



Industri Wisata Halal, Kesalehan Atau Tren?: Simulasi Dan Komodifikasi Pariwisata Halal Di Indonesia

Admadi Balloara Dase
Institut Agama Kristen Negeri Toraja
admadihalloaradase777@gmail.com

Abstract : *This paper tries to explore the concept initiated by tourism industry experts, using the critical discourse analysis method. Critical Discourse Analysis is intended to dismantle the ideology behind halal tourism. Jean Baudrillard's Simulation concept is used to dissect the construction of halal tourism experts who attach the "halal" sign to products from the halal tourism industry, in fact it aims to benefit from the boom of Muslim tourists in the world. The concept of halal tourism built by tourism is a simulation, and is capitalistic. The danger of this is that it makes religion popular (a trend) but does not give an essential meaning in it.*

Keywords: halal tourism industry, sign manipulation, simulation, religious fundamentalism

Abstrak: Tulisan ini mencoba menelusuri konsep yang digagas oleh para ahli Industri pariwisata, dengan menggunakan metode analisis wacana kritis. Analisis Wacana Kritis dimaksudkan untuk membongkar ideologi di balik pariwisata halal. Konsep Simulasi Jean Baudrillard digunakan untuk membedah konstruksi para ahli pariwisata halal yang melekatkan tanda "halal" pada produk dari industri pariwisata halal, kenyataan itu bertujuan untuk mendapatkan keuntungan dari membludaknya wisatawan muslim di dunia. Konsep pariwisata halal yang dibangun oleh pariwisata adalah simulasi, dan kapitalistik. Bahaya dari hal tersebut, membuat agama populer (tren) namun tidak memberi arti yang esensial di dalamnya.

Kata Kunci: industri pariwisata halal, manipulasi tanda, simulasi, fundamentalisme agama

Article History:

Received: 9-09-2021

Revised: 21-12-2021

Accepted: 23-12-2021

1. Pendahuluan

Sektor pariwisata berkembang pesat saat ini, dengan adanya perkembangan teknologi, globalisasi, bahkan di era yang dikenal dengan revolusi industri 4.0.¹ Tidak heran jikalau pariwisata menjadi salah satu gerbong industri terbesar di dunia. Industri ini menawarkan barang dan jasa untuk kenyamanan wisatawan saat berada di daerah

¹Bogdan Sofronov, *The Development Of The Travel And Tourism Industry In The World*, Annals of Spiru Haret University Economic Series 18(4)(December 2018), 123-137.

wisata. Hiburan malam, hotel, alam yang indah, dan budaya yang unik akan menjadi sarana strategis digunakan oleh para pelaku industri pariwisata menjadi kantong-kantong uang bagi mereka. Pemilik modal bekerja sama dengan pemerintah melihat peluang yang ada di masyarakat untuk dikembangkan menjadi industri pariwisata.

Di tengah-tengah aktivitas para pekerja, wisata menjadi salah satu alternatif untuk melepas lelah dan kejenuhan dari pekerjaan mereka. Dengan mengunjungi tempat-tempat yang indah, unik, dan menghibur (pantai, gunung, dan budaya yang terlihat unik), maka sebuah kemutlakan bagi pengelola wisata (pemerintah bekerja sama dengan investor) membuat pengunjung nyaman mungkin. Tentu sarana & prasarana (hotel, jalanan, ATM, transportasi, makanan) diperlukan untuk mempermudah wisatawan ketika berada di daerah wisata. Kesemuanya itu dimaksudkan untuk dapat menunjang visi pembangunan pariwisata dan pembangunan nasional. Di Indonesia sendiri, visi pembangunan wisata nasional yang dicanangkan oleh Kementerian Pariwisata dimaksudkan untuk menunjang pembangunan daerah dan kesejahteraan rakyat.²

Di balik jargon keindahan, kenyamanan, dan kesejahteraan ada fakta yang terlihat berkontradiksi di dalam masyarakat lokal khususnya di negara dunia ketiga. Seakan-akan ketika industri pariwisata berkembang, maka akan berdampak positif bagi kehidupan masyarakat lokal. Padahal sebaliknya, ketika industri pariwisata masuk ke dalam negara-negara dunia ketiga akan berdampak pada hubungan ekonomi yang eksploitatif dan tidakimbang karena didominasi oleh investor asing.³ Bahkan, menurut Martin Mowforth dan Ian Munth Industri pariwisata secara global berdampak negatif bagi kehidupan masyarakat di negara dunia ketiga, seperti kerusakan lingkungan, mempromosikan sikap paternalistik, konflik horizontal di masyarakat.⁴ Seperti yang terjadi di Labuan Bajo, menyebabkan konflik agraria yakni pencaplokkan kepemilikan, akses, dan manfaat terhadap sumber daya publik seperti tanah, air, pesisir, pantai dan pulau-pulau dari publik ke sektor privat.⁵

Jargon pembangunan dan kesejahteraan di dalam industri pariwisata hanya sebatas slogan saja. Realitasnya, yang terjadi malah sebaliknya, yakni industri pariwisata menimbulkan kesenjangan di dalam masyarakat dan menimbulkan konflik. Hak-hak masyarakat diambil alih oleh industri pariwisata. Ditambah dengan adanya proyek pariwisata yang berbasis identitas keagamaan yaitu pariwisata halal. Memang konsep dasarnya adalah ekonomi syariah yang membicarakan kesejahteraan dan keadilan umat,

²Terdapat dalam Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 50 Tahun 2011 Tentang Rencana Induk Pembangunan Kepariwisata Nasional Tahun 2010 – 2025 pada BAB II, pasal 2 poin yang ke empat.

³Stephen Britton, *The Political Economy of Tourism in the World Third*. Annals of tourism Research 9 (3) (1992), 331.

⁴Martin Mowforth dan Ian Munth, *Tourism and Sustainability: Development, globalisation and new tourism in the Third World* (UK: Routledge, 2015), 95

⁵Indoprogress, "Konservasi Kepentingan melalui BOP," <https://indoprogress.com/2016/11/konservasi-kepentingan-melalui-bop/> (diakses 16 Desember 2018).

namun apakah memang sedemikian rupa. Oleh sebab itu, hal tersebut akan menjadi salah satu kajian dalam ini.

Pariwisata halal di Indonesia menggunakan term yang bermasalah, karena bersifat biner. Hal tersebut mengakibatkan kompleksitas permasalahan, misalnya saja industri pariwisata menggunakan label halal yang kemudian diterapkan di daerah-daerah non-Muslim. Dengan demikian, akan memberi stigma bahwa daerah tersebut adalah daerah haram/kafir. Tentu ada alasan tersendiri, mengapa istilah wisata halal yang digunakan oleh produsen dan artikel ini akan mencoba menelusurinya. Karena istilah halal secara tidak langsung menggunakan bahasa yang biner. Jadi, persoalannya sekarang semakin kompleks.

Akhir-akhir ini, memang begitu banyak pembicaraan tentang industri pariwisata halal di beberapa negara untuk menyediakan kenyamanan bagi wisatawan Muslim dari seluruh dunia. Industri pariwisata halal kini menjadi perbincangan serius, pasalnya menurut Global Muslim Travel Index (GMTI) wisatawan muslim akan bertambah dari, tercatat di tahun 2000 ada 25 juta wisatawan muslim yang berkunjung di seluruh dunia dan naik secara signifikan pada tahun 2018 menjadi 131 juta. Lalu diperkirakan pada tahun 2020 akan membludak di angka 220 juta wisatawan.⁶ Dengan demikian, negara-negara di Asia Tenggara akan melirik peluang besar tersebut, seperti Malaysia, Indonesia, Thailand, Singapura, dan beberapa negara lainnya. Sebagai negara dengan populasi muslim terbanyak di dunia, Indonesia mencoba membangun destinasi wisata halal. Alhasil, Indonesia mendapatkan award pada tahun 2016 dari GMTI sebagai negara penyedia destinasi wisata halal terbaik di dunia.⁷ Program wisata halal ini dipromosikan dengan serius oleh Kementerian Pariwisata di bawah pimpinan menteri Arief Yahya, selaku kabinet kerja Jokowi-Kalla periode 2014-2019 dengan membentuk tim strategis yang bekerja secara serius, dalam pembangunan di bidang industri pariwisata halal. Namun, dalam proses realisainya, industri pariwisata halal banyak mendapat penolakan di beberapa tempat wisata yang penduduknya mayoritas non-Muslim, seperti Bali, Danau Toba, dan Toraja. Oleh karena itu, menarik untuk melihat bagaimana pariwisata halal ini dikonstruksi. Dalam artikel ini, penulis akan menunjukkan bagaimana permasalahan pada konsep dan praktik wisata halal. Dengan menggunakan konsep Baudrilard, penulis akan melihat wacana dominan di balik industri pariwisata halal. Untuk itu, penulis akan memulainya dengan menelusuri bagaimana konsep pariwisata halal ini dibicarakan oleh para ahli pariwisata halal.

2. Metode Penelitian

⁶Detik Travel, "Wisata Halal Bisa Membuat Indonesia sebagai Pusat Industri Halal Dunia," <https://travel.detik.com/travel-news/d-4510193/wisata-halal-bisa-membuat-indonesia-sebagai-pusat-industri-halal-dunia>(diakses 16 Desember 2018).

⁷Kementerian Pariwisata, "Indonesia Sapu Bersih 12 Kategori World Halal Tourim Award," <http://www.kemenpar.go.id/post/indonesia-sapu-bersih-12-kategori-world-halal-tourim-award-2016>(diakses 16 Desember 2018).

Penelitian dalam tulisan ini menggunakan metode kualitatif dan analisis wacana kritis untuk mengkaji konsep pariwisata halal. Konsep simulasi dari Baudrillard untuk melihat manipulasi tanda dalam industri pariwisata halal. Analisis wacana kritis merupakan pendekatan yang menganalisis bagaimana bahasa dan wacana digunakan untuk mencapai tujuan-tujuan sosial.⁸ Menurut Saukko, wacana membentuk cara subjek melihat dirinya sendiri dan bentuk berperilaku di kehidupan sehari-hari.⁹ Wacana yang dimaksudkan dalam penelitian ini adalah konsep, omongan di masyarakat, pemberitaan di media tentang pariwisata halal. Simulasi dari Baudrillard menolong penulis untuk melihat manipulasi tanda di dalam pariwisata halal dan ideologi apa yang dominan pada konsep tersebut.

3. Hasil dan Pembahasan

Abu-abu dalam Konsep Pariwisata Halal

Pada dasarnya, istilah halal sendiri umum di dalam tradisi religius, dan tentunya sangat dikotomis, atau yang dibangun adalah oposisi biner. Industri pariwisata halal memiliki tujuan yang cukup jelas, yaitu dalam agama Islam. Halal ibarat wilayah doktrin Islam yang diperbolehkan untuk dipijak oleh umat, di luar wilayah halal tersebut maka pijakan itu diklasifikasikan sebagai yang haram (tidak diperbolehkan dalam ajaran Islam). Dengan demikian, halal dan haram merupakan dua kutub yang penting dalam Islam. Artinya dalam halal dan haram ini menjadi hukum Islam yang penting (fiqh).¹⁰ Tetapi istilah konsep pariwisata halal tidak pernah ada di dalam Islam, semuanya adalah hasil konstruksi para pemilik kepentingan.

Pariwisata halal memang masih identik dengan Islam, tetapi narasi para ahli pariwisata menurut penulis masih mengganjal. Karena, mereka membedakannya dengan wisata religius sebagai yang eksklusif untuk umat agama Islam. Sebaliknya, pariwisata halal bersifat umum, namun masih menggunakan istilah agama yang sangat eksklusif (wisata halal). Battour dan Ismail (2016) mendefinisikan pariwisata halal sebagai “objek atau tindakan pariwisata apa saja, yang diizinkan sesuai dengan ajaran Islam untuk digunakan wisatawan secara umum (menjadi lifestyle)”. Sedangkan wisata religius adalah wisata yang berkaitan dengan ziarah ke tempat-tempat suci dan sakral seperti umroh.¹¹ Padahal keduanya sama berbicara tentang berwisata dan tentunya sama-sama adalah konstruksi para ahli. Dalam membedakannya, tabel berikut akan membantu dalam memetakan definisi tersebut.

⁸Haryatmoko, *Critical Discourse Analysis: Landasan Teori, Metodologi, dan Penerapan* (Jakarta: Raja Grafindo, 2016), 4.

⁹ Paula Saukko, *Doing Research In Cultural Studies* (London: Sage, 2003).

¹⁰Gema Rahmadani, Halal dan Haram dalam Islam, *Jurnal Ilmiah Penegakan Hukum* 2, no.1 (Juni, 2015), 26.

¹¹Universitas Gadjah Mada, “Konsep dan Ruang Lingkup Wisata Halal,” <https://wisatahalal.sv.ugm.ac.id/2018/08/23/konsep-dan-ruang-lingkup-wisata-halal/> (diakses 16 Desember 2018).

Tabel 1. Komparasi wisata konvensional, wisata religi, dan wisata syariah/halal

No	Item Perbandingan	Konvensional	Religi	Syariah/Halal
1	Obyek	Alam,budaya, Heritage, Kuliner	TempatIbadah, Peninggalan Sejarah	Semuanya
2	Tujuan	Menghibur	Meningkatkan Spritualitas	Meningkatkan Spirituaitas dengan cara menghibur
3	Target	Menyentuh kepuasan 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
	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 dan peran syariah dalam bentuk kebahagiaan dankepuasan batin dalam kehidupan manusia
5	Fasilitas Ibadah	Sekedar pelengkap	Sekedar pelengkap	Menjadi bagian yang menyatu dengan obyek pariwisata, ritual ibadah Menjadibagian 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 prinsp syariah
8	Agenda Perjalanan	Setiap Waktu	Waktu-waktu tertentu	Memperhatikan waktu

Sumber: Kajian Pengembangan pariwisata 2015

Artinya, para ahli membedakan wisata religius sebagai sebuah perjalanan ibadah, sedangkan wisata halal terkait dengan wisata secara umum yang diperuntukkan bagi semua orang. Namun, sarannya telah mendapat sertifikasi halal. Hal ini juga dipertegas oleh President Islamic Nutrition Council of America, Muhammad Munir Caundry dalam kegiatan Indonesia Halal Expo (Indhex) dan Global Halal Forum pada tahun 2013, "Wisata halal merupakan konsep baru, pariwisata ini bukanlah wisata religi seperti umroh dan menunaikan ibadah haji. Wisata halal adalah pariwisata yang melayani liburan, dengan menyesuaikan gaya liburan sesuai dengan kebutuhan dan permintaan traveler muslim."¹²

Wisata halal merupakan turunan dari Halal Industry dan merambah ke berbagai bidang, salah satunya adalah pariwisata. Wisata halal mempunyai banyak istilah di dunia, seperti Islamic tourism, halal tourism, halal travel, ataupun as moslem friendly destination. Di Indonesia sendiri awalnya tidak menggunakan istilah "halal," tetapi menggunakan istilah "syariah." Istilah "syariah" sendiri muncul pada tahun 1992 digunakan di dalam sistem perbankan, namun saat ini berkembang menjadi istilah populer yang merambah di beberapa aspek industri seperti asuransi syariah, pegadaian syariah, hotel syariah, dan pariwisata syariah yang kita kenal dengan pariwisata halal saat ini sebagai lifestyle.¹³ Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa konsep pariwisata halal ini belum begitu jelas karena istilah yang digunakan masih abu-abu, wisata halal dibedakan dengan wisata religius. Pariwisata halal dinarasikan oleh para ahli berkaitan dengan lifestyle, sedangkan wisata religius dipahami sebagai ibadah, padahal sama-sama menggunakan istilah agama.

Industri pariwisata halal dan wisata religius sebenarnya sama-sama adalah konstruksi para ahli, namun pariwisata halal lebih berkembang karena konsep halal itu dibuat menjadi real melalui teknis dalam pariwisata. Menurut Kurniawan (2015), pariwisata halal meliputi sarana yang dapat memenuhi kebutuhan dari wisatawan, seperti hotel, transportasi, makanan, sistem keuangan. Tidak hanya sarana, tetapi sampai kepada destinasi wisata yang harus sesuai dengan nilai-nilai Islam.¹⁴

Di Indonesia sendiri, konsep wisata halal ini telah terealisasi di NTB dengan jargon 'seribu masjid'. Lalu kini menjadi ikon destinasi wisata halal, tetapi di balik istilah atau branding 'seribu masjid' merepresentasikan NTB, tetapi hal tersebut kontradiksi dengan realitas yang ada, dalam artian jargon tersebut mengkhianati realitas pluralitas yang ada

¹²Asisten Deputi Litbang, *Kebijakan Kepariwisata: Kajian Pengembangan Wisata Syariah*, (Jakarta: Kementerian Pariwisata, 2015).

¹³ Adinugraha, Hermawan. "Desa Wisata Halal: Konsep dan Implementasinya di Indonesia," *Human Falah: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* 5, no.1 (2018), 33.

¹⁴Hendri Hermawan Adinugraha, "Desa Wisata Halal: Konsep dan Implementasinya di Indonesia," *Human Falah: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* 5, no.1 (2018): 34.

di masyarakat NTB.¹⁵ Kasus di NTB ini hanya salah satu bukti fenomena bahwa konsep yang ada dalam pariwisata halal hanya merupakan konstruksi imaji, mitos. Dengan demikian, konsep yang ditawarkan oleh para ahli pariwisata halal tidak begitu jelas, karena sangat paradoksal dengan istilah yang ada. Halal yang sangat diidentikkan sebagai Islam sangat eksklusif karena berkaitan dengan kepercayaan, tetapi narasi para ahli mencoba mempertegas bahwa hal tersebut bukan merujuk pada sebuah ajaran agama, namun lebih mengusung tema lifestyle. Yang demikian akan menarik, jikalau dilihat apa maksudnya menggunakan istilah tersebut, mungkin lebih tepatnya ada usaha dari para ahli untuk memanipulasi tanda, yang akan penulis jelaskan di point berikutnya.

Manipulasi Tanda Dalam Pariwisata Halal

Pada konsep pariwisata halal ini, tentu yang dimainkan adalah tanda. Melalui branding-branding dengan menggunakan kekuatan digitalisasi, percepatan informasi berhasil memengaruhi aktifitas pariwisata. Seperti wacana yang dimainkan oleh Global Muslim Travel Index melalui konten data yang dimilikinya, bahwa 220 juta wisatawan Muslim akan melakukan kunjungan wisata ke seluruh dunia, sehingga negara-negara yang ingin mendapat kunjungan dari wisatawan Muslim ini, harus menyiapkan sarana dan prasarana yang telah tersertifikasi halal. Gagasan ini (tanda) kemudian tersebar dan dikonsumsi negara-negara di dunia jika ingin mendapatkan kunjungan wisatawan Muslim. Seperti di Indonesia telah mengonsumsi gagasan tersebut, karena mencoba mengonfirmasi hal tersebut, lalu mendapatkan award dari GMTI sebagai negara terbaik yang membangun pariwisata halal. Dari fenomena ini, penulis akan mencoba menerangkan bahwa pariwisata halal tidak hanya terkait dengan komodifikasi produk yang dikonsumsi untuk nilai guna saja, tetapi ada tanda-tanda yang dimainkan. Untuk menjelaskan hal tersebut penulis akan menggunakan konsep dari Baudrillard, tentang petukaran tanda.

Dalam konsep Marx, komoditi memiliki dua aspek penting yaitu use value (nilai guna) exchange value (nilai tukar), artinya dua istilah ini menjadi erat kaitannya dengan komodifikasi, nilai guna suatu barang kemudian menjadi nilai tukar. Inilah yang dikritik Baudrillard, sekaligus menambahkan konsep dari Marx "What is produced today is not produced for its use-value or its possible durability, but rather with an eye to its death, and the increase in the speed with which that death comes about is equalled only by the speed of price rises."¹⁶ Secara sederhana masyarakat komsumeris itu tidak lagi didasarkan pada nilai guna, tetapi ada nilai tanda/symbolis. Pernyataan Baurillard ini bukan berarti menyepelkan kebutuhan, akan tetapi pada saat itu ia menunjukkan bagaimana membaca fenomena kebudayaan barat. Pertukaran tanda adalah fenomena

¹⁵Hafizah Awalita, "Komodifikasi Pariwisata Halal NTB dalam Ppromosi Destinasi Wisata Islami di Indonesia," *Jurnal Studi Komunikasi* 1, no.1 (Maret, 2017): 19-30.

¹⁶Jean Baudrillard, *The Consumer Society: Myths and Structures*, (Los Angeles: SAGE, 2012), 46.

yang terjadi pada masyarakat konsumeris, nilai guna tidaklah begitu penting lagi, namun tanda lebih memiliki panggung di sini untuk kepentingan kapitalisme. Oleh sebab itu, pertukaran tanda menurut Baudrillard adalah analisis ekonomi politik untuk melihat eksploitasi yang terjadi di dalam masyarakat konsumeris.¹⁷

Pertukaran tanda dalam masyarakat saat ini begitu masif dengan adanya perkembangan teknologi informasi. Tanda menjadi sebuah kata kunci untuk membuat orang-orang tertarik dengan produk yang ada, sehingga yang dikonsumsi adalah tanda bukan dari produk tersebut. Misalnya, seorang anak muda di perkotaan yang ingin mendapat julukan gaul, keren, maco harus membeli motor trail seharga Rp.30.000.000,- yang notabene di perkotaan jalanan beraspal, tetapi sebenarnya motor itu dirancang khusus untuk di jalan yang berlumpur, namun masih tetap digunakan diperkotaan. Ini berarti bahwa, bukan nilai guna yang mendasari anak muda tersebut membeli motor trail seharga Rp. 30.000.000, tetapi nilai tanda (gaul, keren, maco) yang dilekatkan pada motor tersebut.

Uraian yang ada telah menjelaskan bahwa dalam logika konsumsi menurut Baudrillard, nilai tanda penting untuk dilihat dalam masyarakat konsumeris. Kemudian ketika logika konsumsi hanya mementingkan tanda, pertanyaannya apakah tujuan utama mengkonsumsi tanda tersebut? Baudrillard berkomentar soal tanda, bukan hanya bersinggungan soal kepentingan individu, tetapi lebih melihat kaitannya dengan kelompok sosial yang menjadi model. Kelompok itu adalah elite yang mengarahkan selera, lalu kemudian menyebar pada kategori-kategori sosial. Hal tersebut digunakan untuk membedakan diri dari identitas sosial lainnya.¹⁸ Dengan demikian, adanya kelompok elite yang mengarahkan selera orang-orang dan mengelompokkannya sesuai dengan identitas. Kemunculan prestise menjadi kata kunci di sini. Misalnya, anak muda yang membeli motor trail mencoba mengejar prestise melalui nilai tanda (keren, gaul, maco), lalu anak muda tersebut sekaligus mengafirmasi identitasnya sebagai orang kelas menengah ke atas, karena dapat membeli motor seharga Rp. 30.000.000.

Fenomena pariwisata halal ini dapat dilihat dengan adanya konstruksi tanda untuk mengkomodifikasi produk dari Industri Pariwisata Halal. Tidak hanya perihal komodifikasi, tetapi telah penulis uraikan sebelumnya menurut konsep Baudrillard bahwa ada identitas yang dimunculkan ketika wisatawan mengonsumsi produk pariwisata halal. Konsumen dari produk pariwisata halal ini, tertuju kepada wisatawan berusia muda atau berusia produktif, berpendidikan, dan memiliki disposable income yang besar, Muslim, dan berasal dari Timur Tengah.¹⁹

¹⁷Gery Genozko, *Baudrillard and Signs: Signification Ablaze* (USA: Routledge, 1994), 10

¹⁸Haryatmoko, *Membongkar Rezim Kepastian: Pemikiran Kritis Post-Strukturalis*, (Yogyakarta: Kanisius, 2016), 68.

¹⁹Asisten Deputi Litbang Kebijakan Kepariwisata, *Kajian Pengembangan Wisata Syariah*, (Kementrian Pariwisata, 2015).

Branding terhadap konsumen pariwisata halal ini memang telah mengonfirmasi kelas sosial melalui bahasa yang dilekatkan dalam produk, seperti orang-orang yang berpendidikan, berusia muda, dan muslim. Ketika seorang mengonsumsi produk pariwisata halal, otomatis ia masuk dalam kategori-kategori sosial kelas menengah keatas sebagai yang muda dan berpendidikan, bahkan juga mengafirmasikan identitasnya sebagai Muslim. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa apa yang dikonsumsi oleh para wisatawan dalam produk wisata halal adalah nilai tandanya, bukan hanya nilai gunanya yang sebenarnya hanya sebagai aktivitas perjalanan untuk menghilangkan stres. Selain itu, di Indonesia juga sudah banyak daerah-daerah non-Muslim yang menyediakan keperluan-keperluan khusus untuk wisatawan Muslim. Misalnya saja, di Bali yang mayoritas masyarakatnya non-Muslim telah memenuhi standar pariwisata internasional yang ramah dengan wisatawan Muslim. Banyak rambu-rambu yang telah dipasang untuk memperingatkan para wisatawan Muslim. Di setiap warung makan akan ada sebuah penanda dari gambar dan tulisan untuk memberikan informasi bahwa warung ini adalah tempat makan khusus non-muslim, misalnya warung makan babi dan anjing. Otomatis ketika ada istilah warung makan babi (haram bagi umat Muslim), secara tidak langsung informasi tersebut telah menyatakan bahwa makanan tersebut haram bagi umat Muslim.

Dengan fenomena yang ada, penulis melihat bahwa memang yang dikonsumsi oleh wisatawan adalah nilai-tandanya (halal) sekaligus mengafirmasi kelas sosialnya sebagai orang-orang kelas menengah ke atas, dan sebagai Islam. Hal tersebut mengakibatkan trend kesalehan semakin berkembang dalam kehidupan masyarakat karena masifnya industri pariwisata halal.²⁰ Walaupun para ahli pariwisata halal menyatakan ini sebagai lifestyle, tetapi bunyinya tetap eksklusif karena menyematkan agama di dalamnya.

Industri Pariwisata Halal: Simulasi sampai ke Komodifikasi

Diskusi tentang pariwisata halal memang menjadi polemik di Indonesia, karena pada kenyataannya mengkhianati realitas Indonesia sebagai masyarakat plural. Kata kunci yang diusung oleh para ahli pariwisata halal ini memang paradoks, di satu sisi hal ini dimaksudkan untuk umum (lifestyle), tetapi di sisi lain eksklusif (masih menggunakan nilai-nilai Islam). Maka sangat menarik untuk melihat wacana apa dibalik industri pariwisata ini. Memulai pembahasan ini, penulis mengajukan pertanyaan sederhana terhadap logika Industri Pariwisata Halal, yakni apa yang menjadi acuan dalam konsep pariwisata halal ini? Apa yang menjadi referensinya? Pada akhirnya, penulis akan bertitik tolak pada logika simulasi dari Baudrillard, untuk membongkar bagaimana konsep pariwisata halal hanya sebatas simulasi.

²⁰ Hilda Rahma dan Hanry Harlen Toputubun, "Narasi Industri Pariwisata Halal di Jepang dan German," *Jurnal Sosiologi Reflektif*: Vol.14, No 2 (April 2020): 287-305

Pariwisata halal merupakan imaji yang tentunya tidak pernah ada dalam Islam. Istilah tersebut muncul dengan adanya perkembangan industri pariwisata di era revolusi industri 4.0 yang serba digital, apalagi dengan adanya perkiraan bahwa wisatawan Muslim ini akan bertambah di tahun 2020 dalam angka 220 juta orang banyaknya. Artinya, di sini dapat dilihat, bagaimana wacana yang tersebar dengan percepatan informasi melalui branding pariwisata, tanpa ada batasan ruang dan waktu, menjadi real di dalam masyarakat kapitalisme.

Dalam masyarakat kapitalisme saat ini, memang percepatan informasi begitu masif, sehingga istilah dunia dalam genggamannya muncul di era ini, orang-orang tidak lagi terbatas dengan pergi kesuatu tempat untuk mencari informasi, tetapi dengan adanya dunia digital semua informasi telah tersedia, tentunya yang dimainkan dalam era digital ini adalah tanda, simbol. Seperti yang diwacanakan dalam Industri Pariwisata Halal, menggunakan dunia digital untuk mengkomodifikasikan nilai, tanda, simbol yang ada untuk dikonsumsi. Seperti kata halal dikonstruksikan sedemikian rupa menjadi sebuah tanda yang dikonsumsi oleh orang-orang, melalui branding dari konten yang ada.

Simulasi dari Baudrillard menarik untuk membaca fenomena pariwisata halal ini. Dalam tulisan R. G. Smith (2010) berjudul *The Baudrillard Dictionary*, simulasi berasal dari bahasa latin, *simulare* secara harafiah dipahami sebagai proses peniruan, namun Baudrillard memahaminya tidak secara harafiah sebagai proses membuat tiruan sesuai dengan yang asli, tetapi lebih kepada proses peniruan yang tidak sama sekali merujuk kepada yang asli. Dalam menjelaskan simulasi, Baudrillard menggunakan sebuah analogi keindahan dalam peta kerajaan yang dibuat oleh kerajaan itu sendiri. Ketika kerajaan itu runtuh, keindahan itu tetap real dalam peta tersebut menjadi *simulacrum*.²¹

Konsep *simulacrum* tercipta melalui proses simulasi yang real, ada tanpa realitas. Ini mempertegas juga bahwa *simulacrum* bukanlah sebuah peniruan, bukan berpura-pura, tetapi simulasi tidak merepresentasikan apa yang nyata, ia dibuat nyata dengan sedemikian rupa yang sama sekali berbeda dengan penampakan aslinya. Itulah yang disebut sebagai *symptom* (gejala). Seperti gambar Yesus, ia merupakan figur yang paling banyak dilukis dalam semua bidang seni di negara-negara Barat, dikenal dengan rambut, janggut, dan jubah berlengan panjang, yang sering kali berwarna putih dan mantel berwarna biru, namun pada kenyataannya gambar tersebut merepresentasikan laki-laki Eropa, sedangkan Yesus adalah sosok yang berasal dari Israel (timur tengah), bahkan dalam kitab Injil tidak pernah menyingung bagaimana bentuk tubuh dari Yesus. Hal ini menandakan bahwa gambar Yesus tidak memiliki referensi yang asli, juga bukan peniru dari bentuk nyata Yesus. Gambar tersebut merupakan hasil imajinasi dibentuk

²¹Jean Baudrillard dan Mark Poster, *Selected Writings 2*, (Stanford: Stanford Univ. Press, 2007), 166.

sedemikian rupa, sehingga menjadi nyata-real bagi umat kristiani dengan digambarkan melalui lukisan dan audio visual (film), tersebut sebagai simbol sang Juruslamat menjadi sebuah hyperealitas, lalu dikemudian hari dikomodifikasikan.

Dari gambar Yesus tersebut kita dapat melihat bagaimana ia dibuat menjadi nyata, dipercayai melalui simulasi. Memang tidak bisa dihindarkan bahwa, dalam simulasi tanda yang dimainkan. Jikalau kita melihat bagaimana konsep pariwisata halal, dapat dikatakan sebagai sebuah usaha simulasi. Para akademisi pariwisata halal memainkan tanda pariwisata halal, yang tidak sama sekali ada dalam Islam. Konsep tersebut dikonstruksi sedemikian rupa, seolah-olah memenuhi kebutuhan para Muslim yang akan berpariwisata dengan segala fasilitas, objek yang halal.

Dengan adanya konsep yang dibuat oleh para ahli pariwisata halal, maka sudah ada proses simulasi dalam pembentukan konsep tersebut. Padahal sangat jelas, realitas yang ada sangat jauh dari konsep yang dibuat oleh para ahli. Tentunya, kesemuanya itu diprioritaskan untuk mendapatkan keuntungan yang besar. Semua seakan-akan disimulasikan menjadi sebuah kenyataan, dan akan dikonsumsi oleh para wisatawan Muslim yang akan melakukan perjalanan wisata. Bahkan proses simulasi tersebut dikembangkan lagi oleh pemerintah daerah. Misalnya, yang ada di NTB dengan jargon pulau 'seribu masjid', pada kenyataannya menurut pendataan dari dream.co.id hanya 122 mesjid di NTB secara keseluruhan.²² Hyperealitas ada untuk menarik wisatawan Muslim datang ke NTB.

Dari uraian sebelumnya, penulis dapat mengambil sebuah kesimpulan untuk mengatakan apa yang diwacanakan dalam pariwisata halal merupakan simulasi, tidak pernah ada referensi real dari konsep wisata halal. Kenyataan yang ada, malah jauh dari referensinya yaitu Islam. Pariwisata halal tidak pernah ada dalam Islam. Malah yang ada hanya wisata religus, namun dibedakan oleh para ahli pariwisata halal. Ini menandakan bahwa, simulasi yang ada hanya digunakan untuk mengkomodifikasi tanda tersebut kepada konsumen, sehingga konsumen dapat tertarik dengan adanya produk dari pariwisata halal. Hal demikian tentu hanya akan menguntungkan segelintir orang yang terjun dalam industri pariwisata halal. Lalu pertanyaan selanjutnya, apa yang terjadi jikalau pariwisata halal hanya sebagai simulasi bagi masyarakat secara umum, khususnya di Indonesia.

Simulasi yang ada dalam konsep pariwisata halal membuat konsumen dengan muda percaya akan konsep yang di tawarkan, yaitu tren kesalehan. Seperti yang telah penulis jelaskan sebelumnya bahwa, wacana pariwisata halal dapat mengkonstruksi masyarakat untuk menggunakan produk pariwisata halal bukan karena fungsinya,

²²Dream.co.id, "Daftar Masjid/Mushollah di Nusa Tenggara Barat," <https://www.dream.co.id/sim/nusa-tenggara-barat/index13.html>(diakses 16 Desember 2018).

namun tanda halal yang dikonsumsi. Hal ini berbahaya, karena agama akan kehilangan makna ketika agama bisa hanya menjadi produk dan hanya menjadi tren.²³

4. Kesimpulan

Mengakhiri pembahasan ini, ada beberapa catatan penting terkait dengan wacana pariwisata halal di Indonesia. Pertama, konsep pariwisata halal memiliki kontradiksi di dalamnya. Istilah yang dibangun oleh para ahli bersifat paradoks, konsepnya di sisi lain menggunakan istilah agama, namun dianggap umum. Kedua, ada manipulasi tanda dalam konsep pariwisata halal, sehingga para konsumen mengkonsumsi pariwisata halal tersebut bukan karena nilai fungsinya namun nilai tandanya (halal) dan sekaligus mengkonfirmasi identitas pengguna sebagai seorang muslim. Ketiga, penulis melihat bahwa industri pariwisata halal ini adalah simulasi dan sekaligus sebagai komodifikasi. Kenyataan ini, dapat membuat istilah halal ini adalah bersifat religius bergeser menjadi komodifikasi oleh para kapitalis.

Referensi

- Adinugraha, Hendri Hermawan. "Desa Wisata Halal: Konsep dan Implementasinya di Indonesia," *Human Falah: Jurnal Ekonomi dan Bisnis Islam* 5, no.1 (2018): 28-48.
- Asisten Deputi Litbang. *Kebijakan Kepariwisata:Kajian Pengembangan Wisata Syariah*, Jakarta: Kementrian Pariwisata, 2015.
- Awalia, Hafizah. "Komodifikasi Pariwisata Halal NTB dalam Ppromosi Destinasi Wisata Islami di Indonesia," *Jurnal Studi Komunikasi* 1, no.1 (Maret, 2017): 19-30.
- Baudrillard, Jean dan Mark Poster. *Seleted Writings 2*, Stanford: Stanford Univ. Press, 2007.
- Baudrillard, Jean. *The Consumer Society: Myths and Structures*, Los Angeles: SAGE, 2012.
- Britton, Stephen. *The Political Economy of Tourism in the World Third*. *Annals of tourism Research* 9 (3) (1992): 331-345.
- Detik Travel. "Wisata Halal Bisa Membuat Indonesia sebagai Pusat Industri Halal Dunia," <https://travel.detik.com/travel-news/d-4510193/wisata-halal-bisa-membuat-indonesia-sebagai-pusat-industri-halal-dunia>(diakses 16 Desember 2018).
- Dream.co.id. "Daftar Masjid/Mushollah di Nusa Tenggara Barat," <https://www.dream.co.id/sim/nusa-tenggara-barat/index13.html>(diakses 16 Desember 2018).
- Haryatmoko. *Critical Discourse Analysis: Landasan Teori, Metodologi dan Penerapan*, Jakarta: RajaGrafindo Persada, 2016.
- *Membongkar Rezim Kepastian: Pemikiran Kritis Post-Strukturalis*, Yogyakarta: Kanisius, 2016.

²³ L. Rudy Rustandi, "Distruksi Nilai Keagamaan dan Komodifikasi Agama di Era Digital" Sangkep: Jurnal Kajian Sosial Keagamaan, Vol.3, No. 1 (2020), 26.

- Indoproggress. "Konservasi Kepentingan melalui BOP," <https://indoproggress.com/2016/11/konservasi-kepentingan-melalui-bop/>(diakses 16 Desember 2018).
- Kementrian Pariwisata. "Indonesia Sapu Bersih 12 Kategori World Halal Tourim Award," <http://www.kemenpar.go.id/post/indonesia-sapu-bersih-12-kategori-world-halal-tourim-award-2016>(diakses 16 Desember 2018).
- Mowforth, Martin dan Munth. *Tourism and Sustainability: Development, globalisation and new tourism in the Third World* (UK: Routledge, 2015):85- 100
- Rahma, Toputubun. "Narasi Industri Pariwisata Halal di Jepang dan German," Jurnal Sosiologi Reflektif: Vol.14, No 2 (April 2020): 287-305
- Rahmadani, Gema. "Halal dan Haram dalam Islam,"*Jurnal Ilmiah Penegakan Hukum 2*, no.1 (Juni, 2015), 20-26.
- Rustandi, L. Rudy. "Distrupsi Nilai Keagamaan dan Komodifikasi Agama di Era Digital" Sangkep: Jurnal Kajian Sosial Keagamaan,Vol.3, No. 1 (2020): 23-34.
- Saukko, Paula. *Doing Research In Cultural Studies*. London: Sage, 2003.
- Sofronov, Bogdan. "The Development Of The Travel And Tourism Industry In The World,"*Annals of Spiru Haret University Economic Series* 18. 4(December 2018) 123-137.
- Universitas Gadjah Mada. "Konsep dan Ruang Lingkup Wisata Halal," <https://wisatahalal.sv.ugm.ac.id/2018/08/23/konsep-dan-ruang-lingkup-wisata-halal/>(diakses 16 Desember 2018).
- Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang. "Agama dan Kekerasan Membongkar Wacana Fundamentalisme Agama," <https://www.uin-malang.ac.id/r/150701/agama-dan-kekerasan-membongkar-wacana-fundamentalisme-agama.html>(diakses 16 Desember 2018).