

## HALAL TOURISM IN INDONESIA (CASE STUDY OF DOMESTIC TOURISTS)

Aula Nurul Ma'rifah<sup>1</sup>, M. Nasor<sup>2</sup>, Erike Anggraeni<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, Indonesia

<sup>2,3</sup> Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung, Indonesia

<sup>1</sup>[aulanurul15@gmail.com](mailto:aulanurul15@gmail.com), <sup>2</sup>[nasor@radenintan.ac.id](mailto:nasor@radenintan.ac.id), <sup>3</sup>[erike@radenintan.ac.id](mailto:erike@radenintan.ac.id)

### ABSTRACT

*In increasingly global development, the business climate is always growing. Likewise in the tourism business or the tourism industry. Halal tourism has emerged as a new concept in tourism. Halal tourism is tourism with a concept to facilitate Muslims to worship and avoid non-halal activities on their tour. However, halal tourism is not solely exclusive to Muslims but is open to all communities regardless of religious background. The concept is an opportunity, including Indonesia, which has a Muslim majority population. This study aimed to examine how the views of domestic tourists in Indonesia regarding halal tourism. The population in this study was the number of tourists traveling with pure tourism during the 2018 period of 130.008.566. While the samples of this study were taken by using the Slovin technique with a 5% margin error so that the sample in this study was 400 samples. The data collection technique was conducted by using primary data with written interviews with Indonesian residents who have traveled more than 2 times a year. The results of this study showed that most respondents representing domestic tourists in Indonesia gave positive responses related to the concept of halal tourism and the application of halal tourism in Indonesia. Tourists assume that halal tourism will not be an obstacle to national tourism. Moreover, this concept will be able to provide Muslim and non-Muslim comfort simultaneously.*

**Keywords:** *Halal Tourism, Indonesia*

### ABSTRAK

Dalam perkembangan global yang semakin meningkat, iklim bisnis selalu tumbuh. Demikian juga dalam bisnis pariwisata atau industri pariwisata. Pariwisata halal telah muncul sebagai konsep baru dalam pariwisata. Pariwisata halal adalah pariwisata dengan konsep untuk memfasilitasi umat Islam untuk beribadah dan menghindari kegiatan non-halal dalam tur mereka. Namun, pariwisata halal tidak hanya eksklusif untuk umat Islam tetapi terbuka untuk semua komunitas tanpa memandang latar belakang agama. Konsep ini adalah peluang, termasuk Indonesia, yang memiliki populasi mayoritas Muslim. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana pandangan wisatawan domestik di Indonesia mengenai pariwisata halal. Populasi dalam penelitian ini adalah jumlah

wisatawan yang bepergian dengan pariwisata murni selama periode 2018 sebesar 130,008.566. Sedangkan sampel penelitian ini diambil dengan menggunakan teknik Slovin dengan margin error 5% sehingga sampel dalam penelitian ini adalah 400 sampel. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan data primer dengan wawancara tertulis dengan penduduk Indonesia yang telah melakukan perjalanan lebih dari 2 kali setahun. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden yang mewakili wisatawan domestik di Indonesia memberikan tanggapan positif terkait konsep wisata halal dan penerapan pariwisata halal di Indonesia. Wisatawan menganggap bahwa pariwisata halal tidak akan menjadi hambatan bagi pariwisata nasional. Selain itu, konsep ini akan dapat memberikan kenyamanan Muslim dan non-Muslim secara bersamaan.

**Kata kunci: Wisata Halal, Indonesia**

## PENDAHULUAN

Dalam perkembangan yang semakin global, iklim bisnis tumbuh dari waktu ke waktu. Bisnis yang merupakan suatu kegiatan terorganisir untuk menyediakan barang dan jasa untuk memperbaiki kualitas hidup menjadi hal penting dalam kehidupan manusia (Gloss, 1984). Terlebih, bisnis memiliki tujuan akhir berupa profit atau laba (Griffin & Ebert, 2005). Artinya, setiap kegiatan terorganisir untuk menghasilkan barang maupun jasa dengan tujuan akhir laba termasuk dalam bisnis. Hal tersebut juga termasuk dalam sektor pariwisata. Pariwisata yang didalamnya terdapat berbagai produk pariwisata berupa barang dan jasa termasuk dalam bisnis.

Pariwisata merupakan sebuah bisnis terutama untuk para pemangku kepentingan baik pemerintah, pengelola pariwisata, maupun pengelola sektor penunjang pariwisata. Kegiatan pariwisata dianggap sebagai sejumlah hubungan antar fenomena yang timbul dari perjalanan dan tidak membuat tempat tinggal maupun aktivitas bersifat penghasil. Sedangkan pariwisata sendiri dianggap sebagai suatu produk dan perilaku khususnya pada hal ekonomi (Franklin & Crang, 2001).

Pertumbuhan pariwisata sangat berkaitan erat dengan pergerakan wisatawan. Sifat penting dari suatu pergerakan wisatawan baik domestik maupun mancanegara menjadi suatu acuan bagi para pihak terkait khususnya para pihak dalam dunia pariwisata (Sunarto, 2013). Hal tersebut menunjukkan bahwa pariwisata tidak akan berjalan tanpa

adanya wisatawan. Kegiatan pariwisata dilakukan individu maupun sekelompok orang untuk mengunjungi suatu lokasi tertentu dengan tujuan pengembangan diri, rekreasi, maupun untuk menikmati daya tarik wisata untuk sementara waktu serta menggunakan berbagai produk pariwisata berupa jasa, biro perjalanan, akomodasi, dan lain sebagainya.

Bagaimana pariwisata dapat berkembang akan ditentukan oleh permintaan dan penawaran seperti ekonomi pada umumnya. Kebutuhan wisatawan dalam melakukan perjalanan wisata menjadi suatu bagian yang tidak dapat dilewatkan. Berbagai faktor pendorong wisatawan muncul mulai dari faktor motivasi, psikologis, ekonomi, status sosial, bahkan politik dan keamanan. Wujud nyata kebutuhan wisatawan seperti memanfaatkan waktu luang, menghadiri kegiatan tertentu, menonton acara olahraga, dan lain sebagainya (Judisseno, 2017).

Melihat bagaimana permintaan wisatawan dalam memutuskan perjalanan wisata maka sisi penawaran harus dilakukan oleh semua pemangku kepentingan pariwisata (Crouch, 2007). Hal tersebut meliputi *supporting factors & resources, core resources and attractors, destination management, destination policy, planning, and development*, dan *qualifying and amplifying determinants*. Penawaran pariwisata menjadi sebuah fenomena yang kompleks dalam hal produk serta bagaimana proses mendapatkannya yang mana produk tersebut tidak bisa disimpan. Selain itu, produk dan jasa dalam pariwisata tidak dapat diuji kecuali setelah membeli produk perjalanannya (Judisseno, 2017). Sehingga untuk mengkonsumsi dan menilai suatu produk pariwisata maka wisatawan harus melakukan perjalanan.

Bagaimana perkembangan pariwisata secara global, melihat hubungan permintaan dan penawaran dalam pariwisata, serta bagaimana pariwisata berkembang memperlihatkan bahwa pariwisata semakin hari akan terus tumbuh. Produk-produk pariwisata akan terus bertambah serta permintaan dari wisatawan akan semakin kompleks. Belakangan, sebuah konsep pariwisata baru telah muncul yaitu *halal tourism* atau pariwisata halal. Konsep ini muncul untuk memudahkan wisatawan Muslim dalam melakukan perjalanannya. Pariwisata halal telah menjadi suatu trend dalam ekonomi global (Kadir, 2015). Dengan tingginya penduduk Muslim dunia dengan total lebih dari 1,6 miliar maka menjadi sebuah potensi tersendiri untuk mengembangkan pariwisata halal. Terlebih, pariwisata internasional menunjukkan bahwa terdapat 131 juga

wisatawan Muslim yang melakukan perjalanan (Alwafi, 2018). Angka tersebut menjadi suatu pasar potensial dalam pengembangan pariwisata bahkan pariwisata halal telah muncul sebagai peluang negara mayoritas non-Muslim maupun Muslim (Sanchez & Perano, 2018).

Negara-negara seperti Malaysia, Turki, Singapura, dan Indonesia telah memasuki pariwisata dengan sebuah konsep pariwisata halal yang sesuai dengan syariat serta terbuka untuk umum. Artinya, pariwisata halal terbuka untuk semua kalangan dari berbagai latar belakang agama dan budaya yang berbeda (Ahmed & Akbaba, 2018).

*Halal tourism* atau pariwisata halal tidak hanya membicarakan suatu destinasi pariwisata semata melainkan makanan dan minuman, hotel, fasilitas, pelayanan, dan semua produk pariwisata yang disesuaikan dengan syariat Islam sehingga kebutuhan wisatawan Muslim dapat terpenuhi tanpa mengurangi kebutuhan ataupun kenyamanan wisatawan non-Muslim (Suid, Nor, & Omar, 2017). Bahkan, negara-negara dengan minoritas Muslim seperti Thailand, Australia, dan Korea Selatan telah mengambil peluang dengan konsep tersebut seperti Thailand dengan membuat sebuah pusat riset bernama *The Halal Science Center Chulalongkorn University*, Australia yang mengeluarkan program untuk pariwisata halal melalui *Queensland Tourism*, dan Korea Selatan yang menyiapkan paket pariwisata halal (Kementerian Pariwisata, 2015). Hal ini menunjukkan bahwa pariwisata halal muncul sebagai industri yang menguntungkan baik bagi negara mayoritas maupun minoritas Muslim.

Kegiatan dalam pariwisata halal bukan suatu kegiatan yang berfokus pada konteks ziarah keagamaan atau mengunjungi situs keagamaan namun diiringi dengan memperkenalkan budaya lokal maupun daya tarik lokal dalam setiap perjalanan wisata (Butler, O’Gorman, & Prentice, 2012). Perkembangan dalam pariwisata halal telah memiliki tujuan untuk Muslim maupun non-Muslim terlebih mengingat manfaatnya yang tidak terbatas. Konsep pariwisata halal yang terbuka untuk semua kalangan namun tetap mengutamakan kenyamanan beribadah wisatawan Muslim memunculkan sebuah penekanan mengenai pentingnya produk dan layanan pariwisata sesuai dengan standar syariah meningkat dari waktu ke waktu (Jaelani, 2017).

Produk dan layanan halal menjadi populer, tidak hanya dikalangan umat Islam saja namun diantara orang-orang dari kepercayaan lain karena produk halal telah dikenal akan kualitasnya. Terlebih, industri halal telah menciptakan lingkungan yang memungkinkan untuk saling menghormati dan kerjasama yang jujur (Candra, 2014).

Peran agama menjadi sesuatu yang melekat dalam pariwisata tanpa mengurangi kenyamanan wisatawan sendiri bahkan menjadi nilai lebih untuk melakukan perjalanan wisata. Di Indonesia sendiri seperti yang telah disebutkan bahwa telah memasuki pariwisata dengan konsep halal merupakan suatu peluang maupun tantangan. Negara Indonesia yang memiliki penduduk mayoritas Muslim telah mendapatkan berbagai penghargaan seperti pada *World Halal Tourism Award* tahun 2016 dimana Indonesia mendapatkan 12 penghargaan (World Halal Tourism Award 2016). Pada tahun sebelumnya juga, Indonesia mendapatkan tiga buah penghargaan pada *World Halal Travel Award* serta pada tahun 2019 telah ditetapkan sebagai lokasi dengan destinasi wisata halal terbaik dunia standar Global Muslim Travel Index. Lalu, dengan banyaknya penghargaan serta potensi pariwisata halal, bagaimanakah pandangan wisatawan domestik Indonesia terhadap keberadaan *halal tourism*? Sehingga penelitian ini muncul untuk melihat bagaimana tanggapan wisatawan domestik Indonesia dalam melihat konsep *halal tourism*.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### **Pariwisata**

Pariwisata adalah suatu kegiatan seseorang atau individu yang melakukan perjalanan yang berbeda dari kesehariannya (World Tourism Organization). Pada sebuah teori yang dikemukakan oleh Mathioson & Wall menyatakan bahwa pariwisata merupakan perpindahan sementara dengan tujuan diluar rumah (Mathieson & Wall dalam Thrumoorthi & Mun, 2015).

Selain itu, pariwisata juga dianggap sebagai perjalanan individu maupun kelompok dengan tujuan untuk melakukan kegiatan menyenangkan atau rekreasi (Undang-undang RI No 10 Tahun 2009).

## **Pariwisata Halal**

Pariwisata halal merupakan sebuah bentuk pariwisata yang mempresentasikan aktivitas yang telah diizinkan dalam ajaran Islam baik dari makanan, minuman, pakaian, perilaku, dan lain sebagainya (Kassem & Scott, 2010). Pariwisata halal memperlihatkan bagaimana peran agama dalam konteks pariwisata, nilai-nilai Islam yang menjadi sebuah landasar agar mampu memberikan kepuasan wisatawan (Putra dkk, 2016). Artinya, pariwisata halal atau *halal tourism* merupakan sebuah konsep pariwisata dengan segala kenyamanan dan kemudahan untuk beribadah bagi wisatawan beragama Islam namun tidak mengurangi kenyamanan wisatawan beragama lain. Pariwisata halal terbuka untuk umum dengan berlandaskan nilai-nilai Islam atau syariat Islam.

## **Rumusan Masalah**

Rumusan masalah ini adalah bagaimana pandangan wisatawan domestik di Indonesia mengenai pariwisata halal atau *halal tourism*.

## **Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pariwisata halal di Indonesia dan bagaimana pandangan wisatawan domestik terhadap pariwisata halal.

## **METODE**

Penelitian yang dilakukan mengenai pariwisata halal di Indonesia merupakan suatu penelitian kualitatif dan penelitian ini merupakan suatu penelitian lapangan yaitu dengan terjun langsung pada objek penelitian. Metode pengambilan data dilakukan dengan wawancara tertulis kepada sampel penelitian yang merupakan penduduk Indonesia yang pernah melakukan perjalanan lebih dari 2 kali dalam satu tahun.

Sumber data dalam suatu penelitian merupakan suatu subjek darimana data dapat diperoleh (Arikunto, 2006). Penelitian yang dilakukan bersumber dari data primer dimana data primer sendiri merupakan sumber yang diperoleh langsung dari sumber asli untuk dilakukan penelitian lebih lanjut baik berupa opini, observasi, maupun lainnya (Indrianto

dkk, 1999). Sehingga dalam penelitian ini akan dilakukan penelitian dengan terjun langsung ke lapangan yaitu melakukan wawancara secara tertulis kepada responden.

Populasi dalam penelitian ini adalah jumlah perjalanan wisata domestik dengan catatan pariwisata murni tanpa diikuti kegiatan lain selama kurun waktu 2018 yaitu sebanyak 130.008.566 perjalanan/wisatawan. Sedangkan pengambilan sampelnya menggunakan teknik Slovin dengan *margin error* 5% sehingga sampel penelitian sebanyak 400 sampel dimana sebanyak 60,2% adalah responden berusia 17-25 tahun, 19,2% berusia diatas 30 tahun, dan 18,9% berusia 25-30 tahun, dan sisanya responden berusia 15-17 tahun. Sampel dalam penelitian ini diambil dari masyarakat indonesia yang telah melakukan perjalanan wisata beberapa kali dalam satu tahun dan memiliki ketertarikan dengan pariwisata tanpa membedakan latar belakang agama, budaya, dan perbedaan lainnya.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar responden mengetahui konsep pariwisata halal atau *halal tourism*. Dengan wawancara tertulis kepada 400 responden, sebagian besar memberikan respon yang positif bahwa mereka cukup memahami tentang pariwisata halal ditujukan untuk umum tanpa membeda-bedakan agama. Responden merasa bahwa pariwisata halal merupakan pariwisata untuk memudahkan umat Islam dalam beribadah terutama beribadah wajib seperti *sholat* dan memakan sesau yang *halal*. Namun tentu masih ada sebagian kecil responden yang berpikir bahwa pariwisata halal hanya untuk Muslim semata serta berbentuk seperti ziarah makam atau mengunjungi situs agama sedangkan kenyataannya, teori menunjukkan bahwa pariwisata halal merupakan konsep yang luas dan dapat dipergunakan untuk sebagian besar produk pariwisata.

Responden menyatakan bahwa dalam pariwisata halal sangat menarik terlebih ketika peneliti memberikan penjelasan bahwa konsep tersebut akan memiliki aktivitas seni, budaya, dan aktivitas lainnya tanpa memberikan celah atas pornoaksi maupun mengarah pada sesau yang musrik. Kemudian, dalam penampilan pramuwisata yang diharuskan berpenampilan sopan menjadi sebuah nilai tambah tersendiri. Konsep tersebut menurut wisatawan domestik sangat menarik dan tidak akan mengurangi kenyamanan

wisatawan bahkan non-Muslim sekalipun. Terlebih, hotel dan restoran yang memberikan kenyamanan beribadah baik dalam ibadah wajib maupun dalam penyediaan kuliner dengan memperkuat kuliner lokal sehingga agama dan budaya menjadi satu.

Kemudian, dalam semua produk pariwisata yang ada dalam *halal tourism* diharuskan tidak adanya aktivitas seperti perjudian, prostitusi, diskotik, dan sebagainya. Dalam wawancara yang dilakukan, responden memberikan jawaban yang positif dan respon yang baik. Bagi mereka, berwisata lebih cenderung menikmati suatu daya tarik seperti alam dan budaya bukan aktivitas yang justru mengarahkan pada hal negatif. Namun, pada kenyataannya masih ada produk pariwisata yang masih menyediakan fasilitas non-halal sehingga produk tersebut tidak dapat masuk kategori *halal tourism*. Tidak hanya itu, dalam biro perjalanan maupun pemandu wisata harus memahami nilai-nilai syariah sehingga bagaimana wisatawan melakukan perjalanan tidak keluar dari koridor-koridor Islam.

Hasil penelitian yang telah dilakukan kepada 400 responden dimana mereka telah mewakili seluruh wisatawan domestik di Indonesia memberikan gambaran bahwa wisatawan domestik telah menilai positif *halal tourism* dan *halal tourism* tidak akan menjadi penghambat perkembangan pariwisata. Bahkan, dengan adanya respon positif tersebut menunjukkan bahwa pariwisata akan memberikan dampak pada pariwisata nasional terutama dalam menarik wisatawan Muslim namun tanpa mengurangi kenyamanan wisatawan non-Muslim. Hal tersebut sesuai dengan teori-teori yang telah disebutkan sebelumnya bahwa pariwisata halal terbuka untuk umum.

## **SIMPULAN DAN SARAN**

### **Kesimpulan**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa wisatawan domestik di Indonesia memberikan respon positif terhadap pariwisata halal dan menganggap bahwa pariwisata halal merupakan sebuah daya tarik tersendiri. Terlebih, pariwisata halal tidak hanya ditujukan untuk Muslim namun ditujukan untuk umum tanpa membedakan latar belakang agama yang berbeda. Sehingga dapat dikatakan bahwa pariwisata halal menjadi daya tarik

tersendiri bagi pariwisata nasional karena pariwisata ini terbuka untuk umum bahkan dapat menjadi jalan untuk memperkenalkan Islam dengan cara yang berbeda.

### **Saran**

Diharapkan kepada pemerintah dan pengelola pariwisata agar dapat memberikan kenyamanan Muslim dalam melakukan ibadahnya selama melakukan perjalanan wisata. Kemudian, diharapkan agar seluruh masyarakat memahami bahwa pariwisata halal tidak eksklusif untuk Muslim semata namun pariwisata yang terbuka untuk umum tanpa membedakan agama yang dianut.

### **Daftar Pustaka**

- Ahmed, J Mohammed dan Atilla Akbaba. The Potential of Halal Tourism in Ethiopia: Opportunities, Challenges, and Prospects. *International Journal of Contemporary Tourism Research* Vol. 1 tahun 2018 doi 10.30625
- Alfonso, Vargas-Sanchez dan Mirko Perano. 2018. Halal Tourism Through the Lens of Generation Z in a Muslim Majority Country: Implications on Tourist Services. *International Journal of Business and Management* Volume 13 Nomor 9 ISSN 1833-8119 doi:10.5539
- Butler, O'Gorman, Prentice. 2012. Destination Appraisal for European Cultural Tourism to Iran. *International Journal of Tourism Research*.
- Alwafi. Potensi dan Prospek Wisata Halal Dalam Meningkatkan Perekonomian. *Jurnal Sospol* Vol.4 No.2 Desember 2018.
- Candra. Halal Tourism: a New Goldmine for Tourism. *International Journal of Business Management and Research IJBMR* Volume 4, 2014.
- Crouch. Modeling Destination Competitiveness: a Surey and Analysis of the Impact of Competitiveness Atttributes. CRS for Sustainable Tourism Pty Ltd 2007, Queensland, Australia.
- Franklin, Adrian & Crang Mike. 2001. The Trouble With Tourism and Travel Theory. Sage Publication London Volume 1 Issue 1. Pp 5-22
- Gloss, E Raymond. 1984. Business: its Nature and Environment: An Introduction. Ohio: South-Western Publishing
- Griffin, W Ricky & Ebert J Ronald. 2005. Business. New Jersey: Prentice Hall.
- Indriantoro, Nur, dan Bambang Supono. 1999. Metodologi Penelitian Bisnis Untuk Akuntansi dan Manajemen. Yogyakarta: BPFE UGM
- Jaelani, Aan. 2017. Halal Tourism Industry in Indonesia : Potential and Propects. *International Review of Management and Marketing* Volume 7 ISSN 2146-4405

- Juddisseno, K Rimsy. 2017. *Aktivitas dan Kompleksitas Kepariwisata: Mengkaji Kebijakan Pembangunan Kepariwisata*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.
- Kadir, Abdul. *Laporan Akhir: Kajian Pengembangan Pariwisata Syariah*. Kementerian Pariwisata, 2015
- Kassem & Scott. 2010. *Tourism and Islamic Law: Tourism in the Muslim World*. Kementerian Pariwisata, 2015
- Mathieson & Wall dalam Thinarenjeney Thirumoorthi and Brian Wong Kee Mun, *Tourism Theories*, (Kuala Lumpur: UM Press, 2015
- Putra dkk, *Understanding Muslim Customer Satisfaction With Halal Destinations: The Effect of Traditional and Islamic Values* (The European Proceedings of Social & Behavioural Sciences EpSBS, 2016)
- Suharsimi Arikunto. 2013. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Suid, Nor, and Omar. A Review on Islamic Tourism and the Practical of Islamic Attributes of Destination in Tourism Business. *International Journal in Business and Social Sciences* 2017 Vol. 7 No. 12 doi 10.6007 issn 222-6990.
- Sunarto. 2003. *Manajemen Pemasaran*. Yogyakarta: BPFE-UST.
- World Tourism Award 2016
- World Tourism Organization, [unwto.org](http://unwto.org)