



Pariwisata Halal di Pantai Bira: Eksplorasi Etika Bisnis Islam Perspektif Amanah

Halal Tourism On Bira Beach: Exploring Islamic Business Ethics From An Amanah Perspective

Rukmi Widyawati

Pascasarjana UIN Alauddin Makassar, Indonesia

Jl. H. M Yasin Limpo No. 36, Romangpolong, Gowa, Sulawesi Selatan

Email: whied_suryasegara@yahoo.com

Jamaluddin Majid

UIN Alauddin Makassar, Indonesia

Jl. H. M Yasin Limpo No. 36, Romangpolong, Gowa, Sulawesi Selatan

Email: jamal.majid@uin-alauddin.ac.id

Syahrudin

UIN Alauddin Makassar, Indonesia

Jl. H. M Yasin Limpo No. 36, Romangpolong, Gowa, Sulawesi Selatan

Email: syahrudin@uin-alauddin.ac.id

Abu Muslim

Badan Riset dan Inovasi Nasional

Jl. Jenderal Gatot Subroto, Jakarta Selatan, DKI Jakarta

Email: abu.muslim@brin.go.id

Info Artikel	<i>Abstract</i>
Diterima 13 Agustus 2025	Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi penerapan etika bisnis Islam di destinasi wisata Pantai Bira, Sulawesi Selatan, dengan menitikberatkan pada prinsip amanah (dapat dipercaya) sebagai fondasi moral dalam praktik ekonomi pariwisata. Berbeda dari kajian terdahulu yang umumnya menyoroti pariwisata halal dari aspek regulasi dan konsumsi wisatawan, penelitian ini menempatkan nilai amanah sebagai instrumen etis yang membentuk perilaku pelaku wisata dan sistem tata kelola destinasi. Pendekatan kualitatif digunakan melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan studi dokumentasi terhadap pelaku pariwisata, pengelola, dan tokoh masyarakat setempat. Hasil penelitian menunjukkan adanya praktik etis yang mencerminkan nilai amanah, seperti keterbukaan harga, kejujuran dalam pelayanan, dan penyediaan fasilitas ibadah. Namun, tantangan masih muncul berupa pungutan liar, ketidakjelasan harga, serta
Revisi I 29 Agustus 2025	
Revisi II 25 September 2025	

<p>Disetujui 12 November 2025</p>	<p>lemahnya pengawasan dalam pengelolaan destinasi. Temuan ini menegaskan bahwa internalisasi nilai amanah tidak hanya berfungsi sebagai norma keagamaan, tetapi juga sebagai strategi manajerial yang mampu memperkuat tata kelola, meningkatkan kepercayaan wisatawan, dan mendorong pariwisata berkelanjutan. Novelty penelitian ini terletak pada pengembangan model konseptual pariwisata etis berbasis nilai Islam yang memadukan dimensi spiritual, sosial, dan ekonomi dalam konteks destinasi lokal.</p> <p>Kata Kunci: etika bisnis islam, pariwisata halal, pembangunan berkelanjutan, pantai bira</p> <p><i>This study aims to explore the application of Islamic business ethics at the Bira Beach tourist destination, South Sulawesi, emphasizing the principle of amanah (trustworthiness) as the moral foundation of tourism economic practices. Unlike previous studies that generally focus on halal tourism from the perspective of regulation and tourist consumption, this study positions the value of amanah as an ethical instrument that shapes the behavior of tourism actors and the destination's governance system. A qualitative approach was used through in-depth interviews, participant observation, and documentation studies of tourism actors, managers, and local community leaders. The results indicate the existence of ethical practices that reflect the value of amanah, such as price transparency, honesty in service, and the provision of religious facilities. However, challenges persist in the form of illegal levies, price ambiguity, and weak oversight in destination management. These findings confirm that the internalization of the value of amanah functions not only as a religious norm but also as a managerial strategy capable of strengthening governance, increasing tourist trust, and promoting sustainable tourism. The novelty of this research lies in the development of a conceptual model of ethical tourism based on Islamic values that integrates spiritual, social, and economic dimensions within the context of a local destination.</i></p> <p>Keywords: islamic business ethics, halal tourism, sustainable development, bira beach</p>
--	---

PENDAHULUAN

Pariwisata telah menjadi sektor vital secara global karena memberikan kontribusi signifikan terhadap pendapatan negara, penciptaan lapangan kerja, serta perkembangan sosial-budaya masyarakat lokal. Dalam beberapa tahun terakhir, pariwisata halal muncul sebagai ceruk pasar (niche market) yang berkembang pesat, didorong oleh peningkatan permintaan wisatawan Muslim akan pengalaman

wisata yang sesuai syariat. Indonesia, sebagai negara dengan penduduk Muslim terbesar di dunia, memiliki posisi strategis dalam memimpin pengembangan pariwisata halal. Berdasarkan Global Muslim Travel Index (GMTI), Indonesia secara konsisten menempati peringkat atas sebagai destinasi ramah Muslim (Hitt et al., 1997a; Index, 2019).

Namun demikian, tantangan etis masih banyak ditemui di destinasi lokal,

terutama dalam implementasi nilai-nilai Islam dalam praktik bisnis (Made et al., 2024). Salah satu contohnya adalah destinasi wisata Pantai Bira di Sulawesi Selatan. Meskipun telah tersedia beberapa fasilitas yang mendukung praktik keagamaan, berbagai laporan menunjukkan masih terjadi pungutan liar, tarif masuk yang tidak jelas, serta transparansi yang rendah. Hal ini menunjukkan adanya gap antara nilai-nilai religius dan praktik tata kelola yang diterapkan (Aprilia & Parakkasi, 2023a).

Penelitian ini secara spesifik mengkaji bagaimana pengelola objek wisata menerapkan prinsip amanah dalam aspek layanan wisata, transparansi informasi, pengelolaan fasilitas, transaksi ekonomi, serta dampaknya terhadap kepercayaan pengunjung. Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi tantangan dan hambatan yang dihadapi dalam implementasi prinsip amanah, serta memberikan rekomendasi untuk pengembangan pariwisata halal yang lebih etis, bertanggung jawab, dan berkelanjutan sesuai nilai-nilai Islam.

Fokus penelitian ini adalah mengeksplorasi secara mendalam penerapan prinsip etika bisnis Islam, terutama prinsip amanah, dalam operasional wisata halal di objek wisata Bira, Kabupaten Bulukumba. Prinsip amanah dalam konteks ini mencakup aspek tanggung jawab pengelola dalam memberikan layanan wisata yang transparan, jujur, dan profesional sesuai standar syariah. Penelitian akan

menggambarkan secara spesifik bagaimana prinsip ini diwujudkan dalam berbagai aktivitas bisnis, seperti pengelolaan fasilitas wisata, pelayanan pengunjung, penyampaian informasi terkait produk dan layanan, serta transaksi keuangan yang terjadi di objek wisata tersebut. Selain itu, penelitian juga akan menguraikan dampak penerapan prinsip amanah terhadap tingkat kepercayaan pengunjung, loyalitas konsumen, serta citra destinasi wisata halal secara keseluruhan (Al Mustaqim, 2023a; Ismawan & Amalia, 2022a).

Oleh karena itu, penelitian ini merumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut: (1) Bagaimana praktik etika bisnis Islam, khususnya prinsip amanah, diterapkan oleh pelaku wisata di Pantai Bira? (2) Apa saja tantangan yang menghambat penerapan prinsip amanah dalam konteks pariwisata halal di lokasi tersebut? Berdasarkan hal tersebut, tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis praktik etika bisnis Islam yang diterapkan oleh pelaku wisata di Pantai Bira serta mengidentifikasi tantangan dan peluang untuk mewujudkan tata kelola pariwisata yang berlandaskan prinsip amanah.

Penelitian ini penting karena memberikan perspektif empiris tentang bagaimana nilai-nilai Islam dapat diterjemahkan ke dalam praktik bisnis sehari-hari dalam sektor pariwisata. Selain itu, temuan ini dapat memperkaya diskursus mengenai tata kelola pariwisata halal di Indonesia

yang selama ini masih didominasi oleh pendekatan normatif dan kebijakan makro.

Tinjauan Pustaka

Etika bisnis Islam merupakan sistem prinsip moral yang bersumber dari Al-Qur'an dan Hadis yang ditujukan untuk membimbing seluruh aktivitas ekonomi umat Islam. Prinsip-prinsip utama dalam kerangka etika ini antara lain adalah keadilan (*'adl*), kejujuran (*ṣidq*), tanggung jawab (*mas'uliyah*), dan amanah (dapat dipercaya). Konsep amanah memiliki dimensi luas, mencakup kewajiban moral dalam memenuhi akad, transparansi dalam transaksi, serta pengelolaan sumber daya dan tanggung jawab secara jujur (Al-Aqqad, 1991; Amiruddin, 2021)

Berbagai studi telah membahas peran etika praktik bisnis Islam serta dampaknya terhadap kepercayaan dan kinerja organisasi. Implementasi prinsip etika seperti amanah dapat meningkatkan loyalitas konsumen dan kepercayaan para pemangku kepentingan. Dalam konteks pariwisata halal, penting untuk melakukan penyelarasan perilaku manajerial dengan nilai-nilai Islam untuk menjamin integritas dan kepercayaan dalam pelayanan kepada wisatawan Muslim (Ezizwita et al., 2024; Fatmawati & Santoso, 2020; Yustanto et al., 2024a).

Penelitian sebelumnya juga menggarisbawahi pentingnya peran pemerintah dan institusi keagamaan

dalam membangun kesadaran, regulasi, dan pengawasan guna mendorong pariwisata halal. Namun, masih terdapat celah empiris dalam memahami bagaimana nilai-nilai ini dioperasionalkan di destinasi lokal seperti Bira, serta hambatan sosial dan manajerial yang menghambat implementasinya secara menyeluruh. Penelitian ini memberikan kontribusi penting dengan menyoroti kondisi aktual di lapangan, yang belum banyak disorot dalam literatur terdahulu, khususnya terkait praktik amanah dan kendala struktural yang dihadapi dalam konteks destinasi wisata berbasis komunitas (Aprilia & Parakkasi, 2023b; Battour & Ismail, 2016a; Cadith et al., 2022a, 2022b; Faza, 2019; Feriyadin et al., 2021).

Kajian Teori

Amanah dalam Etika Bisnis Islam

Etika bisnis Islam merupakan cabang dari ilmu ekonomi Islam yang memadukan nilai-nilai spiritual dengan praktik ekonomi. Konsep ini tidak hanya menyentuh aspek legalistik, tetapi juga menekankan kesadaran moral dan tanggung jawab sosial dalam menjalankan aktivitas bisnis. Etika dalam Islam bersumber dari Al-Qur'an, Hadis, serta ijtihad para ulama yang merumuskan prinsip-prinsip seperti kejujuran (*ṣidq*), keadilan (*'adl*), tanggung jawab (*mas'uliyah*), dan amanah. Dalam konteks ini, amanah bukan hanya sebagai sikap pribadi, tetapi sebagai prinsip moral yang harus diinstitutionalisasi dalam sistem

ekonomi (Amiruddin, 2021; Irfan, 2019).

Amanah secara terminologis berarti “kepercayaan” yang harus dijaga dan ditunaikan dengan sebaik-baiknya. Dalam bisnis, amanah merujuk pada keterbukaan informasi, pemenuhan janji, pengelolaan harta dengan benar, serta pelayanan yang adil. Al-Qur’an menegaskan bahwa mengkhianati amanah adalah bentuk pelanggaran keimanan (QS. Al-Anfal: 27), yang berarti pelanggaran terhadap amanah memiliki implikasi spiritual dan sosial. Oleh karena itu, pelaku usaha dalam Islam dituntut tidak hanya mencari keuntungan, tetapi juga menjunjung nilai moral yang mengikatnya di hadapan Allah dan masyarakat.

Kerangka amanah ini sejalan dengan prinsip maqashid syariah yang menekankan perlindungan terhadap agama, jiwa, akal, keturunan, dan harta. Dalam aktivitas ekonomi, hal ini tercermin dalam prinsip menghindari praktik zalim, riba, garar, dan manipulasi. Djakfar (2017) menyatakan bahwa etika bisnis Islam menuntut keseimbangan antara kepentingan individual dan kolektif, serta akuntabilitas tidak hanya kepada konsumen dan negara, tetapi juga kepada Tuhan (Andika et al., 2020; Hermawan et al., 2020).

Selain itu, teori *stakeholder* yang populer dalam wacana etika bisnis modern juga dapat direkontekstualisasi dalam nilai Islam. Setiap pihak yang terkena dampak dari aktivitas bisnis harus mendapat perlakuan yang adil.

Dalam Islam, konsep ini tidak hanya berdasarkan kepentingan rasional, tetapi juga pada prinsip ukhuwah (persaudaraan), masalah (kemaslahatan), dan amanah. Oleh sebab itu, dalam pengelolaan pariwisata halal, pemangku kepentingan seperti pemerintah daerah, tokoh agama, masyarakat lokal, dan wisatawan perlu diberdayakan dalam sistem yang etis (Arijanto, 2014; Badroen et al., 2015a; Fahmi, 2013; Juliyani, n.d.; Tafana et al., 2024a).

Dengan demikian, teori amanah dalam etika bisnis Islam berfungsi sebagai fondasi konseptual utama dalam penelitian ini. Nilai ini tidak hanya penting untuk menjelaskan perilaku individu, tetapi juga untuk menilai kualitas tata kelola dan kebijakan destinasi wisata. Kajian teori ini memberikan kerangka evaluatif untuk menganalisis kondisi lapangan di Pantai Bira dan merumuskan strategi pembangunan pariwisata yang sesuai dengan prinsip syariah (Amiruddin, 2021; Hermawan et al., 2020; Irfan, 2019).

Manajemen Strategi Pengembangan Wisata

Pengembangan pariwisata tidak hanya memerlukan promosi dan penyediaan infrastruktur, tetapi juga strategi manajemen yang terencana dan adaptif. Manajemen strategi dalam konteks pengembangan wisata mencakup proses perumusan visi, analisis lingkungan, penentuan tujuan jangka panjang, serta perencanaan aksi nyata yang disesuaikan dengan

kekhasan lokal. Destinasi wisata yang sukses adalah yang mampu menyelaraskan daya saing dan keberlanjutan melalui tata kelola yang inklusif (Abdurrahman, 2013; Hasan, 2009; Hitt et al., 1997b; Rahardjo, 1990).

Dalam penerapannya, manajemen strategis memerlukan pemetaan aktor-aktor kunci (*key stakeholders*), analisis SWOT (*Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats*), dan penggunaan pendekatan partisipatif. Pendekatan ini bertujuan untuk meningkatkan rasa kepemilikan dan tanggung jawab bersama terhadap keberlanjutan destinasi. Di Pantai Bira, pendekatan ini bisa diterapkan dengan melibatkan masyarakat lokal, pelaku usaha, tokoh adat, serta pemerintah daerah dalam menyusun rencana tata kelola pariwisata.

Elemen penting dari strategi pengembangan wisata adalah orientasi pada nilai dan karakter budaya lokal. Hal ini penting agar pariwisata tidak hanya berorientasi pada profit, tetapi juga memperkuat identitas sosial dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat. Oleh karena itu, prinsip-prinsip manajemen strategis harus memasukkan nilai amanah dan keberlanjutan sebagai pilar utama (Faza, 2019; Hitt et al., 1997b; Tafana et al., 2024a; Yustanto et al., 2024a).

Dalam konteks pariwisata halal, strategi pengembangan wisata harus menyesuaikan dengan preferensi pasar wisatawan Muslim global, termasuk kebutuhan akan makanan halal,

akomodasi ramah Muslim, serta lingkungan yang mendukung ibadah. Oleh karena itu, strategi pemasaran, pelatihan SDM, dan pembangunan infrastruktur harus dirancang dalam kerangka nilai-nilai syariah yang strategis (Battour & Ismail, 2016a; El-Gohary, 2016; Junaidi, 2020; Mohsin et al., 2016; Vargas-Sánchez & Moral-Moral, 2019).

Manajemen strategi pariwisata juga harus didukung oleh pengukuran kinerja dan indikator keberhasilan yang terukur. Keberhasilan tidak hanya dilihat dari peningkatan jumlah wisatawan, tetapi juga dari kualitas pengalaman wisatawan, pertumbuhan ekonomi lokal, serta kepuasan sosial dan spiritual wisatawan Muslim. Dengan demikian, nilai amanah menjadi variabel kunci yang memperkuat dimensi kualitas dalam pengelolaan destinasi wisata (Sunaryo, 2013).

Pariwisata Syariah

Pariwisata syariah merupakan suatu konsep yang mengintegrasikan nilai-nilai Islam dalam seluruh rantai layanan wisata, mulai dari perencanaan, pelayanan, hingga pengawasan. Menurut Battour dan Ismail (2016), pariwisata syariah tidak hanya terbatas pada penyediaan makanan halal dan fasilitas ibadah, tetapi juga menyangkut prinsip etika, privasi, kesopanan, serta keberkahan (*barakah*) dalam setiap transaksi dan interaksi.

Karakteristik utama pariwisata syariah meliputi tiga unsur: produk halal, layanan yang sesuai syariah, dan lingkungan yang mendukung nilai-nilai

Islam. Dalam konteks ini, prinsip amanah menjadi dasar moral yang memastikan semua layanan disampaikan secara jujur, adil, dan bertanggung jawab. Pelanggaran terhadap prinsip ini, seperti manipulasi harga atau eksploitasi wisatawan, bertentangan dengan semangat pariwisata syariah (Al Mustaqim, 2023b; David et al., 2017; Ismawan & Amalia, 2022b; Sutono, 2019).

Pariwisata syariah juga berperan sebagai instrumen dakwah dan transformasi sosial. Ia bukan hanya menjual pengalaman rekreasi, tetapi juga mengajarkan nilai-nilai keislaman melalui interaksi budaya, pelayanan publik, dan sistem bisnis. Oleh karena itu, pengelolaan destinasi pariwisata halal perlu memprioritaskan pelatihan SDM yang memahami prinsip-prinsip syariah, termasuk adab berinteraksi, profesionalisme islami, dan tanggung jawab sosial.

Dalam pengembangan pariwisata syariah, keterlibatan ulama dan lembaga keagamaan sangat penting sebagai penjaga nilai dan pengarah norma. Keberadaan mereka dalam perencanaan kebijakan, sertifikasi halal, dan penyelesaian sengketa menjadi penopang penting bagi integritas sektor ini. Jika nilai-nilai tersebut dijaga, maka pariwisata syariah tidak hanya menjadi pasar potensial, tetapi juga medium peradaban.

Dengan demikian, teori pariwisata syariah memberikan kerangka normatif dan praktis dalam membangun destinasi wisata yang

sesuai dengan ajaran Islam. Implementasi nilai amanah dalam setiap rantai layanan, mulai dari pengelolaan hingga pelayanan langsung, merupakan prasyarat untuk menjadikan destinasi seperti Pantai Bira sebagai model pariwisata halal yang etis, berdaya saing, dan berkeadaban.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode fenomenologis untuk mengeksplorasi bagaimana prinsip amanah dalam etika bisnis Islam diterapkan di kawasan wisata Pantai Bira (Bungin, 2011; Kaharuddin, 2021). Lokasi penelitian berada di Kecamatan Bontobahari, Kabupaten Bulukumba, Sulawesi Selatan. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan pelaku pariwisata lokal, observasi praktik layanan, serta studi dokumentasi. Informan dipilih secara purposif, mencakup pengusaha wisata, pejabat pemerintah daerah, tokoh agama, dan wisatawan.

Sistem kerja penelitian dimulai dengan penyusunan panduan wawancara dan lembar observasi berdasarkan indikator nilai amanah dalam bisnis Islam. Selanjutnya, peneliti melakukan kunjungan lapangan selama dua minggu, merekam percakapan, mencatat temuan lapangan, serta mendokumentasikan praktik bisnis secara langsung. Data dianalisis menggunakan model Miles dan Huberman yang mencakup reduksi data, penyajian data, dan penarikan

kesimpulan secara interaktif. Validitas data diperkuat dengan teknik triangulasi sumber dan metode (Huberman & Miles, 2002).

Penelitian ini telah memperoleh persetujuan etik dari lembaga akademik terkait dan dilaksanakan dengan mengacu pada prinsip-prinsip etika penelitian sosial. Seluruh informan yang diwawancarai telah memberikan persetujuan secara sadar (informed consent) untuk berpartisipasi dalam penelitian ini setelah mendapatkan penjelasan menyeluruh mengenai tujuan, metode, serta penggunaan data.

Identitas informan dijaga dengan ketat melalui proses anonimisasi dan pelabelan kode wawancara. Tidak ada paksaan atau tekanan dalam proses pengumpulan data, dan partisipan memiliki hak untuk menghentikan keterlibatan mereka kapan pun selama proses berlangsung. Peneliti juga berupaya menjaga sensitivitas budaya dan nilai lokal dalam interaksi lapangan, termasuk dalam penyusunan instrumen dan saat melakukan observasi.

Semua prosedur dilakukan dengan menjunjung tinggi prinsip-prinsip kejujuran, amanah, dan tanggung jawab sosial yang sejalan dengan nilai-nilai Islam serta kode etik penelitian kualitatif.

PEMBAHASAN

Praktik Bisnis Etis di Kawasan Wisata Bira

Etika bisnis Islam menekankan prinsip amanah (kepercayaan, kejujuran, transparan dan tanggung

jawab) dalam setiap aktivitas ekonomi. Penelitian ini menganalisis penerapan prinsip amanah di objek wisata Bira melalui perspektif berbagai pemangku kepentingan, termasuk pengelola, pelaku usaha, pengunjung, dan tokoh agama. Dari hasil wawancara dengan para informan, terlihat bahwa penerapan prinsip amanah dalam etika bisnis Islam di objek wisata Bira masih berjalan secara parsial dan belum menyeluruh di semua lini pengelolaan. Beberapa elemen sudah menunjukkan upaya ke arah praktik bisnis yang bertanggung jawab, namun terdapat celah yang menimbulkan kesan lemahnya integritas pengelolaan secara syariah (Badroen et al., 2015b; Heriyanto & Taufiq, 2024; Tafana et al., 2024b; Yustanto et al., 2024b; Zamzam & Aravik, 2020).

Penerapan etika bisnis Islam dari perspektif amanah di objek wisata Bira menunjukkan adanya kesadaran awal dan upaya implementatif dalam membangun sistem pariwisata yang berlandaskan nilai-nilai Islam (Rahmawati & Faraby, 2023). Hal ini terlihat dari komitmen sejumlah pihak yang terlibat dalam pengelolaan dan aktivitas ekonomi wisata di kawasan tersebut. Tokoh agama setempat, Ustaz Fachrizal, menekankan bahwa amanah adalah prinsip utama yang tidak bisa dipisahkan dari segala bentuk aktivitas bisnis, termasuk dalam pengelolaan wisata. Ia mengatakan: *“Dalam Islam, amanah itu adalah kepercayaan dari Allah dan manusia yang harus dijaga, baik itu soal pelayanan, keuangan,*

maupun tanggung jawab kepada masyarakat.”

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa terdapat kesadaran normatif mengenai pentingnya amanah sebagai fondasi bisnis yang sesuai syariah. Menurut Ustaz Fachrizal setiap aktivitas ekonomi, termasuk pariwisata, bukan hanya semata-mata untuk memperoleh keuntungan, tetapi harus dipertanggungjawabkan di hadapan Allah dan manusia. Dengan kata lain, pelaku usaha tidak boleh hanya memikirkan aspek komersial, melainkan juga harus menjaga integritas, kejujuran, dan keadilan dalam setiap layanannya. Ia menambahkan bahwa: *“Jika sebuah usaha wisata dijalankan dengan semangat amanah, maka keberkahannya bukan hanya dirasakan pemilik usaha, tetapi juga masyarakat sekitar, karena tidak ada hak orang lain yang dilanggar.”*

Lebih lanjut, Ustaz Fachrizal menyoroti pentingnya amanah dalam menjaga kepercayaan pengunjung dan masyarakat terhadap pengelolaan tempat wisata. Ia menyatakan bahwa masyarakat harus dapat merasakan bahwa pengelolaan wisata dilakukan secara adil, tidak merugikan lingkungan, dan tidak menimbulkan keresahan sosial. Namun demikian, Ustaz Fachrizal juga menyampaikan keprihatinannya terhadap praktik yang masih terjadi di lapangan, khususnya terkait pungutan liar (pungli). Ia mengungkapkan bahwa: *“Saya juga*

sering dengar keluhan dari masyarakat dan pengunjung tentang adanya pungli atau jualan miras di lokasi wisata. Ini sudah pasti bertentangan dengan prinsip amanah karena mengambil keuntungan yang melanggar hukum. Dalam Islam, hal seperti ini termasuk dalam kategori khianat terhadap amanah yang diberikan Allah”

Pernyataan Ustaz Fachrizal ini menggarisbawahi adanya kesenjangan antara nilai-nilai Islam yang seharusnya menjadi landasan pengelolaan wisata dengan praktik nyata di lapangan.

Hasil pengamatan di lapangan menunjukkan bahwa sebagian warung, penginapan, dan penyedia jasa belum menerapkan prinsip Amanah sebagaimana prinsip etika bisnis Islam secara utuh. Salah satu contoh yang mencerminkan ketidaksesuaian adalah ketiadaan harga pada menu makanan, yang menimbulkan ketidakpastian bagi pengunjung. Dalam etika bisnis Islam, praktik semacam ini termasuk dalam kategori garar (ketidakjelasan dalam transaksi), yang dilarang karena membuka peluang eksploitasi konsumen.

Untuk mengkonfirmasi hal ini, Pak Muammar juga mengakui bahwa masih terdapat tantangan dalam menjaga konsistensi penerapan nilai-nilai Islam di lapangan, sebagaimana hasil wawancara berikut: *“Memang masih banyak oknum yang merusak kepercayaan. Termasuk tidak menuliskan harga atau memungut biaya tambahan tanpa izin karena merasa lahannya, Ini tentu merugikan banyak*

pihak dan merusak reputasi Bira. Selain itu masih menjual minuman keras yang bertentangan dengan citra bisnis islam"

Pengakuan ini mengindikasikan bahwa meskipun pengelola telah berkomitmen untuk menerapkan prinsip amanah, masih terdapat gap antara kebijakan dan implementasi di lapangan. Faktor oknum yang tidak bertanggung jawab menjadi penghambat utama dalam menciptakan ekosistem wisata yang benar-benar sesuai syariah.

Lebih lanjut, Pak Muammar menjelaskan bahwa pengelola telah berupaya melakukan pengawasan dan sosialisasi kepada para pelaku usaha di kawasan wisata. Namun, ia mengakui bahwa perlu adanya penegakan aturan yang lebih ketat untuk meminimalisir pelanggaran.

"Kami sudah berkoordinasi dengan aparat setempat untuk menertibkan praktik-praktik tidak bertanggung jawab. Tapi memang butuh waktu dan konsistensi semua pihak, termasuk dukungan dari masyarakat dan pengunjung untuk melaporkan jika menemukan ketidaksesuaian."

Selain itu pak Muammar, yang menyatakan bahwa mereka telah berupaya menerapkan sistem pengelolaan yang transparan dan bertanggung jawab, terutama dalam pelayanan kepada pengunjung. Ia menyebutkan: *"Kami selalu mengupayakan agar setiap pengunjung merasa aman dan nyaman, terutama dalam hal informasi dan fasilitas. Kami*

juga menyediakan ruang ibadah dan berusaha menjaga kebersihan lingkungan."

Pernyataan ini menunjukkan adanya bentuk nyata penerapan amanah, terutama dalam aspek tanggung jawab terhadap pengunjung Muslim dan kelayakan fasilitas yang tersedia.

Pelaku usaha di sekitar kawasan juga menunjukkan praktik amanah dalam operasional usahanya. Nurbaya, pemilik warung makanan, menjelaskan: *"Kami tidak pernah pungli atau bohong ke pengunjung, kita hanya menjual seperti biasa saja. Kalau ada harga mahal karena memang modal dan biaya operasionalnya memang juga mahal."*

Pernyataan tersebut mencerminkan bahwa sebagian pelaku usaha berusaha menjaga nilai kejujuran dan keterbukaan dalam menjalankan usaha mereka. Nurbaya menyadari pentingnya menjaga kepercayaan konsumen dengan memberikan pelayanan yang wajar, transparan dalam harga, dan tidak memanfaatkan situasi untuk mengambil keuntungan secara tidak etis. Prinsip ini sejalan dengan nilai amanah dalam Islam, yaitu bersikap jujur, adil, dan bertanggung jawab dalam segala aspek bisnis (Asyifa & Abdullah, 2023; Heriyanto & Taufiq, 2024; Qardhawi, 1997; Yustanto et al., 2024b).

Salah seorang pengunjung, Ryan Wily, menyampaikan:

"Saya sempat kaget karena ditarik biaya masuk lagi oleh orang yang bukan dari loket resmi. Katanya buat perbaikan fasilitas, tapi tidak ada bukti

atau karcis. Kalau begini caranya, orang bisa kehilangan kepercayaan.”

Kutipan ini memperlihatkan adanya praktik yang bertentangan dengan prinsip amanah, yaitu mengambil keuntungan tanpa kejelasan, tidak transparan, dan cenderung merugikan konsumen. Tindakan semacam ini tidak hanya berdampak buruk terhadap kenyamanan pengunjung, tetapi juga merusak citra kawasan wisata secara keseluruhan. Di sisi lain, ada pula pengalaman positif dari pengunjung yang menunjukkan bahwa sebagian pelaku wisata tetap berusaha menerapkan nilai amanah dengan baik. Ayu Dia, pengunjung lainnya, menyatakan: *“Saya senang karena ada fasilitas musala dan tempat wudhu yang cukup bersih. Ini penting buat kami, apalagi kalau datang sekeluarga. Mereka juga ramah dan tidak memaksa dalam menawarkan dagangan.”*

Penerapan amanah dalam bentuk penyediaan fasilitas ibadah dan pelayanan yang tidak memaksa menunjukkan kesadaran pelaku wisata terhadap nilai-nilai Islami, terutama dalam melayani konsumen Muslim. Hal ini juga menandakan bahwa sebagian pengelola memahami pentingnya menyediakan layanan yang tidak hanya memenuhi kebutuhan fisik, tetapi juga spiritual pengunjung. Namun, Ayu Dia juga menyampaikan keresahannya mengenai aspek lain dari pengelolaan yang belum sepenuhnya tertib:

“Cuma sayangnya, saya dengar dari teman saya yang datang sebelumnya, kadang-kadang masih ada yang tarik-tarik uang parkir sembarangan. Ini sayang sekali, padahal tempatnya sudah bagus dan mulai banyak dikenal.”

Keresahan ini menguatkan pentingnya pembenahan manajemen di tingkat lokal agar nilai amanah dapat ditegakkan secara menyeluruh oleh semua pihak, dari petugas lapangan hingga pelaku usaha dan pengelola kawasan. Tanpa konsistensi dalam menerapkan etika Islam, potensi besar wisata prinsip Islam di Wisata Bira bisa terhambat oleh praktik-praktik kecil yang merusak kepercayaan.

Sementara itu, informan lain bernama Nada Fauziah menyampaikan pengalaman berbeda. Ia mengaku tidak pernah mengalami pungutan liar selama kunjungan ke Bira. Menurutnya: *“Saya merasa sudah cukup nyaman selama di sini. Tidak pernah ada yang minta uang tambahan atau pungli. Semua terasa teratur.”*

Nada Fauziah juga mengapresiasi keramahan para pedagang dan layanan publik yang menurutnya sudah sesuai. Ia menambahkan: *“Pedagangnya ramah, harga juga jelas. Kalau begini terus, saya yakin wisatawan bakal betah datang lagi.”*

Pandangan Nada Fauziah memberikan gambaran bahwa pengalaman pengunjung bisa sangat bergantung pada lokasi, waktu

kunjungan, serta pihak yang ditemui. Hal ini menegaskan pentingnya menjaga konsistensi amanah oleh semua pelaku usaha dan pengelola. Sebagaimana disebutkan lagi oleh Nada bahwa ia juga menyadari bahwa pengalamannya mungkin belum cukup mewakili keseluruhan situasi di lapangan. Ia mengakui bahwa interaksinya selama berada di kawasan wisata masih terbatas, terutama dengan pihak pengelola atau petugas lapangan.

Pernyataan di atas menambah perspektif penting dalam analisis penelitian ini, bahwa persepsi positif pengunjung bisa saja terbentuk karena keterbatasan interaksi atau belum menjumpai langsung dinamika operasional di lapangan. Ini menunjukkan pentingnya memperluas survei dan pengamatan agar memperoleh gambaran yang lebih utuh terkait konsistensi penerapan amanah oleh seluruh elemen yang terlibat. Sebagaimana yang dialami informan Ryan Wily yang sebelumnya mengaku pernah ditarik biaya tidak resmi oleh oknum yang tidak jelas. Hal ini memperlihatkan bahwa persepsi terhadap penerapan prinsip amanah sangat dipengaruhi oleh seberapa luas dan dalam interaksi pengunjung dengan elemen-elemen pengelolaan wisata. Di satu sisi, ada pengunjung yang merasakan kenyamanan dan keteraturan, sementara di sisi lain, terdapat juga yang merasa dirugikan oleh praktik tidak transparan.

Data inkonsistensi tersebut menunjukkan perlunya sistem evaluasi

dan penguatan standar operasional yang dapat memastikan bahwa prinsip amanah benar-benar diterapkan secara menyeluruh, bukan hanya tergantung pada individu tertentu. Dalam wawancara langsung dengan Mbak Wati, salah satu pemilik warung dan lahan penginapan di sekitar Pantai Bira, ia menjelaskan bahwa pungutan biaya oleh pemilik lahan pribadi bukan dimaksudkan sebagai pungutan liar dalam pengertian kriminal, melainkan sebagai bentuk kompensasi atas pemakaian fasilitas dan kebersihan yang mereka tanggung sendiri.

“Kalau orang parkir di tanah kami, ya kami minta uang kebersihan. Kita yang sapu tiap hari, kita juga jaga kalau ada motor hilang siapa yang tanggung jawab? Tapi memang kadang belum ditulis harga resminya, jadi orang pikir kita seenaknya.”

Menurut Mbak Wati, para pemilik penginapan kecil sering merasa diperlakukan tidak adil dalam narasi publik, padahal mereka juga berupaya menjaga ketertiban dan kebersihan lingkungan. Ia menambahkan bahwa:

“Kami juga tidak mau bikin malu Bira, tapi kadang tamu datang langsung parkir tanpa tanya, terus marah kalau dimintai uang. Padahal kita juga keluar biaya untuk jaga dan bersih-bersih.”

Pernyataan Mbak Wati menunjukkan adanya dinamika antara hak sebagai pemilik lahan pribadi dan ekspektasi pengunjung atas pelayanan publik yang bebas biaya. Hal ini menjadi tantangan tersendiri dalam

penerapan prinsip amanah dan keadilan dalam etika bisnis Islam, terutama dalam konteks wisata yang belum memiliki regulasi jelas untuk pengelolaan lahan non-pemerintah.

Kepala UPTD Bira, Mustammar, S.Sos., MM, memberikan penjelasan terkait isu pungutan yang selama ini dianggap pungli oleh pengunjung. Menurutnya:

“Sebagian besar keluhan itu murni karena kurangnya pemahaman soal titik retribusi. Gerbang utama, titik nol, dan area Bara memang punya kerjasama berbeda-beda, tapi semuanya resmi. Yang dianggap pungli itu sebenarnya adalah pungutan dari pemilik penginapan yang berdiri di atas lahan pribadi. Pungli ini nggak resmi, biasanya terjadi di area-area penginapan pribadi. Saat ini ada sekitar 137 penginapan di Bira. Pemerintah sebenarnya sudah menyediakan tempat-tempat parkir gratis, tapi umumnya pengunjung enggan parkir di sana karena lokasinya jauh dari penginapan mereka masing-masing.”

Ia menambahkan bahwa pihak Dinas Pariwisata telah berkali-kali menghimbau agar pemilik lahan pribadi tidak memungut biaya secara sewenang-wenang. Namun, keterbatasan kewenangan dan status lahan pribadi membuat penindakan tidak mudah.

“Kami sudah sering ingatkan, tapi mereka merasa itu hak pribadi. Ini memang jadi tantangan besar untuk penerapan prinsip amanah secara menyeluruh.”

Pernyataan ini menggarisbawahi bahwa praktik seperti pungutan yang tidak seragam, ketiadaan struk resmi, serta kurangnya edukasi kepada wisatawan menciptakan persepsi buruk terhadap kawasan Bira, meskipun secara administratif beberapa di antaranya legal. Dalam konteks etika bisnis Islam, situasi ini memperlihatkan kelemahan dalam tanggung jawab sosial dan ketidakadilan transaksi, terutama ketika pengunjung membayar berkali-kali tanpa kejelasan manfaat dan pengelolaan dana.

Secara prinsip, etika bisnis Islam memang tidak melarang seseorang memanfaatkan aset pribadinya untuk memperoleh keuntungan. Namun, pemanfaatan tersebut harus tunduk pada nilai-nilai keadilan, keterbukaan (transparansi), dan tanggung jawab sosial. Ketika pengunjung tidak mendapatkan informasi harga di muka, tidak diberi bukti pembayaran, atau dikenai tarif yang berubah-ubah, maka kepercayaan publik sebagai bentuk amanah pun menjadi luntur.

Etika bisnis Islam juga melarang praktik riba, judi, dan konsumsi barang haram. Dalam konteks wisata, larangan ini juga mencakup tidak menampilkan minuman keras secara terbuka. Namun, hasil wawancara menunjukkan bahwa masih ada penginapan yang memajang alkohol di etalase, yang berpotensi mencederai prinsip halal dan menimbulkan ketidaknyamanan wisatawan Muslim. Mustammar menegaskan: *“Sudah sering kami imbau minimal jangan dipajang. Tapi*

karena sifatnya swasta, ada yang patuh, ada juga yang tidak. Ini PR kita bersama.”

Kondisi tersebut menunjukkan pentingnya penguatan sistem regulasi yang tidak hanya bersifat administratif, tetapi juga mencakup pendekatan spiritual, kultural, dan sosial. Misalnya, dengan melibatkan tokoh agama dalam pelatihan, sertifikasi halal non-kuliner, dan pembinaan rutin. Dalam praktik, prinsip tanggung jawab sosial juga belum optimal dijalankan. Misalnya, tidak semua pelaku usaha terlibat dalam menjaga kebersihan pantai, menyediakan fasilitas publik, atau memberikan layanan inklusif kepada penyandang disabilitas. Padahal dalam etika Islam, tanggung jawab sosial adalah salah satu bentuk nyata dari amanah dan ihsan.

Berdasarkan uraian tersebut, dapat disimpulkan bahwa penerapan etika bisnis Islam dari perspektif amanah di objek wisata Bira telah menunjukkan adanya kesadaran awal dan upaya implementatif oleh sebagian pihak yang terlibat, baik pengelola, pelaku usaha, maupun sebagian masyarakat. Tindakan-tindakan seperti penyediaan fasilitas ibadah, pelayanan yang ramah, keterbukaan harga, dan kepedulian terhadap keselamatan pengunjung merupakan bentuk konkret dari prinsip amanah dalam praktik.

Namun demikian, penerapan prinsip amanah ini belum berlangsung secara menyeluruh dan konsisten. Masih terdapat praktik-praktik yang bertentangan dengan nilai-nilai Islam,

seperti pungutan liar, tarif yang tidak transparan, penjualan miras secara terang-terangan, dan perilaku oknum yang merugikan pengunjung. Ketidakteraturan ini menimbulkan ketidakpercayaan dari sebagian pengunjung dan berpotensi mencoreng citra kawasan wisata sebagai destinasi ramah Muslim.

Dengan demikian, meskipun terdapat langkah-langkah positif menuju tata kelola wisata yang berlandaskan etika Islam, dibutuhkan komitmen yang lebih kuat, pengawasan yang intensif, serta kolaborasi antara pengelola, pelaku usaha, masyarakat, dan aparat setempat untuk memastikan bahwa prinsip amanah benar-benar menjadi nilai dasar dalam seluruh aspek pengelolaan wisata Bira. Upaya konsisten untuk menegakkan integritas dan tanggung jawab diharapkan dapat menjadikan wisata Bira sebagai model wisata halal yang berkelanjutan dan terpercaya.

Ini menunjukkan bahwa penerapan etika bisnis Islam di kawasan wisata Bira masih bersifat parsial. Beberapa pelaku usaha pariwisata lokal telah menunjukkan perilaku amanah melalui kejujuran dalam menetapkan harga, keramahan dalam layanan, serta penyediaan fasilitas ibadah seperti musala. Hal ini mencerminkan adanya kesadaran etis di kalangan pelaku usaha tertentu.

Namun demikian, praktik tidak etis masih ditemukan secara signifikan. Beberapa pengunjung mengeluhkan pungutan liar yang dilakukan oleh

pihak-pihak tertentu yang mengklaim memiliki akses jalan menuju kawasan pantai. Tarif masuk yang tidak jelas serta perbedaan harga antar pedagang juga menjadi sumber ketidaknyamanan dan menimbulkan ketidakpercayaan. Hal ini bertentangan dengan prinsip Islam seperti larangan garar (ketidakjelasan), khianah (pengkhianatan), dan tanggung jawab sosial.

Analisis menunjukkan bahwa pelaku usaha yang menunjukkan komitmen pada prinsip amanah umumnya memiliki latar belakang pendidikan agama atau keterlibatan aktif dalam komunitas keagamaan. Mereka menyatakan bahwa prinsip seperti jujur dalam menimbang dan memberi pelayanan adalah bentuk ibadah. Ini menunjukkan pentingnya integrasi nilai agama dalam pendidikan dan pelatihan ekonomi di sektor pariwisata.

Kepercayaan wisatawan sangat dipengaruhi oleh perlakuan etis dari pelaku usaha. Dalam wawancara, wisatawan Muslim menyatakan bahwa keramahan, kejujuran, dan ketersediaan fasilitas ibadah merupakan alasan utama mereka merasa nyaman di Bira. Hal ini menegaskan bahwa penerapan amanah tidak hanya bernilai religius, tetapi juga memberikan dampak strategis terhadap loyalitas pelanggan.

Lebih lanjut, partisipasi masyarakat lokal dalam membentuk budaya layanan yang etis dan islami menjadi kunci. Inisiatif berbasis komunitas yang mendorong

transparansi, gotong royong, dan keadilan dalam pelayanan perlu terus dikembangkan agar praktik amanah menjadi nilai dominan dalam ekosistem pariwisata di Bira.

Tantangan dalam Implementasi Amanah

Penerapan prinsip amanah dalam pengembangan wisata halal tidak terlepas dari berbagai tantangan struktural dan kultural yang dihadapi oleh pengelola maupun pelaku usaha di objek wisata Bira. Meskipun terdapat kesadaran normatif tentang pentingnya amanah dalam pengelolaan berbasis nilai-nilai Islam, namun implementasinya sering kali terganjal oleh kondisi lapangan yang tidak ideal. Tantangan tersebut muncul dalam berbagai bentuk, mulai dari praktik pungutan liar (pungli), ketidakseragaman pengelolaan, minimnya pengawasan, hingga lahan pribadi yang mengambil keuntungan secara ilegal. Berikut adalah sejumlah tantangan utama yang teridentifikasi:

a. Minimnya Edukasi dan Pemahaman tentang Prinsip Amanah dalam Bisnis Wisata

Banyak pelaku usaha lokal yang menjalankan bisnis pariwisata secara tradisional tanpa pemahaman mendalam tentang nilai-nilai Islam, termasuk prinsip amanah. Hal ini berdampak pada pola pelayanan yang tidak konsisten dan potensi penyalahgunaan kepercayaan dari wisatawan, seperti penetapan harga yang tidak transparan atau kurangnya etika pelayanan.

“Kami tidak pernah ikut pelatihan soal wisata halal atau cara dagang secara Islami. Jadi kami hanya jalankan usaha seperti biasa. Kalau ada yang bilang harga kemahalan, itu karena kami juga sesuaikan dengan musim ramai,” — Nurbaya, pemilik warung makanan lokal.

Ketidaktahuan ini sering kali tidak berasal dari niat buruk, melainkan dari keterbatasan akses informasi dan pelatihan yang seharusnya disediakan oleh pemerintah daerah atau instansi terkait. Banyak pelaku usaha lokal pada dasarnya memiliki semangat untuk berkembang dan memberikan pelayanan yang baik, namun mereka tidak memiliki pengetahuan atau pemahaman yang memadai tentang standar pelayanan wisata halal, termasuk prinsip-prinsip dasar seperti amanah, transparansi, dan kejujuran dalam berdagang.

Ketika pelatihan atau penyuluhan tidak pernah mereka dapatkan, praktik usaha cenderung berjalan secara turun-temurun dan berbasis pengalaman pribadi semata, bukan berdasarkan standar etika yang terstruktur. Kondisi geografis dan rendahnya intensitas pendampingan dari pihak terkait juga memperparah situasi ini, sehingga masyarakat cenderung berjalan sendiri-sendiri tanpa panduan yang jelas.

Adapun tanggapan pemerintah setempat yaitu sebagai berikut:

“Kami menyadari masih banyak pelaku usaha yang belum tersentuh pelatihan. Tantangannya adalah keterbatasan

anggaran dan personel pendamping, apalagi wilayah wisata ini luas dan pelakunya tersebar. Kami butuh dukungan dari berbagai pihak agar edukasi bisa merata,” Perwakilan Dinas Pariwisata Bulukumba.

Pegawai lain juga menegaskan hal serupa:

“Idealnya, ada kolaborasi antara dinas, lembaga keagamaan, dan tokoh masyarakat untuk membangun pemahaman bersama soal wisata halal. Tapi sampai sekarang, formatnya belum jelas dan belum jalan. Ini pekerjaan rumah kita,”

Kutipan tersebut mencerminkan adanya kesadaran dari pihak pemerintah, namun juga menggarisbawahi lemahnya koordinasi dan belum terbentuknya pendekatan lintas sektor yang terstruktur. Dalam konteks ini, peran pemerintah tidak hanya sebagai fasilitator program, tetapi juga sebagai inisiator ekosistem pembinaan yang melibatkan tokoh agama, akademisi, serta pelaku wisata agar nilai amanah tidak hanya menjadi jargon normatif, tetapi benar-benar menjadi bagian dari praktik keseharian di lapangan.

b. Kepemilikan Tanah Pribadi

Salah Salah satu tantangan utama dalam penerapan etika bisnis Islam di objek wisata Bira adalah status kepemilikan lahan pribadi yang tersebar di sekitar kawasan wisata. Ketidakterpaduan tata kelola antara pemerintah dan pemilik lahan ini menciptakan kompleksitas yang

berujung pada inkonsistensi pungutan terhadap pengunjung. Dalam praktiknya, banyak pemilik lahan pribadi memungut biaya masuk atau parkir secara mandiri tanpa adanya sistem terintegrasi, bukti resmi, maupun kejelasan pemanfaatan dana.

Menurut Mustammar, S.Sos., MM (Kepala UPTD Bira – Dinas Pariwisata),

“Pungli yang dianggap wisatawan itu sebenarnya bukan di gerbang resmi. Di Bira, ada beberapa titik retribusi yang sah—seperti gerbang utama, titik nol, dan area Bara. Tapi memang, pungutan yang sering dikeluhkan berasal dari pemilik penginapan atau lahan pribadi. Mereka merasa punya hak atas tanahnya, jadi menarik biaya parkir sendiri.”

Praktik semacam ini memunculkan kebingungan dan ketidaknyamanan bagi wisatawan. Rahmat Hidayat, seorang sopir travel yang rutin membawa rombongan ke Bira, menyampaikan:

“Waktu kami bawa rombongan, sudah bayar parkir di dalam, tapi di luar juga ditagih. Katanya beda wilayah. Tapi semua ngaku resmi. Ini bikin bingung dan bikin orang merasa ditipu. Saya hampir tiap bulan bawa rombongan ke sini, dan selalu beda-beda orang yang tarik pungutan. Kadang ada yang pakai rompi, kadang tidak. Dan tidak ada kejelasan dari pengelola.”

Fenomena ini menunjukkan adanya ketidakteraturan dalam sistem pungutan yang merusak transparansi dan kepercayaan publik. Dalam

perspektif etika bisnis Islam, kondisi ini bisa masuk dalam kategori garar, yaitu praktik yang mengandung ketidakjelasan (*ambiguity*) dan membuka peluang ketidakadilan dalam transaksi. Bahkan, dalam banyak kasus, pengunjung tidak diberikan tanda bukti resmi, tidak dijelaskan dasar hukum pungutan, dan tidak ada transparansi terhadap kemana dana tersebut disalurkan.

Kondisi ini tidak hanya mencederai prinsip amanah, tetapi juga memperlemah tanggung jawab sosial sebagai bagian penting dalam ekosistem wisata Islami. Ketika pungutan dilakukan tanpa akuntabilitas, masyarakat sekitar pun tidak ikut merasakan manfaat secara langsung, dan pengunjung merasa dirugikan. Ini bertentangan dengan prinsip keadilan dan kebajikan (*ihsan*) dalam Islam, yang mendorong setiap bentuk transaksi untuk memberi maslahat dan tidak menimbulkan *dzalim* kepada pihak mana pun.

Lebih jauh, dampak dari ketidakseragaman tarif ini berpotensi merusak branding wisata halal yang tengah dikembangkan. Wisatawan, baik domestik maupun mancanegara, akan menilai kawasan tersebut tidak aman, tidak profesional, dan tidak ramah bagi pelancong Muslim. Ini menjadi ancaman serius terhadap reputasi destinasi, terlebih ketika viralnya isu semacam ini di media sosial tidak dibarengi dengan klarifikasi atau pengelolaan informasi oleh pihak otoritas.

c. Tidak Konsistennya Pengawasan dan Koordinasi antar Pihak

Tantangan berikutnya adalah lemahnya pengawasan dan kurangnya koordinasi antara pengelola, pemerintah daerah, aparat keamanan, dan masyarakat. Hal ini menyebabkan praktik tidak amanah sering kali tidak ditindak secara sistematis dan berkelanjutan.

“Kalau ada kejadian pungli atau harga tidak wajar, masyarakat bingung mau lapor ke siapa. Kadang aparat juga bilang bukan wewenangnya. Ini butuh sistem terpadu,”

Tanpa adanya koordinasi yang kuat, maka pelanggaran terhadap prinsip amanah akan terus berulang dan tidak terselesaikan secara tuntas. Situasi ini menciptakan ketidakpastian hukum dan minimnya rasa aman bagi pengunjung maupun pelaku usaha yang taat aturan. Tidak adanya koordinasi lintas sektor juga membuat tindakan pengawasan bersifat reaktif, bukan preventif, sering kali baru dilakukan setelah ada keluhan serius atau viral di media sosial.

Padahal, penguatan prinsip amanah dalam konteks wisata tidak bisa berdiri sendiri, ia membutuhkan dukungan struktural melalui sistem pengawasan yang jelas, transparan, dan berkelanjutan. Misalnya, kehadiran pos pengaduan terpadu, SOP penanganan pelanggaran, serta keterlibatan masyarakat dalam sistem pemantauan dapat menjadi solusi konkret.

Tanpa adanya koordinasi yang kuat, maka pelanggaran terhadap

prinsip amanah akan terus berulang dan tidak terselesaikan secara tuntas. Dalam jangka panjang, hal ini bukan hanya merusak kualitas pelayanan wisata, tetapi juga menghambat cita-cita pengembangan wisata halal yang kredibel dan terpercaya.

d. Kurangnya Keterlibatan Tokoh Agama atau Lembaga Islam dalam Pembinaan

Meski kawasan ini mayoritas dihuni oleh masyarakat Muslim, namun belum ada pelibatan aktif dari tokoh agama dalam memberikan pembinaan atau pedoman syariah dalam pengelolaan wisata halal. Akibatnya, prinsip amanah belum menjadi kesadaran kolektif dalam praktik sehari-hari.

“Perlu ada pendekatan dari sisi keagamaan. Kalau masyarakat hanya diingatkan secara hukum saja, belum tentu sadar. Tapi kalau dijelaskan secara agama, insya Allah lebih kena,”- Ustaz Fachrizal

Tanpa internalisasi nilai-nilai Islam melalui pendekatan spiritual yang berkelanjutan, prinsip seperti amanah cenderung hanya menjadi wacana normatif tanpa pengaruh nyata dalam tindakan. Banyak pelaku usaha atau pengelola wisata yang mungkin sadar akan pentingnya kejujuran dan tanggung jawab, namun belum memiliki kerangka berpikir yang mengaitkan nilai-nilai tersebut dengan dimensi ibadah dan etika Islam. Hal ini menyebabkan prinsip amanah belum tumbuh menjadi kesadaran kolektif,

melainkan hanya berlaku secara individual dan situasional.

Pentingnya kolaborasi antara sektor wisata dan lembaga keagamaan menjadi kunci agar prinsip-prinsip halal, termasuk amanah, dapat membumi secara kultural dan spiritual. Keterlibatan ulama, dai, atau tokoh keagamaan dalam kegiatan pelatihan, ceramah tematik, hingga pendampingan usaha dapat menjadi medium dakwah yang aplikatif. Dengan demikian, nilai-nilai Islam tidak berhenti di masjid atau pesantren, tetapi masuk dalam ranah ekonomi dan pelayanan publik, termasuk sektor wisata. Kolaborasi ini juga dapat memperkuat identitas wisata Bira sebagai destinasi yang tidak hanya indah secara fisik, tetapi juga berkarakter secara moral.

Dari sisi pemerintah daerah, upaya untuk melibatkan tokoh agama sebenarnya sudah pernah dibicarakan, namun pelaksanaannya masih terkendala. Salah satu hambatan utamanya adalah belum adanya program terpadu atau platform formal yang mempertemukan sektor pariwisata dengan lembaga keagamaan secara sistematis.

“Kami mendukung peran tokoh agama, tapi belum ada skema teknis yang jelas untuk itu. Apalagi banyak pelaku wisata yang sifatnya mandiri dan informal, jadi pendekatan keagamaan masih sulit diterapkan secara menyeluruh,” — perwakilan dari Dinas Pariwisata Kabupaten Bulukumba.

Ketiadaan regulasi atau kerangka kerja yang mengatur

kolaborasi lintas sektor ini menjadi penghambat utama dalam membumikan nilai-nilai syariah, seperti amanah, ke dalam budaya kerja dan pelayanan pariwisata lokal. Oleh karena itu, dibutuhkan koordinasi lintas instansi untuk menjembatani kepentingan spiritual, sosial, dan ekonomi dalam satu visi pembangunan wisata halal yang utuh dan berkelanjutan.

Berdasarkan fakta tersebut di atas, penelitian ini mengidentifikasi sejumlah tantangan signifikan yang menghambat implementasi prinsip amanah di Pantai Bira. *Pertama*, rendahnya pemahaman pelaku wisata terhadap prinsip etika bisnis Islam. Banyak pelaku usaha yang beroperasi secara informal dan belum mendapatkan pelatihan atau sosialisasi mengenai pentingnya nilai-nilai seperti kejujuran, keadilan, dan transparansi dalam berbisnis menurut Islam.

Kedua, terdapat persoalan struktural berupa kepemilikan lahan dan akses jalan yang tidak terkoordinasi secara resmi. Hal ini menyebabkan munculnya tarif liar dan konflik antara pemilik lahan yang satu dengan lainnya, sehingga menyulitkan pembentukan sistem pengelolaan yang profesional dan etis. Ketidakhadiran regulasi resmi juga memperparah kondisi ini.

Ketiga, pemerintah daerah dan lembaga keagamaan belum berperan aktif dalam pengawasan dan pembinaan etika pelaku wisata. Tidak adanya pelatihan rutin, standar pelayanan berbasis syariah, atau forum komunikasi

antar pelaku menjadikan nilai amanah tidak terlembagakan secara sistemik.

Solusi yang mungkin dilakukan adalah membangun kemitraan antara pemerintah, tokoh agama, dan komunitas pelaku wisata untuk membentuk forum pariwisata halal berbasis lokal. Forum ini bisa mengawal sertifikasi pelaku usaha, memberikan pelatihan, serta menjadi rujukan penyelesaian sengketa dan pelaporan pelanggaran etika.

Selain itu, pengembangan model manajemen berbasis syariah dapat menjadi langkah konkret dalam menjadikan amanah sebagai prinsip dasar operasional di kawasan wisata. Sistem ini dapat mengintegrasikan aspek spiritualitas, profesionalisme, dan keberlanjutan secara simultan.

Jika tantangan-tantangan tersebut dapat diatasi, Pantai Bira memiliki potensi besar untuk berkembang menjadi destinasi pariwisata halal unggulan yang tidak hanya memenuhi aspek fisik dan fasilitas, tetapi juga mencerminkan integritas dan keadaban pelayanannya.

PENUTUP

Penelitian ini menyimpulkan bahwa prinsip amanah sebagai bagian dari etika bisnis Islam mulai diimplementasikan oleh sebagian pelaku usaha di kawasan wisata Pantai Bira. Bentuk penerapan tersebut mencakup transparansi harga, keramahan dalam pelayanan, serta perhatian terhadap kebutuhan religius wisatawan Muslim. Namun, praktik-

praktik ini belum konsisten dan belum menjadi budaya dominan.

Masih banyak hambatan yang menghambat penerapan amanah secara luas, antara lain kurangnya literasi etika bisnis Islam, konflik kepemilikan lahan, dan lemahnya pengawasan serta pembinaan dari pihak otoritatif. Ini menunjukkan bahwa penerapan amanah tidak dapat dilepaskan dari intervensi struktural dan pendekatan komunitas yang kuat.

Berdasarkan temuan ini, penelitian merekomendasikan pembentukan forum pariwisata halal lokal yang melibatkan pelaku usaha, pemerintah, dan tokoh agama. Selain itu, pelatihan etika berbasis syariah dan regulasi lokal yang menekankan nilai amanah harus menjadi prioritas dalam pembangunan kawasan wisata. Implikasi jangka panjang dari pendekatan ini adalah terciptanya ekosistem pariwisata halal yang tidak hanya menarik dari sisi ekonomi, tetapi juga mencerminkan integritas moral dan tanggung jawab sosial Islam.

Ucapan Terima Kasih

Penulis mengucapkan terimakasih kepada pemerintah Bulukumba dan Pascasarjana UIN Alauddin Makassar, serta Pengelola Jurnal Pusaka Balai Litbang Agama Makassar. Atas segala perkenan dan bantuannya untuk proses penelitian dan publikasi artikel ini. Juga kepada seluruh informan dalam penelitian ini yang telah menyajikan data-data primer. Jazakallah Khairan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdurrahman, N. H. (2013). Manajemen bisnis syariah dan kewirausahaan. Bandung: CV Pustaka Setia, 110.
- Al Mustaqim, D. (2023a). Strategi Pengembangan Pariwisata Halal Sebagai Pendorong Ekonomi Berkelanjutan Berbasis Maqashid Syariah. *AB-JOIEC: Al-Bahjah Journal of Islamic Economics*, 1(1), 26–43.
- Al Mustaqim, D. (2023b). Strategi Pengembangan Pariwisata Halal Sebagai Pendorong Ekonomi Berkelanjutan Berbasis Maqashid Syariah. *AB-JOIEC: Al-Bahjah Journal of Islamic Economics*, 1(1), 26–43.
- Al-Aqqad, A. M. (1991). *Al-insaan fi Al-Quran*. Penerjemaah, Tim Penerjemah Pustaka Firdaus, Manusia Diungkap Al-Quran, Jakarta: Pustaka Firdaus, 45–50.
- Amiruddin, A. (2021). Amanah Dalam Perspektif Al-Quran (Studi Komparatif Tafsir Al-Misbah Dan Al-Azhar). *Jurnal Mudarrisuna: Media Kajian Pendidikan Agama Islam*, 11(4), 833–850.
- Andika, T., Taqiyuddin, M., & Yunita, N. (2020). Amanah dan Khianat dalam Al-Qur'an Menurut Quraish Shihab. *Al Tadabbur: Jurnal Ilmu Alquran Dan Tafsir*, 5(2), 177–206.
- Aprilia, A., & Parakkasi, I. (2023a). Implementasi Peraturan Daerah Berbasis Syariah Di Pantai Tanjung Bira. *FADZAT: Jurnal Ekonomi Syariah*, 3(2).
- Aprilia, A., & Parakkasi, I. (2023b). Implementasi Peraturan Daerah Berbasis Syariah Di Pantai Tanjung Bira. *FADZAT: Jurnal Ekonomi Syariah*, 3(2).
- Arijanto, A. (2014). Etika bisnis bagi pelaku bisnis. *Language*, 11(209p), 23cm.
- Asyifa, Z., & Abdullah, M. W. (2023). Syariah Enterprise Theory (SET): Tinjauan Konsep dan Implikasinya Pada Lembaga Sedekah Jumat Pekanan (SJP). *Jurnal Kajian Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 2(1), 57–68.
- Badroen, F., Mufraeni, M. A., & BAshori, A. D. (2015a). Etika bisnis dalam Islam.
- Badroen, F., Mufraeni, M. A., & BAshori, A. D. (2015b). Etika bisnis dalam Islam.
- Battour, M., & Ismail, M. N. (2016a). Halal tourism: Concepts, practises, challenges and future. *Tourism Management Perspectives*, 19, 150–154.
- Battour, M., & Ismail, M. N. (2016b). Halal tourism: Concepts, practises, challenges and future. *Tourism Management Perspectives*, 19, 150–154.
- Bungin, B. (2011). Metodologi penelitian kualitatif: Aktualisasi metodologis ke arah ragam varian kontemporer.
- Cadith, J., Yusuf, M., & Yulianti, R. (2022a). Strategi Pengembangan Wisata Halal di DKI Jakarta.

- Jurnal Administrasi Publik Universitas Medan Area, 10(1).
- Cadith, J., Yusuf, M., & Yulianti, R. (2022b). Strategi Pengembangan Wisata Halal di DKI Jakarta. *Jurnal Administrasi Publik Universitas Medan Area*, 10(1).
- David, F. R., David, F. R., & David, M. E. (2017). *Strategic management: concepts and cases: A competitive advantage approach* (Vol. 127). Pearson New Jersey.
- El-Gohary, H. (2016). Halal tourism, is it really Halal? *Tourism Management Perspectives*, 19, 124–130.
- Ezizwita, E., Srihasnita, R., Maivalinda, M., Firsta, F., Oktovia, N., & Agustin, F. (2024). Wisata Syariah dan Strategi Pengembangannya di Era Digital Pada Beberapa Tempat Wisata di Sumatera Barat. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Dharma Andalas*, 26(2), 282–294.
- Fahmi, I. (2013). *Etika Bisnis: Teori, Kasus, dan Solusi*. Bandung: Alfabeta, 250.
- Fatmawati, A. A., & Santoso, S. (2020). Penguatan rantai nilai pariwisata sebagai strategi pengembangan kawasan Kota tua Jakarta menjadi kawasan wisata ramah muslim. *Jurnal Ilmiah Manajemen Dan Bisnis*, 6(3), 461974.
- Faza, M. A. (2019). Analisis SWOT Pariwisata Halal Provinsi Nusa Tenggara Barat. *Jurnal Manajemen Indonesia*, 19(1), 10–29.
- Feriyadin, F., Saufi, A., & Rinuastuti, B. H. (2021). Pengembangan Pariwisata Halal Desa Setanggor. *Jmm Unram-Master Of Management Journal*, 10.
- Hasan, A. (2009). *Manajemen Bisnis Syariah*, Pustaka Pelajar. Yogyakarta.
- Heriyanto, H., & Taufiq, T. (2024). Nilai-Nilai Ekonomi dan Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam. *Jimmi: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Multidisiplin*, 1(1), 24–37.
- Hermawan, I., Ahmad, N., & Suhartini, A. (2020). Konsep Amanah dalam Perspektif Pendidikan Islam. *QALAMUNA: Jurnal Pendidikan, Sosial, Dan Agama*, 12(2), 141–152.
- Hitt, M. A., Ireland, R. D., & Hoskisson, R. E. (1997a). *Manajemen Strategis: menyongsong era persaingan dan globalisasi*.
- Hitt, M. A., Ireland, R. D., & Hoskisson, R. E. (1997b). *Manajemen Strategis: menyongsong era persaingan dan globalisasi*.
- Huberman, M., & Miles, M. B. (2002). *The qualitative researcher's companion*. sage.
- Index, G. M. T. (2019). *Mastercard-CrescentRating: Global Muslim Travel Index 2019*. MasterCard & CrescentRating.
- Irfan, I. (2019). Penafsiran ayat-ayat amanah dalam al-Qur'an. *Al-Tadabbur: Jurnal Ilmu Al-*

- Qur'an Dan Tafsir, 4(02), 113–128.
- Ismawan, A., & Amalia, K. (2022a). Konsep bisnis wisata halal dalam meningkatkan perekonomian di Indonesia. *Jurnal Mahasiswa Akuntansi Samudra*, 3(4), 196–207.
- Ismawan, A., & Amalia, K. (2022b). Konsep bisnis wisata halal dalam meningkatkan perekonomian di Indonesia. *Jurnal Mahasiswa Akuntansi Samudra*, 3(4), 196–207.
- Juliyani, E. (n.d.). 216. "Etika Bisnis Dalam Perspektif Islam." *Jurnal Ummul Qura*, 7(1).
- Junaidi, J. (2020). Halal-friendly tourism and factors influencing halal tourism. *Management Science Letters*, 10(2), 1–8.
- Kaharuddin, K. (2021). Kualitatif: ciri dan karakter sebagai metodologi. *Equilibrium: Jurnal Pendidikan*, 9(1), 1–8.
- Made, S. K. A., Ohorella, N. R., & Nasher, A. (2024). Branding Destinasi Pariwisata Bali pada Akun Instagram@wisatabali_official. *BroadComm*, 6(1), 38–49.
- Mohsin, A., Ramli, N., & Alkhulayfi, B. A. (2016). Halal tourism: Emerging opportunities. *Tourism Management Perspectives*, 19, 137–143.
- Qardhawi, Y. (1997). Norma dan etika ekonomi Islam. Rahardjo, M. D. (1990). *Etika ekonomi dan manajemen*. Tiara Wacana Yogya.
- Rahmawati, D. A., & Faraby, M. E. (2023). Implementasi Etika Bisnis Islam Pedagang Muslim Pada Destinasi Wisata Pantai Lombang. *Jurnal Industri Pariwisata*, 5(2), 209–218.
- Sunaryo, B. (2013). Kebijakan pembangunan destinasi pariwisata: konsep dan aplikasinya di Indonesia. *Gava Media*.
- Sutono, A. (2019). *Panduan Penyelenggaraan Pariwisata Halal*.
- Tafana, A., Andika, B., Mahyu, F. R. O., & Siregar, F. N. (2024a). Etika bisnis Islam. *Jurnal Akademik Ekonomi Dan Manajemen*, 1(4), 63–70.
- Tafana, A., Andika, B., Mahyu, F. R. O., & Siregar, F. N. (2024b). Etika bisnis Islam. *Jurnal Akademik Ekonomi Dan Manajemen*, 1(4), 63–70.
- Vargas-Sánchez, A., & Moral-Moral, M. (2019). Halal tourism: state of the art. *Tourism Review*, 74(3), 385–399.
- Yustanto, G. D., Sadewa, A. V., Saputra, A. E., Putri, A. C., Claudia, S. C., Candra, A., & Nurrohim, A. (2024a). *Etika Bisnis dalam Islam: Pedoman Sukses dengan Kejujuran dan Keadilan: Business Ethics in Islam: Guidelines for Success with Honesty and Justice*.

TIJARAH: Jurnal Ekonomi,
Manajemen, Dan Bisnis Syariah,
1(2), 192–200.

Yustanto, G. D., Sadewa, A. V.,
Saputra, A. E., Putri, A. C.,
Claudia, S. C., Candra, A., &
Nurrohim, A. (2024b). Etika
Bisnis dalam Islam: Pedoman
Sukses dengan Kejujuran dan
Keadilan: Business Ethics in
Islam: Guidelines for Success
with Honesty and Justice.
TIJARAH: Jurnal Ekonomi,
Manajemen, Dan Bisnis Syariah,
1(2), 192–200.

Zamzam, H. F., & Aravik, H. (2020).
Etika Bisnis Islam Seni
Berbisnis Keberkahan.
Deepublish.