

# MEMAHAMI KEBUTUHAN WISATAWAN MUSLIM DALAM BERWISATA

**Yuli Arisanti**

Sekolah Tinggi Pariwisata Ambarrukmo, Yogyakarta, Indonesia

Email: [arisanti@stipram.ac.id](mailto:arisanti@stipram.ac.id)

## **ABSTRACT**

*Moslem people have certain needs when travel either for tourism or other purposes. Halal tourism grows fast internationally and the muslim traveler needs should be accommodated for those targeting muslim traveler. The purpose of this research is to gain better understanding about muslim consumer behavior and muslim traveler needs. Literature review and observation have been conducted to collect information, analyzed it and then written it. Muslim traveler needs prayer space facilities and halal food and beverages as the most priority. Hotel accommodation, public facilities, social environment which are muslim friendly are the next needs for muslim traveler. Application and technology are helpful and will make traveling more convenience. The recommendation for tourism and hospitality industry who targeting muslim traveler should improve and provide the needs and what become concern for muslim traveler. Thus tourism industry could satisfy muslim traveler and raise their visit.*

**Keywords:** *Muslim Traveler; Consumer Behavior; Halal Tourism; Muslim Friendly Tourism*

## **PENDAHULUAN**

Pasar perjalanan wisata muslim adalah salah satu pasar yang tumbuh sangat cepat di dunia dan memiliki potensi yang besar, namun demikian ternyata relatif belum dimanfaatkan. Menurut *Global Muslim Travel Index*, pada tahun 2026 kontribusi sektor wisata halal terhadap ekonomi global akan melonjak 35% menjadi US\$300 milyar naik dari US\$220 milyar pada tahun 2020. Pada saat itu wisatawan muslim secara global diperkirakan akan tumbuh menjadi 230 juta, yang merupakan lebih dari 10 persen wisatawan dunia (Khullar, 2019). Dalam melakukan perjalanan orang biasanya akan menghadapi

berbagai tantangan. Misalnya lingkungan yang kurang dikenal dengan baik, tidak mengetahui tempat makan yang aman dan sesuai selera, tidak banyak mengenal orang di daerah itu, tidak tahu fasilitas umum apa saja yang ada di daerah yang dikunjungi, dan lain-lain. Bagi seorang muslim, dalam melakukan perjalanan baik untuk keperluan wisata, bisnis dan sebagainya terdapat berbagai hal yang menjadi perhatian terkait dengan peraturan dan ketentuan dalam keyakinan yang dianutnya. Misalnya untuk memperoleh makanan yang tidak mengandung babi. Berwisata dan melakukan perjalanan bagi seorang muslim harus dilakukan

dengan kehati-hatian dan ketelitian agar bisa berjalan lancar dan nyaman dengan tetap mematuhi ajaran Islam. Tidak jarang wisatawan muslim mengalami ketidaknyamanan dalam melakukan perjalanan atau wisata karena kurangnya fasilitas untuk solat, jadwal wisata yang tidak mendukung untuk mengerjakan solat dan lain-lain.

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui kebutuhan wisatawan muslim dalam berwisata. Manfaat dari penelitian ini adalah untuk meningkatkan pemahaman bagi pelaku usaha pariwisata akan kebutuhan wisatawan muslim serta meningkatkan kepuasan bagi wisatawan muslim. Pelaku usaha wisata di daerah tujuan juga akan meningkat kunjungan wisatawannya dari pasar muslim serta meningkatkan pendapatan ekonomi.

#### **TINJAUAN PUSTAKA**

Wisata menurut Undang-Undang No. 10 tahun 2009 adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau kelompok dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, pengembangan pribadi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam waktu sementara. Sedangkan wisatawan adalah orang melakukan perjalanan wisata (Kemenkumham, 2009).

Menurut UNWTO wisata merupakan kegiatan orang untuk bepergian dan tinggal di luar dari lingkungan biasanya selama kurang dari satu tahun untuk keperluan liburan, bisnis dan sebagainya. Wisata halal adalah obyek atau tindakan wisata yang

diperbolehkan menurut ajaran Islam untuk dipergunakan oleh umat Islam dalam industri pariwisata (Battour & Ismail, 2016). Wisata halal menghindari hal yang haram atau dilarang oleh ajaran Islam seperti minuman beralkohol, judi, makanan yang haram serta aktivitas yang dilarang agama (Berakon et al., 2021). Pengertian halal adalah sesuatu yang boleh dikerjakan dan sesuai dengan syariah atau hukum Islam dan jika dikerjakan tidak mendapat sanksi atau dosa sedangkan antonimnya adalah segala sesuatu yang dilarang dikerjakan oleh syariah. Jika ditinggalkan mendapat pahala dan jika dikerjakan mendapat sanksi atau dosa. Terkait dengan konsep halal ini, mempengaruhi perilaku konsumen dan wisatawan muslim dalam mengambil keputusan untuk membeli dan mengkonsumsi produk. Perilaku konsumen adalah perilaku yang dilakukan dalam mencari, membeli, mengkonsumsi, mengevaluasi suatu barang dan jasa (Schiffman & Kanuk, 2010). Wisatawan muslim cenderung menghindari tempat yang kurang tersedia fasilitas esensial terkait dengan kebutuhannya dalam menjalankan kebiasaan ajaran Islam.

Kebutuhan wisatawan muslim yang dimaksud dalam penelitian ini adalah kebutuhan yang berkaitan dengan fasilitas yang memenuhi persyaratan ajaran agama Islam selama berwisata (Katuk et al., 2021). Ajaran Islam menggunakan peraturan yang bersumber dari kitab suci Al Quran dan sabda Rasulullah SAW.

Ajaran agama Islam memiliki pengaruh yang signifikan terhadap sikap, kebiasaan dan perilaku sehari-hari

penganutnya, termasuk dalam hal mengkonsumsi produk dan jasa termasuk dalam berwisata.

Untuk memenuhi kebutuhan selama berwisata ini wisata halal atau wisata ramah muslim menjadi pilihan bagi umat muslim. Meskipun demikian, tidak semua muslim mempunyai pemikiran dan pemahaman yang sama mengenai penerapan hukum Islam (syariah) dalam kehidupannya. Heterogenitas pemahaman Islam dan mempraktekannya tergantung pada tingkat religiusitas, sejarah, tren sosial serta budayanya (Vargas-Sánchez & Moral-Moral, 2019).

Ajaran Islam memerintahkan umatnya untuk mengkonsumsi produk yang halal dan baik sebagaimana tertuang dalam Surat Al Maidah ayat 88, *Dan makanlah yang halal lagi baik (thayib) dari apa yang telah Allah rezekikan kepadamu, dan bertakwalah kepada Allah dan kamu beriman kepadaNya*. Yang terdapat di muka bumi ini pada dasarnya adalah halal kecuali yang dilarang secara tegas dalam Al Quran dan hadits (Soesilowati & Yuliana, 2013). Makanan haram tertuang dalam Al Quran antara lain pada Surat Al Maidah ayat 3, *“Diharamkan bagimu (memakan) bangkai, darah, daging babi, (daging hewan) yang disembelih atas nama selain Allah, yang tercekik, yang terpukul, yang jatuh, yang ditanduk, dan diterkam binatang buas, kecuali yang sempat kamu menyembelinya dan (diharamkan bagimu) yang disembelih untuk berhala...”*. Islam juga melarang umatnya untuk meminum minuman beralkohol.

Untuk keperluan menginap, hotel syariah menjadi pilihan yang sesuai bagi wisatawan muslim yang peduli dengan ketentuan ajaran Islam. Pada prinsipnya hotel syariah adalah hotel yang memenuhi kriteria antara lain tidak memberikan layanan apapun yang bertentangan dengan syariah atau hukum agama Islam, tidak mengizinkan menginap bagi pasangan yang bukan mahram, makanan hotel terjamin kehalalannya, tidak menyediakan minuman beralkohol, untuk keperluan perbankan menggunakan fasilitas perbankan syariah (Yasin, 2018). Selain itu staf hotel berpakaian menutup aurat, staf perempuan memakai hijab. Fasilitas umum seperti toilet terpisah antara laki-laki dan perempuan. Untuk mendapatkan produk dan jasa halal selama berwisata, wisatawan muslim bersedia untuk mengeluarkan dana lebih demi kenyamanan dan terjaganya mereka dari hal yang haram.

## METODE PENELITIAN

Penelitian mengenai kebutuhan wisatawan muslim dalam berwisata dilakukan dengan menggunakan metode kualitatif. Penelitian pustaka dilakukan dengan mencari dan mengumpulkan informasi yang berasal dari artikel jurnal penelitian dan penelusuran informasi melalui internet. Data kemudian dianalisis dan disajikan. Pengamatan juga dilakukan di *google play* untuk mencari tahu aplikasi yang mendukung wisata halal.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Dari hasil pengkajian literatur diketahui kebutuhan wisatawan muslim sebagai berikut:

1. Ruangan atau tempat untuk solat (*prayer room*) adalah prioritas utama. Ruangan bisa berupa masjid, musola, atau ruangan khusus yang bisa dipergunakan untuk solat. Hal ini karena solat adalah kewajiban yang harus dilakukan setiap hari dan menjadi perhatian umat muslim (Saville & Mahbubi, 2021). Solat wajib dilakukan lima kali sehari pada waktu tertentu apapun kondisinya didahului dengan bersuci. Sehubungan dengan solat ini fasilitas terkait juga dibutuhkan seperti sajadah atau karpet, petunjuk arah kiblat, fasilitas wudhu, area terpisah laki-laki dan perempuan serta toilet yang ramah muslim. Sebelum solat seorang muslim harus bersuci menggunakan air maka keberadaan fasilitas wudhu dan toilet yang bersih dengan ketersediaan semprotan air menggunakan tangan lebih disukai daripada toilet kering yang menggunakan tissue. (Al-Ansi et al., 2021). Fasilitas ini bisa didapati di airport dan tempat umum di negara dengan mayoritas penduduk muslim seperti Indonesia dan Malaysia.
2. Makanan dan minuman halal. Pemberian label halal oleh lembaga sertifikasi halal pada produk makanan dan minuman sangat penting bagi wisatawan

muslim untuk memudahkan dalam mengidentifikasi kehalalan produk yang akan dikonsumsi. Di Indonesia lembaga yang berwenang memberikan sertifikasi halal adalah Majelis Ulama Indonesia (MUI). Di berbagai negara mayoritas maupun minoritas muslim sudah mempunyai lembaga sertifikasi halal yang berkompetensi serupa. Begitu pentingnya makanan dan minuman halal ini sehingga tidak jarang wisatawan muslim membawa sendiri makanan dan minumannya daripada makan di restoran yang belum jelas kehalalannya. Hal ini mengurangi kenyamanan dalam berwisata karena dirasa kurang praktis. Beberapa restoran *franchise* internasional telah menyadari pentingnya hal ini dan mereka telah menyediakan produk halal di beberapa outletnya di negara minoritas muslim misalnya seperti Kentucky Fried Chicken (KFC), sandwich di Subway, Pizza Express, dan lain-lain (Battour & Ismail, 2016). Sedangkan di Indonesia restoran *franchise* untuk keluarga biasanya sudah mempunyai sertifikasi halal seperti Mc. Donald, KFC, Starbuck, dan lain-lain.

3. Akomodasi halal ataupun akomodasi ramah muslim. Hotel yang halal yang betul-betul sesuai dengan syariah relatif tidak mudah untuk ditemui. Namun setidaknya akomodasi yang ramah muslim

bisa mengakomodasi kebutuhan wisatawan muslim. Hotel yang ramah muslim *nice to have* jika memiliki fasilitas antara lain toilet yang mudah digunakan untuk berwudhu dan membersihkan diri setelah selesai buang air, tersedianya pelayanan bagi yang berpuasa Ramadhan, tersedia arah kiblat, tersedia Al Quran dan sajadah serta menyediakan makanan dan minuman halal. Pada hotel yang ramah muslim masih ada yang menyediakan bar minuman beralkohol dan hiburan malam, namun letaknya terpisah.

4. Lingkungan sosial dan fasilitas umum ramah muslim. Fasilitas umum misalnya adalah pusat informasi bagi turis (*tourist information center*), toilet, restoran, tempat wisata, mall, rest area, airport, alat transportasi dan lain-lain. Di tempat fasilitas umum tersebut wisatawan muslim memerlukan fasilitas esensial seperti toilet yang menggunakan semprotan air untuk membersihkan diri. Ketika toilet hanya tersedia tisu dan tidak tersedia semprotan air maka wisatawan muslim akan mencari air misalnya dengan memakai botol berisi air untuk membersihkan diri. Pada beberapa budaya misalnya budaya Timur Tengah membutuhkan transportasi umum yang memberikan *privacy*, pemisahan gender penumpang, atau yang bukan mahram tidak bercampur. Staf di pusat informasi wisata (*tourist information center*),

pemandu wisata lokal, staf restoran lokal perlu mengetahui pengetahuan tentang kehalalan sehingga memudahkan wisatawan muslim mendapatkan informasi dan memperoleh produk dan jasa yang tepat sesuai dengan preferensinya.

5. Jasa wisata dan *hospitality* yang memahami kebutuhan wisatawan muslim. Agen perjalanan wisata (*travel agent*) mengatur jadwal perjalanan wisata yang memungkinkan bagi wisatawan muslim untuk berhenti sejenak guna melaksanakan solat. Agen juga memilihkan hotel, restoran dan destinasi wisata yang menyediakan makanan halal, tempat solat dan toilet menggunakan air. Lokasi wisata dipilihkan yang kondusif bagi wisatawan muslim seperti lokasi yang tidak ada kasino tempat perjudian, diskotik, bar tempat dijualnya minuman beralkohol, daerah dekat dengan hiburan malam dan lain-lain. Restoran menyediakan staf yang sudah dibekali dengan pengetahuan makanan dan minuman halal serta penanganannya, staf berpakaian dengan *dress code* rapi dan sopan tidak memperlihatkan aurat terbuka atau ketat sehingga tamu muslim nyaman berinteraksi. Privasi seperti pemisahan antara laki-laki dan perempuan serta orang yang bukan mahram akan sangat mendukung wisata halal.

6. Aplikasi dan teknologi yang mendukung wisata halal. Wisatawan muslim akan terbantu dengan adanya aplikasi terjemah bahasa untuk bisa berkomunikasi menyampaikan kebutuhan akan produk halal di negara minoritas muslim seperti Jepang, Cina, Korea Selatan. Aplikasi pencari restoran makanan halal (*halal food finder*), pencari lokasi masjid terdekat, jadwal solat dan petunjuk arah kiblat untuk solat sangat membantu. Di Google play sudah ada aplikasi semacam itu misalnya Halallocal. Aplikasi scan *barcode* pada produk makanan dan minuman untuk mengetahui kehalalannya juga ada di google play seperti Mufco. Gaya hidup muslim ada pada aplikasi Ummah.

### KESIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan dapat disimpulkan bahwa wisatawan muslim membutuhkan ketersediaan fasilitas tempat solat, makanan serta minuman halal sebagai prioritas utama dalam berwisata. Akomodasi hotel, lingkungan sosial dan fasilitas umum yang ramah muslim merupakan kebutuhan berikutnya yang menjadi perhatian wisatawan muslim. Aplikasi dan teknologi yang mendukung perilaku muslim dalam melakukan perjalanan akan menambah kemudahan dan kenyamanan bagi wisatawan muslim.

Saran bagi pelaku usaha pariwisata yang menargetkan wisatawan muslim adalah dengan menambah pengetahuan mengenai gaya hidup

muslim dan memahami kebutuhan umat muslim dalam berwisata. Perbaikan dan pemberian fasilitas yang memenuhi kebutuhan wisatawan muslim akan meningkatkan kepuasan mereka sehingga peningkatan kunjungan wisatawan muslim bisa tercapai.

### DAFTAR PUSTAKA

- Al-Ansi, A., Han, H., Kim, S., & King, B. (2021). Inconvenient Experiences among Muslim Travelers: An Analysis of the Multiple Causes. *Journal of Travel Research*, 60(6), 1352–1370. <https://doi.org/10.1177/0047287520934870>
- Battour, M., & Ismail, M. N. (2016). Halal tourism: Concepts, practises, challenges and future. *Tourism Management Perspectives*, 19, 150–154. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2015.12.008>
- Berakon, I., Wibowo, M. G., Nurdany, A., & Aji, H. M. (2021). An expansion of the technology acceptance model applied to the halal tourism sector. *Journal of Islamic Marketing*. <https://doi.org/10.1108/JIMA-03-2021-0064>
- Katuk, N., Ku-Mahamud, K. R., Kayat, K., Abdul Hamid, M. N., Zakaria, N. H., & Purbasari, A. (2021). Halal certification for tourism marketing: the attributes and attitudes of food operators in Indonesia. *Journal of Islamic Marketing*, 12(5), 1043–1062. <https://doi.org/10.1108/JIMA-03-2020-0068>
- Kemenkumham. (2009). *Undang-*

- Undang No 10 tahun 2009.*  
[https://www.dpr.go.id/dokjdih/document/uu/UU\\_2009\\_10.pdf](https://www.dpr.go.id/dokjdih/document/uu/UU_2009_10.pdf)
- Khullar, K. (2019). *Mastercard-CrescentRating Global Muslim Travel Index (GMTI) 2019: Indonesia and Malaysia Take the Top Positions in the Fast Growing Muslim Travel Market.*  
<https://www.mastercard.com/news/ap/en/newsroom/press-releases/en/2019/april/mastercard-crescentrating-global-muslim-travel-index-gmti-2019-indonesia-and-malaysia-take-the-top-positions/>
- Saville, R., & Mahbubi, A. (2021). Assessing Muslim travellers' preferences regarding food in Japan using conjoint analysis: An exploratory study on the importance of prayer room availability and halalness. *Heliyon*, 7(5), e07073. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2021.e07073>
- Schiffman, L. ., & Kanuk, L. L. (2010). *Consumer Behavior* (10th ed.). Prentice Hall.
- Soesilowati, E., & Yuliana, C. (2013). Komparasi Perilaku Konsumen Produk Halal Di Area Mayoritas Dan Minoritas Muslim. *Jurnal Ekonomi Pembangunan LIPI*, 21(2), 49–60.
- Vargas-Sánchez, A., & Moral-Moral, M. (2019). Halal tourism: state of the art. *Tourism Review*, 74(3), 385–399. <https://doi.org/10.1108/TR-01-2018-0015>
- Yasin, N. M. (2018). Kehalalan Produk Wisata Syariah. *Ulama*, 7(17), 53–59.