dan keunikan serta fasilitas yang memadai untuk melaksanakan kegiatan pariwisata.



Sumber: Kemenparekraf, 2013, *Indonesia as Moslem Friendly Destination*

Gambar 1. Destinasi Wisata Syariah di Indonesia

Gambar diatas memperlihatkan destinasi wisata syariah di Indonesia yang tersebar di berbagai daerah. Hal tersebut menunjukkan Indonesia memiliki potensi besar dalam pengembangan wisata syariah di dunia. Salah satu daerah tujuan utama adalah Sumatera Barat. Daerah yang dalam anugerah KPHN

2016 menjadi daerah tujuan wisata halal terbaik di Indonesia. Keadaaan alam, budaya serta tingkat religiusitas warga Sumatera Barat yang tinggi membuat potensi Sumatera Barat untuk menjadi destinasi wisata utama tingkat dunia dapat direalisasikan dalam tahun-tahun ke depan.

Definisi Wisata Syariah

Istilah wisata syariah di beberapa negara ada yang menggunakan istilah seperti *Islamic tourism*, *halal tourism*, *halal travel*, ataupun *as moslem friendly destination*. Menurut pasal 1 Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia No. 2 Tahun 2014 tentang pedoman penyelenggaraan usaha hotel syariah, yang dimaksud syariah adalah prinsip-prinsip hukum islam sebagaimana yang diatur fatwa dan/atau telah disetujui oleh Majelis Ulama Indonesia. Istilah syariah mulai digunakan di Indonesia pada industri perbankan sejak tahun 1992. Dari industri perbankan berkembang ke sektor lain yaitu asuransi syariah, pengadaian syariah, hotel syariah, dan pariwisata syariah. Definisi pariwisata syariah adalah kegiatan yang didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah yang memenuhi ketentuan syariah.

Menurut Sofyan, definisi wisata syariah lebih luas dari wisata religi yaitu wisata yang didasarkan pada nilai-nilai syariah Islam (Syofyan,

2012). Seperti yang dianjurkan oleh World Tourism Organization, konsumen wisata syariah bukan hanya umat Muslim tetapi juga non Muslim yang ingin menikmati kearifan lokal. Selain itu menurut *President Islamic Nutrition Council of America*, Muhammad Munir Caudry, wisata halal adalah pariwisata yang melayani liburan, dengan menyesuaikan gaya liburan sesuai dengan kebutuhan dan permintaan traveler muslim yang berdasarkan prinsip syariah. Menurut Pavlove (Razzaq, Hall & Prayag, 2015) halal atau *Islamic tourism* didefinisikan sebagai pariwisata dan perhotelan yang turut diciptakan oleh konsumen dan produsen sesuai dengan ajaran Islam. Banyak negara di dunia Islam yang memanfaatkan kenaikan permintaan untuk layanan wisata ramah Muslim (Razzaq, Hall, & Prayag, 2015). Berdasarkan beberapa pengertian tersebut dapat kita ambil kesimpulan bahwa wisata syariah adalah kegiatan wisata yang segala seluk beluknya harus sesuai dengan prinsip syariah. Hal tersebut bisa dibedakan dengan klasifikasi sebagai berikut:

Tabel 2. Komparasi Wisata Konvensional, Wisata Religi, dan Wisata Syariah

No	Item Perbandingan	Konvensional	Religi	Syariah
1.	Obyek	Alam, budaya, Heritage, Kuliner	Tempat Ibadah, Peninggalan Sejarah	Semuanya
2.	Tujuan	Menghibur	Meningkatkan Spritualitas	Meningkatkan Spirituaitas dengan cara menghibur
3.	Target	Menyentuh kepuasan dan kesenangan yang berdimensi nafsu, semata-mata hanya untuk hiburan	Aspek spiritual yang bisa menenangkan jiwa. Guna mencari ketenangan batin	Memenuhi keinginan dan kesenangan serta menumbuhkan kesadaran beragama
4.	Guide	Memahami dan menguasai informasi sehingga bisa menarik wisatawan terhadap obyek wisata	Menguasai sejarah tokoh dan lokasi yang menjadi obyek Wisata	Membuat turis tertarik pada obyek sekaligus membangkitkan spirit religi wisatawan. Mampu menjelaskan fungsi

5.	Fasilitas Ibadah	Sekedar pelengkap	Sekedar pelengkap	dan peran syariah dalam bentuk kebahagiaan dan kepuasan batin dalam kehidupan manusia. Menjadi bagian yang menyatu dengan obyek pariwisata, ritual ibadah menjadi bagian paket hiburan
6.	Kuliner	Umum	Umum	Spesifik yang halal
7.	Relasi dengan Masyarakat dilingkungan Obyek Wisata	Komplementar dan hanya untuk keuntungan materi	Komplementar dan hanya untuk keuntungan materi	Integrated, interaksi berdasar pada prinsip syariah
8.	Agenda Perjalanan	Setiap Waktu	Waktu-waktu tertentu	Memperhatikan waktu

Sumber: Ngatawi Al Zaztrow dalam Hamzah dan Yudiana, 2015

Kriteria Umum Wisata Halal

Menurut Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif dan Badan Penggurus Harian DSN MUI, Pariwisata Syariah mempunyai kriteria umum sebagai berikut (Priyadi, 2014):

- Berorientasi pada kemashlahatan umum.
- Berorientasi pada pencerahan, penyerahan dan ketenangan.
- Menghindari kemusrikan dan kufarat.
- Menghindari maksiat seperti zina, pornografi, pornoaksi, minuman keras dan judi.
- Menjaga perilaku, etika dan nilai-nilai luhur kemanusiaan seperti menghindari perilaku hedonis dan asusila.
- Menjaga amanah, keamanan dan kenyamanan.
- Bersifat universal dan inklusif
- Menjaga kelestarian lingkungan
- Menghormati nilai-nilai sosial budaya dan kearifan lokal.

Konsep Pengembangan Wisata Halal Berbasis OVOP

Wisata halal yang menempatkan nilai agama sebagai basis pengelolaan layanan wisata merupakan hal yang *inheren* dalam kehidupan

masyarakat dan didukung juga oleh nilai budaya. Keduanya saling menguatkan dan mendukung. Setiap Kabupaten dan Kota yang ada di Sumatera Barat, perlu dibuat dan ditetapkan keunikan wisata halal yang dimiliki. Pola pengembangan dapat mengadopsi konsep *One Vilage One Product* (OVOP) Konsep ini populer dalam pengembangan UMKM dengan kekuatan dan sumber daya lokal yang dimiliki.

One Village One Product (OVOP) pertama kali dicetuskan oleh Morihiko Hiramatsu saat menjabat sebagai Gubernur Prefektur Oita di timur laut Kyushu, Jepang. Selama 6 periode (24 tahun) masa jabatannya, Morihiko Hiramatsu mengentaskan kemiskinan warganya dengan menerapkan konsepsi pembangunan wilayah yang Ia cetuskan itu. Gerakan OVOP kemudian secara pesat memberikan kontribusi sangat besar bagi pembangunan regional di Prefektur Oita. OVOP bertujuan untuk mengembangkan produk yang mampu bersaing di pasar global dengan tetap menekankan pada nilai tambah lokal dan mendorong semangat menciptakan kemandirian masyarakat.

Ketika itu OVOP dicanangkan sebagai kebijakan dalam rangka mengatasi masalah depopulasi yang disebabkan generasi muda yang meninggalkan daerah asalnya dan menyebabkan lesunya industri setempat. Selain itu, konsepsi yang ditekankan dalam program ini, bahwa yang penting bukan hanya kemakmuran dari segi ekonomi (*Gross National Product*) tetapi juga kepuasan batin (*Gross National Satisfaction*) masyarakat setempat (Hiramatsu & Morihiko, 2009).

Konsep *One Village One Product* sejak tahun 2006 mulai dipelajari dan diadopsi oleh berbagai negara, khususnya di Asia. OVOP diterapkan pada umumnya untuk menyelesaikan permasalahan kesenjangan sosial dan ekonomi yang terjadi antara desa dan kota di negara-negara Asia (Murayama, 2009). Selain itu, OVOP juga mulai dipelajari oleh negara-negara di Afrika terutama sebagai salah satu solusi bagi daerah-daerah miskin yang masih sangat bergantung pada pemerintah pusatnya. Negara-negara yang mengadopsi OVOP di Asia diantaranya adalah sebagai berikut:

Tabel 3. OVOP yang Diadopsi oleh Berbagai Negara

Negara	Adopsi OVOP
Thailand	<i>One Tambon Product</i>
Taiwan	<i>One Town One Product</i>
Malaysia	Satu Satu Industri
Filipina	<i>One Town One Product</i>

METODE PENELITIAN

Jenis Penulisan

Jenis penulisan karya tulis ini dengan melakukan studi literatur yang mendalam.

Data yang dianalisis tidak untuk menerima atau menolak hipotesis (jika ada). Pada penulisan ini fakta yang dianalisis dengan menghubungkan, membandingkan, mengembangkan pemikiran sehingga menghasilkan suatu kesimpulan umum.

Jenis Data dan Metode Pengumpulan Data

Jenis data yang dikumpulkan dalam penulisan ini adalah data primer melalui observasi lapangan untuk mendapatkan gambaran yang jelas tentang pengaruh Istana Baso Pagaruyung terhadap pendapatan masyarakat sekitar, dan juga data sekunder, yaitu sumber data yang diperoleh secara tidak langsung melalui media perantara. Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penulisan ini adalah gabungan antara observasi lapangan dengan Studi kepustakaan dilakukan untuk mengumpulkan data sekunder yang dibutuhkan dalam penulisan karya tulis ini. Pengumpulan data sekunder ini dilakukan melalui buku-buku, jurnal, terbitan berkala, situs internet, data BPS. Penulis akan melakukan review terhadap data sekunder yang diperoleh kemudian diolah sehingga memberikan informasi yang menyeluruh terkait prospek dan konsep penerapan destinasi pariwisata syariah di Sumatera Barat berbasis OVOP dalam mendorong perekonomian dengan studi kasus Istana Basa Pagaruyung.

Metode Analisis Data

Berdasarkan pada rumusan masalah dan pendekatan penulisan yang digunakan, penulis

menganalisa data-data yang diperoleh dengan metode analisis deskriptif kualitatif, yaitu data yang diperoleh kemudian disusun, sehingga mempermudah pembahasan masalah yang ada. Karena titik fokus penulisan ini adalah penulisan berbasis literatur dan juga observasi langsung ke lapangan dengan mewawancarai beberapa orang pelaku usaha sebagai sampel, maka data yang dikumpulkan dalam penulisan ini data kualitatif.

PEMBAHASAN

Prospek Destinasi Pariwisata Halal Sumatera Barat

Dalam era globalisasi, sektor pariwisata merupakan salah satu sektor penting dalam perkembangan perekonomian suatu negara. Pariwisata telah memberikan devisa yang cukup besar bagi berbagai negara. Indonesia sebagai negara kepulauan terbesar di dunia yang terdiri dari 17.508 pulau, telah menyadari pentingnya sektor pariwisata bagi perekonomian di Indonesia. Wakil Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Sapta Nirwandar mengatakan bahwa Indonesia memiliki peluang besar, baik dari segi ketersediaan pasar dan ketersediaan sumber daya yang akan dikembangkan. Sekitar 88% warga negara Indonesia beragama Islam. Artinya 88% warga negara Indonesia sangat berpotensi untuk menjalankan wisata syariah. Segmen konsumen Muslim di Indonesia yang memiliki kepedulian tinggi terhadap kehalalan barang dan jasa yang mereka konsumsi saat

ini berkembang dengan pesat.

Sumatera Barat memiliki daerah yang kaya akan destinasi wisata, baik itu berupa adat budaya, tempat rekreasi, kuliner dan sebagainya. Hal ini sangat berpotensi untuk dikembangkan. Sektor wisata memiliki peranan penting dalam pengembangan perekonomian suatu wilayah. Oleh karena itu, segala potensi yang ada di wilayah Sumatera Barat harus dioptimalkan. Menurut Kepala BPS Sumbar, Dody Herlando, pada Februari 2016 kunjungan wisatawan asing mencapai 3.892 orang, lalu Maret 2016 naik menjadi 4.428 orang yang tiba melalui Bandara Internasional Minangkabau dan Pelabuhan Teluk Bayur. Menurut dia kunjungan wisatawan pada Maret 2016 ke Sumbar memberikan kontribusi sebesar 0,52 persen terhadap total pelancong yang berkunjung ke Indonesia sebanyak 852.226 orang. Dari data-data diatas bisa diambil kesimpulan bahwa sangat banyak wisatawan yang berkunjung ke Sumatera Barat, potensi ini akan semakin maksimal apabila dikelola dengan lebih baik lagi. Kementerian Pariwisata telah memfasilitasi upaya ke arah terciptanya destinasi wisata halal tersebut. Potensi dan peluang pasar cukup terbuka, namun diperlukan pemahaman semua pihak termasuk pelaku usaha pariwisata itu sendiri. Sumatera Barat memiliki 9 daerah destinasi halal yang menang dalam Kompetisi Pariwisata Halal Nasional.

Tabel 4. Destinasi Halal Sumatera Barat

No	Destinasi Daerah
1.	Danau singkarak Solok
2.	Danau maninjau Kab. Agam
3.	Danau kembar Kab. Solok
4.	Ngarai sianok Payakumbuh
5.	Gua Japang Bukittinggi
6.	Pulau cubadak Pesisir Selatan
7.	Lembah anai Tanah Datar
8.	Istana pagaruyuang Batusangkar
9.	Kepulauan mentawai Mentawai

Semua daerah itu memiliki karakteristik unik masing-masing yang memberikan kesan tersendiri bagi pengunjungnya dan tersebar di seluruh wilayah Sumatera Barat. Selain destinasi Sumatera Barat juga memiliki kuliner terbaik dan halal dalam rangka mendukung prospek wisata halal Sumatera Barat kedepannya. Makanan dan minuman merupakan kegiatan primer manusia, yang mana tidak lepas dari kegiatan apapun. Makanan tersebut tidak dapat dirasakan hanya lewat foto atau video, sehingga orang harus mengecapnya langsung di tempat, selain itu kuliner belum dijadikan *branding* oleh negara-negara lain di ASEAN (Primasari & Siswojo, 2012). Dari wisata halal tersebut dapat mendorong meningkatnya ekonomi masyarakat sekitar, sehingga kesejahteraan masyarakat sekitar menjadi lebih baik, pengangguran akan semakin berkurang karena dengan sendirinya akan tercipta lapangan pekerjaan bagi masyarakat.

Konsep Penerapan Pariwisata Halal di Sumatera Barat Berbasis *One Village One Product*

Perkembangan pengelolaan wisata halal telah menciptakan sebuah pasar tersendiri dalam dunia pariwisata dan dengan demikian dunia industri wisata menjadi kompetitif.

Penyedia jasa wisata halal dituntut untuk menciptakan inovasi, nilai lebih (*superior*), *special branding* dan *uniqueness* sebagai faktor sukses, eksis di pasar dan memperluas pasar (*huge market*). Setiap Kabupaten dan Kota yang ada di Sumatera Barat, perlu dibuat dan ditetapkan keunikan wisata halal yang dimiliki. Pola pengembangan dapat mengadopsi konsep *One Village One Product* (OVOP) yang dirintis oleh Morihiko Hiramatsu yang saat itu menjabat sebagai Gubernur Oita, Jepang. Konsep ini populer dalam pengembangan UMKM dengan kekuatan dan sumber daya lokal yang dimiliki.

Melalui konsep ini, setiap daerah memiliki keunikan ikon wisata halal masing-masing berangkat dari karakteristik daerah. Dengan demikian tiap daerah punya *uniqueness* pasar dan konsumen dan tidak memangsa pasar lain. Setiap daerah harus memilih suatu *icon* yang benar-benar bisa mewakili daerah tersebut dan tidak dimiliki oleh daerah lain, nantinya pengembangan wisata halal untuk beberapa tahun kedepan bisa diarahkan ke objek yang telah ditentukan sehingga nanti akan dapat dikembangkan dengan baik. Banyak daerah di provinsi yang bisa dikembangkan, seperti daerah yang memenangkan anugerah KPHN yakni Sumatera Barat.

Salah satu destinasi unik dan menjadi icon di Sumatera Barat adalah Istana Pagaruyung. Konsep OVOP yang dapat diterapkan pada Istana Pagaruyung adalah wisata halal berbasis

sejarah. Artinya untuk memahami sejarah Minangkabau maka wisatawan dapat datang ke Istana Pagaruyung. Istana Pagaruyung terletak di Kabupaten Tanah Datar. Kabupaten Tanah Datar dikenal sebagai Luhak Nan Tuo. Masyarakat Minangkabau meyakini bahwa asal usul orang Minangkabau dari Kabupaten Tanah Datar. Dari Luhak Tanah Datar inilah kemudian orang Minangkabau berkembang dan berpindah ke daerah lain seperti Luhak 50 kota dan Luhak Agam.

Letak Pagaruyung di Kabupaten Tanah Datar secara tidak langsung membuat Istana Pagaruyung menjadi rujukan untuk melihat sejarah perkembangan Minangkabau. Istana Pagaruyung merupakan bukti sejarah dari adanya kerajaan Pagaruyung. Kerajaan Pagaruyung merupakan kerajaan yang berpengaruh besar dalam pengembangan minangkabau. Pengaruh kerajaan Pagaruyung melingkupi hampir seluruh pulau Sumatera seperti yang ditulis William Marsden dalam bukunya *The history of Sumatra* (1784). Ada sebanyak 62 hingga 75 kerajaan kecil di Nusantara yang menginduk pada Pagaruyung, yang tersebar di Filipina, Brunei, Thailand, dan Malaysia, serta di Sumatera, Nusa Tenggara Timur dan Nusa Tenggara Barat di Indonesia.

Kerajaan Pagaruyung juga kental akan nilai sejarah keislaman. Pengaruh Islam di Pagaruyung berkembang kira-kira pada abad ke-16, yaitu melalui para musafir dan guru

agama yang singgah atau datang dari Aceh dan Malaka. Salah satu murid ulama Aceh yang terkenal Syaikh Abdurrauf Singkil (Tengku Syiah Kuala), yaitu Syaikh Burhanuddin Ulakan. Pada abad ke-17, Kerajaan Pagaruyung akhirnya berubah menjadi kesultanan Islam. Raja Islam yang pertama dalam tambo adat Minangkabau disebutkan bernama Sultan Alif. Dengan masuknya agama Islam, aturan adat yang bertentangan dengan ajaran agama Islam mulai dihilangkan dan hal-hal yang pokok dalam adat diganti dengan aturan agama Islam. Pepatah adat Minangkabau yang terkenal: "*Adat basandi syarak, syarak basandi Kitabullah*", yang artinya adat Minangkabau bersendikan pada agama Islam, sedangkan agama Islam bersendikan pada Al-Qur'an. Beberapa aspek diatas menunjukkan bahwa Istana Pagaruyung memiliki nilai historis yang sangat tinggi disebabkan letaknya di Tanah Datar, sejarah kerajaan Pagaruyung dan perkembangan keislaman yang terjadi didalamnya. Hal ini dapat memberikan pengetahuan bagi wisatawan yang ingin memahami sejarah minangkabau yang penuh dengan nilai religiusitas.

Aspek selanjutnya berkaitan dengan konten wisata halal, jika merujuk pada aspek yang ditulis oleh Ngatawi Al Zaztrow, Istana Pagaruyung memenuhi unsur untuk dapat dikatakan sebagai destinasi wisata halal. Objek wisata Istana Pagaruyung memenuhi objek alam, *heritage*, budaya, kuliner, tempat ibadah

dan peninggalan sejarah. Istana Pagaruyung berada dikawasan dengan kondisi alam masih alami dan mempunyai pemandangan yang indah. Hal tersebut memberikan kenyamanan bagi wisatawan yang berkunjung. Kemudian, wahana hiburan seperti naik kuda, mobil keliling, mobil kecil bagi anak-anak, dan wahana lainnya memberikan efek hiburan yang membuat wisatawan memiliki semangat baru dalam menjalani kehidupan. Istana Pagaruyung juga memiliki kuliner khas yang terdapat di warung-warung sekitar istana seperti rendang, dendeng dan lainnya yang terbuat dari bahan-bahan yang halal disebabkan semua pedagang yang ada di sekitar Pagaruyung adalah masyarakat yang beragama Islam. Hal tersebut memberikan garansi keamanan bagi wisatawan yang ingin bersantap dengan menu yang halal dan baik.

Istana Pagaruyung juga memiliki fasilitas ibadah berupa mushola untuk kegiatan ibadah umat muslim dan juga ada mesjid jami' yang berada di Kawasan kantor Bupati yang berjarak kurang lebih 400 M dari Istana Pagaruyung. Fasilitas jasa WC juga telah memisahkan antara kaum lelaki dan perempuan sehingga menjamin kenyamanan bagi orang-orang yang ingin menggunakannya terutama yang beragama Islam. Istana Pagaruyung juga memiliki *guide* yang beroperasi didalam Istana Pagaruyung. Para *guide* ini sangat membantu para pengunjung untuk dapat lebih mengetahui seluk-beluk

yang ada dari istana Pagaruyung baik berkaitan dengan sejarahnya maupun segala hal yang ada di kawasan Istana Pagaruyung tersebut.

Interaksi masyarakat sekitar dengan istana Pagaruyung berjalan dengan sangat baik. Hal tersebut terbukti dengan penjagaan yang dilakukan masyarakat lokal atas kelangsungan istana Pagaruyung baik berkaitan objeknya maupun dengan suasana kerukunan yang berlangsung di dalamnya. Nilai kerukunan tersebut terbentuk karena masyarakat sangat memahami dalam nilai agama, kerukunan antar umat beragama kunci keberhasilan hidup. Semua hal yang dijelaskan diatas menunjukkan istana Pagaruyung merupakan destinasi wisata yang bernilai historis dan memenuhi kriteria wisata syariah sehingga istana Pagaruyung akan menjadi objek wisata menarik untuk dikunjungi oleh wisatawan baik domestik maupun asing. Hal tersebut terbukti dari data kunjungan yang ada selama tahun 2016 yang dapat dilihat dari tabel dibawah ini:

Tabel 5. Jumlah Pengunjung Istana Basa Pagaruyung 2016

No.	Bulan	Jumlah Kunjungan		Jumlah
		Mancanegara	Domestik	
1.	Januari	1.778	23.475	25.253
2.	Februari	2.094	18.507	20.601
3.	Maret	3.126	20.327	23.453
4.	April	2.153	18.472	20.625
5.	Mei	2.924	26.050	48.974
6.	Juni	764	6.704	7.468
7.	Juli	237	114.462	114.699
8.	Agustus	1.747	16.482	18.229
9.	September	1.820	18.430	20.250
10.	Oktober	2.121	17.858	19.979
11.	November	2.255	17.858	20.113
12.	Desember	2.426	46.028	48.490
		23.481	364.653	388.134

Sumber: Instagram Istana Pagaruyung

Dari tabel diatas dapat dilihat selama tahun 2016 terdapat total pengunjung sebesar 388.134 orang dengan rincian sebanyak 364.653 berasal dari domestik dan 23.481 dari mancanegara. Wisatawan mancanegara antara lain berasal dari Malaysia, Belanda, Jerman dan lainnya. Dari 12 bulan tersebut pengunjung tertinggi terdapat pada bulan Juli sedangkan yang terendah pada bulan Juni. Penjelasan nya adalah pada bulan Juli bertepatan dengan adanya hari Raya bagi Umat Islam yang diikuti dengan libur nasional seluruh masyarakat sehingga masyarakat memiliki waktu untuk berlibur di objek wisata. Istana Pagaruyung termasuk objek dengan kunjungan yang cukup tinggi sebesar 114.669. Sedangkan pada bulan Juni kunjungan terendah disebabkan berada pada bulan ramadhan. Disebabkan bulan ramadhan muslim berpuasa dan banyak melaksanakan kegiatan ibadah lainnya, pilihan berlibur ke objek wisata tidak menjadi referensi utama termasuk ke Pagaruyung. Pada bulan lainnya rata-rata pengunjung berkisar antara 18.000-25.000. Sedang pada bulan Mei dan Desember kisaran angka pada 48.000an disebabkan pada saat itu bertepatan dengan libur sekolah sehingga masyarakat memiliki waktu untuk berlibur di Istana Pagaruyung.

Disimpulkan bahwa waktu libur baik hari besar maupun libur sekolah berkorelasi dengan kuantitas pengunjung yang ada di Istana Pagaruyung. Jika ada libur nasional maka

kunjungan ke Pagaruyung akan meningkat seperti pada bulan Mei, Juli, dan Desember sedangkan pada bulan lainnya kunjungan berkisar pada angka 20.000an. Kemudian tingkat kunjungan normal Pagaruyung berkisar angka 6300an kunjungan perhari. Sebuah angka kunjungan yang cukup besar untuk sebuah destinasi wisata.

Kunjungan wisatawan akan berdampak pada peningkatan perekonomian masyarakat yang ada di sekitar Istana Pagaruyung. Saat ini terdapat 155 Pedagang, 6 Penyewaan Jasa Badut, 130 Jasa *photographer*, 6 Penyewaan Jasa Naik Kuda, 6 Jasa Mobil odong-odong, 6 Jasa mobil mainan, 1 Jasa WC Pribadi dan 1 orang jasa pelukis. Semua pelaku ekonomi tersebut mayoritas berasal dari masyarakat asli Pagaruyung. Hal tersebut menjadi sebuah peraturan tak tertulis bahwa pelaku ekonomi yang akan beraktivitas di Istana Pagaruyung adalah masyarakat asli. Untuk masyarakat pendatang dari daerah lain tetap dibolehkan asalkan mampu mengikuti sistem yang berlaku pada masyarakat asli.

Tabel 6. Rincian Pelaku Usaha yang Ada di Sekitar Istana Pagaruyung

No	Jenis Usaha	Jumlah
1.	Pedagang	155
2.	Jasa Badut	6
3.	Jasa <i>Photographer</i>	130
4.	Jasa Naik Kuda	6
5.	Jasa Mobil Odong-Odong	6
6.	Jasa Mobil Mainan	6
7.	Jasa WC	1
8.	Jasa Pelukis	1

Sumber: Observasi lapangan

Berdasarkan observasi lapangan pelaku usaha yang ada di Istana Pagaruyung juga memiliki pendapatan yang beragam sesuai dengan profesi digeluti. Pendapatan ini yang akan dipergunakan oleh para pelaku ekonomi ini untuk melanjutkan kehidupan mereka baik bagi diri sendiri maupun keluarga.

Tabel 7. Kisaran Pendapatan Pelaku Usaha di Istana Pagaruyung

No	Jenis Usaha	Kisaran Penghasilan/hari
1.	Pedagang (buah, makanan dan minuman ringan, minyak urut, nasi, souvenir	100.000-1.500.000
2.	Jasa Badut	20.000-150.000
3.	Jasa <i>Photographer</i>	10.000-300.000
4.	Jasa Naik Kuda	10.000-200.000
5.	Jasa Mobil Odong-Odong	10.000-200.000
6.	Jasa Mobil Mainan	10.000-200.000
7.	Jasa WC	20.000-200.000
8.	Jasa Pelukis	Tidak menetapkan tariff

Sumber: Observasi Lapangan

Dari tabel terlihat bahwa adanya istana Pagaruyung berdampak pada pendapatan terhadap masyarakat yang menjalankan usaha di tempat tersebut. Hal tersebut menyebabkan masyarakat memiliki kemungkinan untuk mendapatkan taraf hidup yang lebih baik dari yang dialaminya saat ini. Lancarnya usaha yang dijalankan juga disebabkan karena Istana Pagaruyung bebas dari tindakan premanisme sehingga pelaku usaha nyaman dalam menjalankan usahanya. Pelaku ekonomi hanya dibebani uang kebersihan sebanyak Rp. 5.000,00 selama sebulan. Semua usaha yang dilakukan oleh setiap masyarakat yang membuka usaha disini, menggunakan modal sendiri, dan jika mereka membutuhkan uang tambahan untuk modal, ada koperasi yang berasal mereka

yang belum lama berdiri yang bisa membantu modal sebanyak Rp 1.000.000,00 saja dalam 20 minggu.

Pendapatan terbesar didominasi pedagang kuliner. Hal tersebut suatu hal wajar sebab makanan adalah kebutuhan pokok yang selain wisatawan juga dibeli oleh orang yang tinggal di sekitaran istana Pagaruyung. Selain itu, bukan pendapatan penduduk daerah sekitar saja yang bertambah, akan tetapi juga daerah lain, tempat dimana pedagang-pedagang sekitar wilayah istana mengambil barang. Contohnya untuk makanan khas yang ada, pedagang mengambil dari Payakumbuh, Batusangkar, Bukittinggi, Tabek Patah dan daerah lainnya. Souvenir-souvenir diambil dari luar kota yaitu Bukittinggi, begitu juga untuk pernak-pernak lainnya seperti pakaian badut yang dikenakan untuk menyambut pengunjung diambil dari Bandung. Hal tersebut menunjukkan bahwa *multiplier effect* ditimbulkan Istana Pagaruyung membuat daerah-daerah yang berada di kisaran Sumatera Barat mendapatkan kesempatan mensuplai barang kepada pelaku usaha di Istana Pagaruyung. Jadi Istana Pagaruyung secara langsung memberikan efek pada masyarakat sekitar dan secara tidak langsung memberikan efek pada daerah lain yang jadi penyuplai bahan baku bagi pelaku usaha di Pagaruyung.

Manfaat lain dari hadirnya istana Pagaruyung adalah peningkatan taraf pendidikan keluarga sehingga banyak ditemui masyarakat yang

bekerja awalnya hanya lulusan SMP dan SMA semangat untuk menyekolahkan anak-anaknya untuk jenjang yang lebih tinggi karena pemasukan mereka yang cukup memadai selain untuk kebutuhan hidup sehari-hari. Jadi seiring pendapatan bertambah, juga berpengaruh terhadap pendidikan anak-anak mereka.

Istana Basa Pagaruyung merupakan satu contoh pengembangan daerah untuk lebih baik dan mandiri, yang menciptakan masyarakat sejahtera dalam perekonomian yang juga akan berimbas kepada sosial masyarakat itu sendiri. Semua daerah yang unik tersebut harus difokuskan dalam pengembangannya, dengan

cara menetapkan daerah tersebut yang bisa mewakili daerah dalam wisata halal kab./kota. Fokus pemerintah daerah dalam memperbaiki wisata halal akan lebih tertata dan lebih jelas karena sudah ada suatu objek yang benar-benar akan dikembangkan untuk beberapa tahun kedepan dalam rangka memperbaiki kualitas objek pariwisata halal. Berkembangnya wisata potensi wisata halal dapat meningkatkan perkembangan UMKM menjadi lebih baik, hal ini akan menciptakan banyak lapangan pekerjaan sehingga pengangguran berkurang, produktivitas masyarakat meningkat, investasi naik, sehingga membuat masyarakat sejahtera.



Gambar 2. Skema Efek dari Wisata Halal Sumbar

Dalam konsep nantinya setiap daerah memiliki dan mengembangkan keunikan tersendiri yang tidak dimiliki oleh daerah lain, sehingga nantinya tidak terjadi saling memangsa pasar dan juga akan memberikan pengaruh positif terhadap wisatawan yang

bisa menikmati beragam hal di Sumatera Barat yang berbeda antara daerah satu dengan yang lainnya. Dengan perbedaan ini nantinya akan menambah wisatawan yang datang dan menjadi pasar tersendiri bagi pelaku ekonomi daerah untuk mengembangkan potensi yang ada

dalam meningkatkan pendapatan masyarakat maupun daerah. Konsep ini memadukan sinergi antara pemerintah yang berperan sebagai media pembantu, sektor swasta dan masyarakat. Melalui konsep ini kedepannya masyarakat yang mandiri diharapkan bisa terwujudkan tanpa harus bergantung dengan daerah lain karena setiap daerah telah memiliki *uniqueness* tersendiri yang menjadi ikon dari daerahnya.

KESIMPULAN

- a. Prospek istana Pagaruyung sebagai wisata halal berbasis sejarah sangat bagus. Hal ini terlihat dari aspek historis dan faktor penunjang yang dimiliki oleh Istana Pagaruyung. Hal ini terlihat dari jumlah kunjungan wisatawan yang cukup tinggi pada tahun 2016. Selain itu adanya istana Pagaruyung juga memberikan efek ekonomi baik pada masyarakat sekitar maupun daerah lainnya yang menjadi penyuplai bahan pokok usaha di Istana Pagaruyung.
- b. Konsep pariwisata Halal berbasis *One Village One Product* di Sumatera Barat dapat dilakukan dengan mendorong masing-masing daerah untuk menunjukkan keunikan lokalnya sehingga menjadi ikon pada masing-masing daerah sehingga tidak memangsa pangsa pasar wisatawan yang datang seperti Istana Pagaruyung yang merupakan konsep OVOP wisata halal berbasis sejarah.

Daerah lainnya dapat dikembangkan sesuai kekhasan yang dimiliki. Dibutuhkan kajian yang melibatkan unsur akademik, masyarakat, dunia usaha dan pemerintah dalam memformulasikan secara tepat keunikan tersebut. Sehingga terwujud *one region one superior*. Berkembangnya wisata halal ini diharapkan berpengaruh terhadap meningkatkan sektor riil, usaha kecil dan menengah dan pertumbuhan ekonomi syariah di Sumatera Barat dikarenakan bergeraknya sektor wisata ini secara tidak langsung hasil dari produk-produk UMKM akan memiliki pasar yang lebih banyak lagi dan mengurangi pengangguran di suatu daerah. Dengan ini akan memicu kreatifitas UMKM dalam mengembangkan usahanya, sehingga perekonomian semakin bersaing dan akan semakin baik.

DAFTAR PUSTAKA

- Budiarta, N.R. (2011). Peranan Transportasi dalam Pariwisata, Studi Kasus: Pemilihan Daerah Tujuan Wisata (Dtw/Destinas) oleh Wisatawan di Bali. *Jurnal Ilmiah Teknik Sipil*, 15(2): 195-204.
- Fandeli, C. (1995). *Pengertian dan Kerangka Dasar Kepariwisata dalam Dasar-Dasar Kepariwisata Alam*. Yogyakarta: Liberty.
- Gunn, C.A. (2014). *Vacations Cape: Developing Tourist Areas*. Routledge.
- Hermantoro, H. (2011). *Creative-Based Tourism*. Depok: Aditri.

- Murayama, H., Dua, N., & City, D. (2009). A Case Study Archive of OVOP for Regional Development. In *The 6th OVOP International Seminar, Bali-Indonesia*.
- Pitana, I Gde. & Diarta, S. I Ketut. (2009) *Introduction to Tourism*. Yogyakarta: Andi.
- Primasari, A., & Siswojo, T. (2012). Promosi Kuliner Lokal sebagai Daya Jual Pariwisata Indonesia untuk Backpacker Asing. *Visual Communication Design*, 1(1).
- Razzaq, S., Hall, C. M., & Prayag, G. (2016). The Capacity of New Zealand to Accommodate the Halal Tourism Market - or Not. *Tourism Management Perspectives*, 18: 92-97.
- Spilane, J.J. (1987). *Pariwisata Indonesia, Sejarah dan Prospeknya*. Kanisius: Yogyakarta.
- Sofyan, R. (2011). *Bisnis Syariah, Mengapa Tidak?: Pengalaman Penerapan Pada Bisnis Hotel*. Gramedia Pustaka Utama.
- Triharini, M., Larasati, D., & Susanto, R. (2014). Pendekatan One Village One Product (OVOP) untuk Mengembangkan Potensi Kerajinan Daerah. Studi Kasus: Kerajinan Gerabah di Kecamatan Plered, Kabupaten Purwakarta. *Journal of Visual Art and Design*, 6(1): 29-42.