

Halal Tourism: Is That Muslimah Friendly?

R. Nia Marotina*, Fina Idamatus Silmi, Jena Yulianti

Ekonomi Syariah, STAI Ki Ageng Pekalongan, Indonesia

*niamarotina@gmail.com

ABSTRACT

Halal tourism has grown rapidly in the last decade, becoming one of the most dynamic segments of the global tourism industry. This study highlights the importance of destinations that are friendly to Muslim women, given their significant role in travel planning. The Global Muslim Travel Index (GMTI) 2023 shows that Muslim women-friendly destinations are evaluated based on criteria such as safety, accessibility, sustainability, and religious freedom. This study uses explanatory qualitative methods to analyze whether halal tourism needs to be more attentive to the needs of Muslim women. The results show that countries such as Malaysia, Singapore, and Indonesia rank at the top in providing a safe and supportive environment for Muslim women travelers. This study emphasizes the importance of developing tourism destinations that not only meet halal standards but also accommodate the specific needs of Muslim women, including privacy, security, and access to religious facilities.

ABSTRAK

Kata Kunci:

Pariwisata
Halal; Destinasi;
Ramah
Muslimah

Pariwisata halal telah berkembang pesat dalam dekade terakhir, menjadi salah satu segmen industri pariwisata global yang paling dinamis. Penelitian ini menyoroti pentingnya destinasi wisata yang ramah terhadap perempuan Muslim, mengingat peran mereka yang signifikan dalam perencanaan perjalanan. Global Muslim Travel Index (GMTI) 2023 menunjukkan bahwa destinasi ramah perempuan Muslim dievaluasi berdasarkan kriteria keamanan, aksesibilitas, keberlanjutan, dan kebebasan beragama. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif eksplanatif untuk menganalisis apakah wisata halal perlu lebih memperhatikan kebutuhan perempuan Muslim. Hasil menunjukkan bahwa negara-negara seperti Malaysia, Singapura, dan Indonesia berada di peringkat teratas dalam menyediakan lingkungan yang aman dan mendukung bagi wisatawan perempuan Muslim. Studi ini menegaskan pentingnya pengembangan destinasi wisata yang tidak hanya memenuhi standar halal, tetapi juga mengakomodasi kebutuhan spesifik perempuan Muslim, termasuk privasi, keamanan, dan akses terhadap fasilitas keagamaan.

PENDAHULUAN

Beberapa tahun terakhir, pariwisata telah berkembang menjadi industri yang pesat dan menjadi peluang yang menguntungkan bagi negara-negara yang menjadi tujuan wisata. Perkembangan ini didorong oleh kepentingan nasional untuk meraih keberhasilan ekonomi dari adanya pariwisata dan sebagai bagian dari citra negara di mata dunia (Formansya et al., 2020). Pariwisata bisa diartikan sebagai perjalanan ke suatu tempat

dalam jangka waktu tertentu dengan maksud tertentu, baik oleh individu atau kelompok. Selain itu, wisata diartikan sebagai kegiatan yang bermaksud untuk rekreasi, menyegarkan diri, menambah wawasan, dan sebagainya (Noviantoro & Zurohman, 2020). Sementara itu, Kane menambahkan bahwa pariwisata adalah kegiatan perjalanan sementara yang direncanakan dengan baik untuk mengunjungi tempat-tempat tertentu dengan tujuan berlibur atau bersenang-senang (Kane & Tucker, 2004).

Jenis-jenis wisata sangat bermacam-macam seperti wisata alam, wisata budaya, wisata pendidikan, dan sebagainya (Akib, 2024). Wisata alam menawarkan destinasi yang berkaitan erat dengan alam, seperti keindahan, keunikan, atau kebersihannya. Wisata budaya berfokus pada hal hal yang berhubungan dengan aktivitas atau warisan manusia di suatu tempat tertentu, termasuk adat istiadat, tradisi, pola hidup, situs sejarah, dan interaksi sosial. Di sisi lain, wisata pendidikan menawarkan destinasi yang tidak hanya memberikan hiburan, tetapi juga menyampaikan informasi, pemahaman, dan pembelajaran kepada pengunjungnya.

Dalam dekade terakhir, industri pariwisata juga mengalami lonjakan jumlah wisatawan Muslim di berbagai negara, yang memunculkan konsep pariwisata halal. Salah satu alasan pengembangan model wisata ini adalah populasi Muslim dunia yang mencapai lebih dari 2 miliar orang pada tahun 2020 (Kettani, 2010). Meskipun merupakan konsep yang relatif baru, pariwisata halal sudah memperoleh hasil berupa pertumbuhan fasilitas modern dan citra ramah Muslim dalam pariwisata konvensional, sehingga berkembang pesat secara global (Wahyono & Razak, 2020). Indikator keberhasilan pariwisata halal diukur oleh lembaga multinasional yang menetapkan standar. Dalam hal ini, beberapa menteri pariwisata dan sektor bisnis di berbagai negara membentuk Global Muslim Travel Index (GMTI) sebagai tolok ukur kinerja pariwisata halal (Muis & Aisyah, 2022). GMTI, yang mulai dilaporkan sejak tahun 2008, adalah laporan dan tolok ukur perkembangan industri pariwisata halal di suatu negara.

Indikator pengembangan destinasi halal dalam GMTI didasarkan pada "Model CrescentRating ACES", yang mencakup empat faktor utama: Akses (Access), Komunikasi (Communication), Lingkungan (Environment), dan Layanan (Services) (Reza, 2020). Label halal menjadi pertimbangan bagi sebagian orang untuk membeli sebuah produk karena mayoritas islam dengan prioritas produk berlabel halal, sehingga para pelaku usaha sudah banyak yang menggunakan label halal di kemasan produk untuk bisa meningkatkan daya tarik kosumen (Putri et al., 2022). Perempuan Muslim merupakan bagian penting dari perkembangan pariwisata halal. Dalam pengambilan keputusan kemana dan rencana perjalanan sebagian besar ditentukan oleh perempuan. Ditambah dengan adanya trend dikalangan perempuan muslim yang gencar dalam melakukan solo traveling sehingga permintaan destinasi yang menghormati praktik budaya dan agama serta yang secara aktif mendukung keselamatan wisatawan perempuan khususnya perempuan muslim terus meningkat. Bahasan mengenai wisata halal telah

menjadi tren yang hangat dibicarakan, namun dalam kajian ini hanya difokuskan pada bagaimana dan apakah perlu adanya wisata halal yang ramah perempuan muslim.

METODE

Metode penelitian kualitatif eksplanatif digunakan dalam penelitian ini, dengan menjelaskan bagaimana dan apakah perlu adanya wisata halal yang ramah perempuan muslim. Dalam penelitian ini, penulis juga memanfaatkan data sekunder yang telah dianalisis sebelumnya dan tersedia dalam berbagai format, seperti buku, jurnal, skripsi, artikel, situs web, serta berbagai sumber data lain yang dapat diakses secara offline maupun online (Karjaya, 2020).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Terdapat perubahan pada laporan Global Muslim Travel Index pada tahun 2023 dengan adanya tambahan mengenai destinasi yang ramah pada Perempuan muslim. Ini dapat diartikan sebagai salah satu bentuk bahwa Perempuan muslim juga perlu diperhitungkan. Adapun pembahasannya sebagai berikut (GMTI, 2023):

a. Kriteria utama dalam penilaian destinasi

GMTI menilai destinasi Ramah Perempuan Muslim menggunakan serangkaian kriteria khusus yang terintegrasi ke dalam dimensi Lingkungan model ACES. Kriteria ini berfokus pada:

- 1) Pembatasan Keyakinan: Mengevaluasi bagaimana destinasi mengakomodasi praktik dan pakaian keagamaan tanpa memberlakukan pembatasan.
- 2) Keamanan: Memastikan bahwa destinasi aman bagi wisatawan perempuan, mengatasi masalah mulai dari keselamatan jalan hingga pelecehan.
- 3) Keberlanjutan: Menggabungkan praktik berkelanjutan yang sejalan dengan nilai-nilai wisatawan perempuan Muslim, seperti pilihan wisata ramah lingkungan dan wisata berbasis masyarakat yang menguntungkan masyarakat lokal
- 4) Perjalanan yang mudah diakses: Metrik perjalanan yang mudah diakses juga disertakan dalam perhitungan destinasi ramah perempuan Muslim.

b. Peringkat destinasi yang Ramah Perempuan Muslim (negara non OKI)

Singapura memimpin daftar destinasi Ramah perempuan Muslim dalam kategori non-OKI. Posisi Singapura di puncak menunjukkan keseimbangan yang baik antara lingkungan yang ramah Muslim, keamanan, keberlanjutan, dan kurangnya pembatasan berbasis agama. Negara-negara Asia, Taiwan, Jepang, Korea Selatan, Hong Kong, dan Vietnam mendominasi 10 besar, menandakan pemahaman mereka yang kuat tentang persyaratan wisatawan perempuan Muslim, ditambah dengan standar keselamatan dan keberlanjutan umum yang tinggi. Sementara itu, Eropa diwakili oleh Portugal, Andorra, dan Inggris. Meskipun memiliki skor GMTI yang relatif lebih rendah

daripada rekan-rekan mereka di Asia, komitmen kuat mereka terhadap pariwisata berkelanjutan dan langkah langkah keamanan yang tinggi mengamankan tempat mereka.

Terakhir, Mauritius, satu-satunya perwakilan Afrika, memamerkan lingkungan pulau itu, yang mengakomodasi praktik Muslim dan standar keselamatannya yang signifikan. Perlu disebutkan bahwa destinasi seperti Jepang, Korea Selatan, dan Portugal mendapat skor tinggi dalam keberlanjutan, yang menunjukkan komitmen mereka terhadap pariwisata yang bertanggung jawab. Terakhir, meskipun skor keselamatan umum lebih rendah, Inggris mempertahankan posisi 10 teratasnya, didukung oleh skor GMTI-nya yang tinggi. Analisis ini merangkum bagaimana destinasi non-OKI ini berhasil menumbuhkan lingkungan yang ramah, aman, dan penuh rasa hormat bagi wisatawan perempuan Muslim. Dalam edisi GMTI mendatang, daftar tersebut akan diperluas untuk mencakup peringkat peringkat destinasi yang lebih banyak. **Tabel 1** menyajikan sepuluh negara non OKI dengan destiasi yang ramah perempuan muslim.

Tabel 1. Peringkat 10 Destinasi yang Ramah Perempuan Muslim (Negara Non OKI)

Rank	Destinasi
1	Singapore
2	Taiwan
3	Japan
4	South Korea
5	Hong Kong
6	Mauritius
7	Portugal
8	Vietnam
9	Andorra
10	UK

c. Peringkat destinasi yang Ramah Perempuan Muslim (negara OKI)

Malaysia memimpin destinasi Ramah Perempuan Muslim, menggaris bawahi daya tariknya yang menyeluruh bagi wanita Muslim dalam hal keamanan, tidak ada batasan agama, dan praktik sosial ekonomi yang berkelanjutan. Mengikuti di belakangnya adalah Indonesia, yang skornya hampir sama dengan Malaysia, menandakan upaya komprehensifnya untuk menciptakan lingkungan yang ramah bagi wanita Muslim. Qatar berada di peringkat ketiga, menawarkan tingkat keamanan umum yang tinggi dan tidak ada batasan agama. Arab Saudi

dan Uni Emirat Arab (UEA) melengkapi lima besar, menyediakan lingkungan yang aman dengan kompatibilitas agama yang lengkap.

Destinasi seperti Brunei, Kuwait, Bahrain, Oman, dan Yordania menyoroti berbagai pilihan yang tersedia bagi wisatawan perempuan Muslim di OKI. Meskipun skor keseluruhannya sedikit lebih rendah daripada lima teratas, mereka menawarkan keselamatan yang kuat dan penawaran berbasis agama. Ini menggambarkan perempuan Muslim yang terus berkembang yang bepergian di destinasi OKI dan semakin diakuinya kebutuhan dan preferensi mereka yang berbeda. Meskipun setiap destinasi memiliki daya tarik tersendiri, semuanya telah menunjukkan lingkungan yang nyaman, aman, dan ramah agama bagi wisatawan wanita Muslim. Selain itu, tingkat keamanan umum yang tinggi dan tidak adanya batasan agama secara keseluruhan menunjukkan rasa hormat dan pemahaman terhadap praktik dan budaya agama, yang sangat penting dalam destinasi yang ramah Muslim. [Tabel 2](#) menyajikan sepuluh negara dengan destinasi yang ramah perempuan muslim.

Tabel 2. Peringkat 10 destinasi Ramah Perempuan Muslim (Negara OKI)

Rank	Destinasi
1	Malaysia
2	Indonesia
3	Qatar
4	Saudi Arabia
5	Brunei
6	Kuwait
7	UAE
8	Bahrain
9	Oman
10	Jordan

d. Hal yang mempengaruhi Perempuan Muslim

Dalam perencanaan perjalanan Berdasarkan penilaian dari survei yang diadakan oleh GMTI, terdapat beberapa hal yang mempengaruhi Perempuan muslim dalam perencanaan perjalanan yang diantaranya:

- 1) Perempuan muslim lebih dari 70% sangat terlibat dalam rencana perjalanan keluarga.
- 2) 76% Perempuan muslim menyatakan bahwa tujuan social penting dalam perjalanan mereka

- 3) Keselamatan dan keamanan merupakan perhatian utama. Sebesar 95% Perempuan muslim membutuhkan perjalanan yang nyaman dan bebas dari tindak kejahatan
- 4) Adanya permintaan privasi seperti sebesar 80-90% menyatakan memerlukan mushola khusus perempuan, Sebagian 60% sangat menginginkan adanya spa khusus Perempuan, dan lebih dari 40% menyatakan perlu adanya Pantai khusus Perempuan
- 5) 74% Perempuan muslim dengan spiritual yang tinggi ingin mencoba Islamic heritage tours
- 6) Adanya branding Authenticity seekers, yang hampir 70% lebih menyukai kegiatan pendalaman budaya dan 63% mencari peluang untuk mempelajari sesuatu yang baru dalam perjalanan mereka
- 7) Lebih dari 80% membutuhkan media social selama perjalanan mereka
- 8) Mencari destinasi dengan harga yang terjangkau.

e. Kerangka Hukum

Terdapat beberapa panduan umum mengenai kerangka hukum yang relevan dengan pariwisata halal, seperti:

- 1) Kerangka Hukum Internasional:
 - a) Konvensi PBB tentang Hak-Hak Penyandang Disabilitas (UNCRPD): Meskipun konvensi ini terutama berfokus pada penyandang disabilitas, konvensi ini dapat relevan dengan pariwisata halal, terutama dalam memastikan aksesibilitas dan inklusivitas bagi wisatawan Muslim penyandang disabilitas (Situmorang & Kusuma, 2023).
 - b) WTO: Perjanjian WTO dapat relevan dengan pariwisata halal, terutama dalam hal non-diskriminasi dan praktik perdagangan yang adil (Ruhaeni et al., 2024).
- 2) Kerangka Hukum Nasional: (Fahmi & Ansori, 2023)
 - a) Undang-undang dan peraturan pariwisata domestik: Banyak negara memiliki undang-undang dan peraturan khusus yang mengatur industri pariwisata, termasuk perizinan, perpajakan, dan perlindungan konsumen. Undang-undang ini dapat memiliki implikasi bagi pariwisata halal, terutama dalam hal memastikan kepatuhan terhadap norma-norma agama dan budaya.
 - b) Undang-undang perlindungan konsumen: Undang-undang ini dapat relevan dengan pariwisata halal dalam hal memastikan bahwa wisatawan menerima informasi yang akurat tentang produk dan layanan, serta hak-hak mereka dilindungi.

- c) Undang-undang anti-diskriminasi: Undang-undang ini dapat relevan dengan pariwisata halal dalam hal memastikan bahwa wisatawan Muslim tidak didiskriminasi berdasarkan agama atau praktik budaya mereka.
- 3) Pertimbangan Hukum Khusus untuk Pariwisata Halal:
- a) Sertifikasi halal: Banyak negara memiliki otoritas sertifikasi halal yang mensertifikasi makanan, kosmetik, dan produk lain sebagai halal. Sertifikasi ini dapat relevan dengan pariwisata halal, terutama dalam hal memastikan bahwa hotel dan restoran menawarkan makanan dan fasilitas halal (Ruhaeni et al., 2024).
 - b) Sensitivitas budaya: Operator pariwisata halal harus memperhatikan sensitivitas budaya, terutama terkait gender, kode berpakaian, dan konsumsi alkohol (Fahmi & Ansori, 2023).
 - c) Keamanan dan keselamatan: Operator pariwisata halal harus memprioritaskan keamanan dan keselamatan tamu mereka, terutama wisatawan perempuan. Hal ini dapat melibatkan penerapan langkah-langkah seperti personel keamanan, pengawasan CCTV, dan rencana tanggap darurat (Fahmi & Ansori, 2023).

KESIMPULAN

Perkembangan pariwisata halal dalam beberapa dekade terakhir menunjukkan peningkatan yang signifikan, terutama dengan semakin besarnya jumlah wisatawan Muslim yang melakukan perjalanan ke berbagai destinasi dunia. Penelitian ini menegaskan pentingnya memperhatikan kebutuhan khusus perempuan Muslim dalam industri pariwisata halal, mengingat peran dominan mereka dalam perencanaan dan pengambilan keputusan perjalanan. Laporan Global Muslim Travel Index (GMTI) 2023 telah mengakui hal ini dengan memasukkan evaluasi khusus terhadap destinasi yang ramah bagi perempuan Muslim berdasarkan kriteria seperti kebebasan berkeyakinan, keamanan, keberlanjutan, dan aksesibilitas.

Hasil analisis menunjukkan bahwa negara-negara seperti Malaysia, Indonesia, dan Singapura menempati peringkat teratas sebagai destinasi yang paling ramah bagi perempuan Muslim, baik di antara negara OKI maupun non-OKI. Hal ini disebabkan oleh komitmen mereka dalam menyediakan lingkungan yang aman, fasilitas yang sesuai dengan kebutuhan keagamaan, serta praktik pariwisata yang berkelanjutan dan menghormati budaya Islam. Faktor-faktor seperti keterlibatan tinggi perempuan Muslim dalam perencanaan perjalanan keluarga, kebutuhan akan keamanan dan privasi, serta keinginan untuk mengalami warisan budaya Islam dan pembelajaran baru menjadi pertimbangan utama dalam memilih destinasi wisata.

Dengan demikian, industri pariwisata halal perlu terus beradaptasi dan meningkatkan fasilitas serta layanan yang memenuhi kebutuhan spesifik perempuan

Muslim. Penyediaan fasilitas seperti mushola khusus perempuan, spa, dan pantai yang terpisah, serta promosi destinasi yang menawarkan pengalaman budaya dan spiritual yang autentik akan meningkatkan daya tarik dan kenyamanan bagi wisatawan perempuan Muslim. Selain itu, pemanfaatan media sosial dan penawaran destinasi yang terjangkau juga menjadi aspek penting dalam menarik segmen pasar ini. Upaya kolaboratif antara pemerintah, pelaku industri, dan lembaga seperti GMTI akan sangat berkontribusi dalam memajukan pariwisata halal yang inklusif dan berkelanjutan, sekaligus memperkuat posisi destinasi wisata di mata komunitas Muslim global.

DAFTAR PUSTAKA

- Akib, E. (2024). Pariwisata Dalam Tinjauan Pendidikan: Studi Menuju Era Revolusi Industri. *Pusaka : Journal of Tourism, Hospitality, Travel and Business Event*. <https://doi.org/10.33649/pusaka.v2i1.40>
- Fahmi, A. A., & Ansori. (2023). Legal Protection on Village-Based Halal Tourism Management through Village Regulations. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 10(7).
- Formansya, E. S., Gani, R. M. G., Firmansyah, Y., & Hermanto, W. (2020). Sumberdaya Seam Batubara Formasi Pulau Balang di PT. Anugerah Bara Kaltim, Kecamatan Loa Janan, Kabupaten Kutai Kartanegara, Kalimantan Timur. *Padjadjaran Geoscience Journal*, 4(6).
- GMTI. (2023). *M a Ster Ca R D. June*.
- Kane, M. J., & Tucker, H. (2004). Adventure tourism: The freedom to play with reality. *Tourist Studies*, 4(3). <https://doi.org/10.1177/1468797604057323>
- Karjaya, L. P. (2020). Implementasi Model Wisata Halal dan Konvensional Thailand Dalam Meningkatkan Investasi Asing di Nusa Tenggara Barat. *IJPSS: Indonesian Journal of Peace and Security Studies*, 2(1).
- Kettani, H. (2010). World Muslim population: 1950-2020. *International Journal of Environmental Science and Development*, 1(2).
- Muis, A. R. C., & Aisyah, R. Z. (2022). Competitive Advantage Industri Pariwisata Halal Singapura Dalam Berdaya Saing di Asia Tenggara. *Intermestic: Journal of International Studies*, 7(1), 54. <https://doi.org/10.24198/intermestic.v7n1.4>
- Noviantoro, K. M., & Zurohman, A. (2020). Prospek Pariwisata Syariah (Halal Tourism): Sebuah Tantangan di Era Revolusi Industri 4.0. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah*, 8(2). <https://doi.org/10.21043/equilibrium.v8i2.8160>
- Putri, D. L., Murniningsih, R., & Santosa, M. (2022). Pengaruh Digital Marketing, Label Halal, Dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian (Studi Empiris UMKM Oleh-Oleh Getuk Eco Magelang). *Borobudur Management Review*, 2(2), 87–111. <https://doi.org/10.31603/bmar.v2i2.7006>
- Reza, V. (2020). Pariwisata Halal Dalam Pengembangan Ekonomi Indonesia. *Jurnal An-Nahl*, 7(2), 106–112. <https://doi.org/10.54576/annahl.v7i2.20>
- Ruhaeni, N., Yusdiansyah, E., & Aqimuddin, E. A. (2024). Revisiting Indonesia halal

tourism policy in light of GATS. *Journal of International Trade Law and Policy*, 23(2/3), 154-167.

Situmorang, A. G. C., & Kusuma, W. (2023). Convention on the Rights of Person with Disabilities: Upaya Pemenuhan HAM terhadap Akses Pekerja Disabilitas? *Uti Possidetis: Journal of International Law*, 4(2).

Wahyono, Z., & Razak, M. A. A. (2020). Islamic Tourism in Southeast Asia: The Concept and its Implementation. *International Journal of Halal Research*, 2(2). <https://doi.org/10.18517/ijhr.2.2.90-105.2020>