

Available online at : <http://jkpbp.ppi.unp.ac.id/>

Jurnal Kajian Pariwisata dan Bisnis Perhotelan

| ISSN 2722 - 0729 |

Pengembangan Halal Tourism di Malaysia: Studi Lapangan sebagai Pembelajaran Empiris bagi Penguatan Pariwisata Halal Indonesia

Fahmi Mardiah¹, Bunga indah zaletri² Nyiyayu amrina rosyadah³ Ramadhanti viozani⁴ Belly rozano⁵ Alfa permata putra⁶ Asmar Yulastri⁷, Yuliana⁸ Hendri Azwar⁹

1,2,3,4,5,6,7,8,9 Universitas Negeri Padang

Email: fahmimardiah20@gmail.com

ABSTRAK

Perkembangan pariwisata halal menjadi salah satu tren global yang signifikan seiring dengan meningkatnya jumlah wisatawan Muslim dunia dan tuntutan terhadap layanan pariwisata yang sesuai dengan prinsip syariah. Malaysia merupakan salah satu negara yang berhasil memposisikan diri sebagai destinasi halal-friendly terkemuka di tingkat global. Artikel ini bertujuan untuk menganalisis konsep, kebijakan, dan implementasi halal tourism di Malaysia berdasarkan hasil studi lapangan mahasiswa Magister Pariwisata Universitas Negeri Padang ke Malaysia pada November 2025. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif deskriptif melalui observasi langsung, diskusi akademik, dan wawancara dengan pemangku kepentingan di Malaysia Tourism Information Centre (MaTiC) serta institusi terkait. Hasil kajian menunjukkan bahwa keberhasilan halal tourism Malaysia ditopang oleh sinergi kuat antara pemerintah, lembaga keagamaan, industri pariwisata, dan institusi pendidikan tinggi. Selain memberikan dampak ekonomi, halal tourism juga berkontribusi pada penguatan identitas budaya dan pemberdayaan masyarakat. Studi ini diharapkan dapat menjadi referensi pembelajaran empiris dan benchmarking bagi pengembangan pariwisata halal di Indonesia.

Abstract

The development of halal tourism has become a significant global trend, driven by the increasing number of Muslim tourists worldwide and the demand for Sharia-compliant tourism services. Malaysia is one of the countries that has successfully positioned itself as a leading halal-friendly destination globally. This article aims to analyze the concept, policies, and implementation of halal tourism in Malaysia based on a field study conducted by Master of Tourism students from Padang State University in November 2025. The method used was a descriptive qualitative approach through direct observation, academic discussions, and interviews with stakeholders at the Malaysia Tourism Information Center (MaTiC) and related institutions. The study results indicate that the success of Malaysian halal tourism is supported by strong synergy between the government, religious institutions, the tourism industry, and higher education institutions. In addition to its economic impact, halal tourism also contributes to strengthening cultural identity and community empowerment. This study is expected to serve as a reference for empirical learning and benchmarking for the development of halal tourism in Indonesia.

Keywords: *halal tourism, Muslim-friendly tourism, field study, Malaysia, global halal tourism*

PENDAHULUAN

Pariwisata halal merupakan salah satu segmen pariwisata yang berkembang pesat dalam satu dekade terakhir. Pertumbuhan populasi Muslim dunia, meningkatnya daya beli wisatawan Muslim, serta kesadaran akan pentingnya kenyamanan beribadah selama perjalanan menjadikan halal tourism sebagai pasar strategis bagi banyak negara. Pariwisata halal tidak dimaknai sebagai bentuk eksklusivitas, melainkan sebagai penyediaan layanan tambahan yang memungkinkan wisatawan Muslim menjalankan aktivitas wisata sejalan dengan nilai-nilai Islam, tanpa mengurangi aspek inklusivitas bagi wisatawan non-Muslim.

Sebagai negara dengan mayoritas penduduk Muslim dan infrastruktur pariwisata yang matang, Malaysia berhasil memanfaatkan peluang ini melalui kebijakan yang terintegrasi dan konsisten. Malaysia secara berkelanjutan menempati peringkat teratas dalam Global Muslim Travel Index (GMTI), yang mencerminkan tingginya tingkat kepercayaan wisatawan Muslim terhadap destinasi ini. Keberhasilan tersebut tidak terlepas dari peran pemerintah, lembaga sertifikasi halal, pelaku industri, serta institusi pendidikan tinggi yang mendukung pengembangan sumber daya manusia pariwisata.

Dalam konteks akademik, studi lapangan menjadi sarana penting untuk menjembatani teori dan praktik. Program Magister Pariwisata Universitas Negeri Padang melaksanakan studi lapangan ke Malaysia sebagai upaya memperluas wawasan mahasiswa mengenai praktik terbaik (best practices) pengembangan halal tourism di tingkat internasional. Artikel ini disusun untuk mengelaborasi hasil studi lapangan tersebut dalam bentuk kajian ilmiah yang sistematis dan reflektif.

METODOLOGI

Artikel ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan desain studi lapangan. Data dikumpulkan melalui beberapa teknik, yaitu:

1. Observasi langsung terhadap fasilitas dan layanan pariwisata ramah Muslim di Malaysia Tourism Information Centre (MaTiC), Tanggal 06-09 November 2025.
2. Diskusi dan wawancara dengan narasumber dari MaTiC dan Islamic Tourism Centre (ITC) terkait kebijakan, standar, dan implementasi halal tourism.
3. Studi dokumentasi terhadap materi presentasi, publikasi resmi, serta laporan kegiatan studi lapangan.

Data dianalisis secara tematik untuk mengidentifikasi pola kebijakan, strategi implementasi, serta dampak halal tourism terhadap daya saing pariwisata Malaysia.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil dan pembahasan berisi hasil-hasil temuan penelitian dan pembahasannya..

A. Hasil

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara yang dilakukan di Malaysia Tourism Information Centre (MaTiC) pada 6–9 November 2025, ditemukan bahwa pengembangan halal tourism di Malaysia dilaksanakan secara terintegrasi dan sistematis. MaTiC berperan sebagai pusat informasi dan promosi pariwisata yang menyediakan layanan ramah Muslim, seperti informasi restoran bersertifikat halal, fasilitas ibadah, serta panduan destinasi wisata yang sesuai dengan kebutuhan wisatawan Muslim.

Hasil wawancara dengan pihak MaTiC dan Islamic Tourism Centre (ITC) menunjukkan adanya sinergi yang kuat antara pemerintah, lembaga keagamaan, dan pelaku industri pariwisata. Sertifikasi halal yang dikeluarkan oleh Jabatan Kemajuan Islam Malaysia

(JAKIM) menjadi acuan utama dalam pengelolaan sektor kuliner dan perhotelan. Di destinasi utama seperti Kuala Lumpur, Penang, dan Melaka, hotel dan restoran telah menyediakan fasilitas pendukung, antara lain musala, penunjuk arah kiblat, serta menu halal yang terstandar.

Selain itu, hasil dokumentasi menunjukkan bahwa MaTiC secara aktif memanfaatkan media digital dan platform daring untuk mempromosikan pariwisata halal Malaysia kepada pasar internasional. Strategi promosi tersebut terintegrasi dengan brand nasional pariwisata Malaysia dan menyasar wisatawan Muslim dari berbagai kawasan dunia.

B. Pembahasan

1. Konsep dan Prinsip Halal Tourism dalam Perspektif Akademik dan Kebijakan MATIC

Halal tourism merupakan konsep pariwisata yang berkembang secara signifikan dalam satu dekade terakhir seiring meningkatnya mobilitas wisatawan Muslim global. Menurut Battour dan Ismail (2021), halal tourism didefinisikan sebagai penyediaan produk dan layanan pariwisata yang sesuai dengan prinsip syariah Islam, khususnya terkait aspek makanan halal, fasilitas ibadah, etika pelayanan, serta lingkungan yang aman dan bersih. Konsep ini menekankan pemenuhan kebutuhan religius wisatawan Muslim tanpa menghilangkan nilai universal pariwisata seperti kenyamanan, keamanan, dan kualitas pengalaman wisata.

Dalam konteks Malaysia, halal tourism dipahami sebagai pendekatan *Muslim-friendly tourism* yang bersifat inklusif dan tidak eksklusif. Henderson (2020) menegaskan bahwa model pariwisata halal yang berhasil adalah model yang mampu menjembatani nilai-nilai Islam dengan karakter multikultural destinasi. Sejalan dengan pandangan tersebut, Malaysia melalui Malaysia Tourism Promotion Board (MATIC) memposisikan halal tourism sebagai strategi diferensiasi destinasi yang tetap terbuka bagi wisatawan non-Muslim. Fokus MATIC bukan pada pembatasan aktivitas wisata, melainkan pada penciptaan lingkungan wisata yang ramah, aman, dan nyaman bagi semua segmen wisatawan

Prinsip utama halal tourism mencakup kehalalan produk dan layanan, kebersihan dan kesehatan, keamanan destinasi, kemudahan beribadah, serta etika pelayanan. Menurut El-Gohary (2022), prinsip-prinsip ini merupakan elemen fundamental yang membedakan halal tourism dari pariwisata konvensional, sekaligus menjadi indikator kualitas layanan. Dalam implementasinya di Malaysia, prinsip tersebut menjadi dasar pengembangan destinasi, akomodasi, restoran, dan atraksi wisata yang dikelola serta dipromosikan oleh MATIC sebagai bagian dari citra Malaysia sebagai destinasi halal-friendly global.

2. Kebijakan dan Implementasi Halal Tourism di Malaysia: Peran Strategis MATIC

Keberhasilan Malaysia dalam mengembangkan halal tourism tidak terlepas dari dukungan kebijakan pemerintah yang terintegrasi dan berkelanjutan. Pemerintah Malaysia menjadikan halal tourism sebagai arus utama (*mainstreaming*) dalam pembangunan pariwisata nasional, dengan MATIC berperan sebagai institusi kunci dalam promosi dan pemasaran destinasi. Menurut Global Muslim Travel Index (GMTI) (2023), Malaysia secara konsisten menempati peringkat teratas sebagai destinasi wisata ramah Muslim, yang mencerminkan keberhasilan koordinasi kebijakan, promosi, dan implementasi di lapangan.

Sinergi antara MATIC dan Jabatan Kemajuan Islam Malaysia (JAKIM) menjadi fondasi utama dalam sistem sertifikasi halal yang kredibel dan diakui secara internasional. Zulkifli dan Rahman (2021) menyatakan bahwa kepercayaan wisatawan Muslim terhadap suatu destinasi sangat dipengaruhi oleh kejelasan regulasi dan legitimasi lembaga sertifikasi halal. Dalam hal ini, MATIC memanfaatkan legitimasi JAKIM sebagai *selling point* dalam

promosi pariwisata Malaysia ke pasar Timur Tengah, Asia Selatan, dan negara-negara Organisasi Kerja Sama Islam (OKI).

Implementasi halal tourism terlihat nyata pada sektor perhotelan dan kuliner di destinasi unggulan seperti Kuala Lumpur, Penang, dan Melaka. Hotel dan restoran yang dipromosikan oleh MATIC tidak hanya mengejar sertifikasi halal, tetapi juga meningkatkan kualitas layanan melalui penyediaan fasilitas ibadah, pelatihan sumber daya manusia, serta inovasi layanan berbasis kebutuhan wisatawan Muslim. Menurut Samori et al. (2022), pendekatan ini mencerminkan transformasi halal tourism dari sekadar kepatuhan syariah menuju orientasi pengalaman wisata (*experience-based tourism*).

3. Peran Media Digital dan Strategi Branding Halal Tourism oleh MATIC

Dalam era digitalisasi pariwisata, MATIC memanfaatkan media digital sebagai instrumen strategis dalam membangun citra Malaysia sebagai destinasi halal-friendly global. Brand nasional “Malaysia, Truly Asia” diselaraskan dengan narasi halal tourism yang menonjolkan kemudahan akses layanan halal, keberagaman budaya, serta nilai Islam yang moderat. Menurut Kotler, Bowen, dan Makens (2021), keberhasilan branding destinasi sangat ditentukan oleh konsistensi pesan dan pengalaman yang dirasakan wisatawan. Pemanfaatan media sosial, situs web resmi pariwisata, dan kolaborasi dengan influencer Muslim menjadi strategi utama MATIC dalam menjangkau wisatawan Muslim generasi muda. Hassan dan Yusof (2024) menyebutkan bahwa ulasan daring (*online reviews*) dan konten perjalanan berbasis pengalaman memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan perjalanan wisatawan Muslim. Oleh karena itu, MATIC secara aktif mendorong narasi positif halal tourism melalui *digital storytelling* yang menampilkan pengalaman wisata autentik dan ramah Muslim.

4. Kontribusi Institusi Pendidikan Tinggi terhadap Ekosistem Halal Tourism

Pengembangan halal tourism di Malaysia juga didukung oleh kontribusi institusi pendidikan tinggi melalui pengembangan sumber daya manusia dan penelitian akademik. Universitas Teknologi Malaysia (UTM) dan sejumlah perguruan tinggi lainnya mengintegrasikan nilai-nilai layanan ramah Muslim, etika bisnis Islam, dan keberlanjutan pariwisata ke dalam kurikulum. Menurut Rahman et al. (2023), keterlibatan akademisi dalam pengembangan halal tourism berperan penting dalam menjembatani kebutuhan industri dengan kerangka konseptual dan empiris. Meskipun tidak selalu menggunakan nomenklatur halal tourism secara eksplisit, pendekatan pendidikan yang berbasis nilai dan etika Islam ini selaras dengan kebutuhan industri pariwisata halal yang dipromosikan oleh MATIC. Kontribusi akademik tersebut memperkuat kualitas sumber daya manusia yang tidak hanya kompeten secara teknis, tetapi juga memiliki sensitivitas budaya dan religius yang tinggi.

5. Dampak Ekonomi dan Sosial Halal Tourism di Malaysia

Halal tourism memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi Malaysia melalui peningkatan pendapatan pariwisata, penciptaan lapangan kerja, serta peningkatan investasi sektor jasa. Menurut World Tourism Organization (UNWTO) (2022), pasar wisatawan Muslim merupakan salah satu segmen dengan pertumbuhan tercepat secara global. Dalam konteks Malaysia, MATIC memanfaatkan potensi ini untuk memperluas pasar internasional dan memperkuat daya saing destinasi. Selain dampak ekonomi, halal tourism juga memberikan kontribusi sosial dan budaya. Pengembangan pariwisata halal mendorong pemberdayaan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), serta memperkuat identitas Malaysia sebagai negara Muslim yang moderat, toleran, dan inklusif. Menurut Aziz dan Wahid (2025), halal tourism tidak hanya berfungsi sebagai strategi ekonomi, tetapi juga sebagai sarana diplomasi budaya yang memperkuat citra positif Islam di tingkat global.

KESIMPULAN

Hasil studi lapangan menunjukkan bahwa keberhasilan halal tourism di Malaysia merupakan hasil dari pendekatan yang terintegrasi antara kebijakan pemerintah, standar halal yang kredibel, kesiapan industri, dukungan akademik, dan pemanfaatan teknologi digital. Halal tourism tidak hanya berfungsi sebagai strategi ekonomi, tetapi juga sebagai sarana penguatan identitas dan keberlanjutan sosial budaya.

Bagi Indonesia, pengalaman Malaysia memberikan pembelajaran penting mengenai pentingnya sinergi lintas sektor, konsistensi kebijakan, dan penguatan sumber daya manusia dalam pengembangan pariwisata halal. Studi lapangan ini menjadi sarana pembelajaran empiris yang bernilai strategis bagi mahasiswa dan institusi pendidikan dalam merumuskan pengembangan pariwisata halal yang berdaya saing global.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] M. Battour and M. Ismail, "Halal tourism: Concepts, practices, challenges and future," *Tourism Management Perspectives*, vol. 40, pp. 100890, 2021.
- [10] World Tourism Organization (UNWTO), *Tourism and the Muslim Travel Market*, Madrid: UNWTO Publications, 2022.
- [11] A. Aziz and R. Wahid, "Halal tourism as cultural diplomacy in Muslim-majority countries," *International Journal of Cultural Policy*, vol. 31, no. 2, pp. 190–205, 2025.
- [12] Malaysia Tourism Promotion Board (MATIC), *Muslim-Friendly Tourism and Hospitality Guidelines*, Kuala Lumpur: Ministry of Tourism, Arts and Culture Malaysia, 2022.
- [2] J. C. Henderson, "Islamic tourism reviewed," *Tourism Recreation Research*, vol. 45, no. 2, pp. 207–218, 2020.
- [3] H. El-Gohary, "Halal tourism, Islamic branding and value creation," *Journal of Islamic Marketing*, vol. 13, no. 1, pp. 1–20, 2022.
- [4] M. Zulkifli and F. A. Rahman, "Halal certification and Muslim tourist trust: Evidence from Malaysia," *International Journal of Tourism Policy*, vol. 11, no. 3, pp. 215–229, 2021.
- [5] A. Samori, N. Md Salleh, and M. Khalid, "Transforming halal tourism into experience-based tourism," *Journal of Hospitality and Tourism Management*, vol. 52, pp. 168–176, 2022.
- [6] Mastercard and CrescentRating, *Global Muslim Travel Index 2023*, Singapore: CrescentRating Pte. Ltd., 2023.
- [7] P. Kotler, J. T. Bowen, and J. C. Makens, *Marketing for Hospitality and Tourism*, 8th ed. Boston: Pearson Education, 2021.
- [8] R. Hassan and N. Yusof, "Digital storytelling and Muslim travel decision-making," *Journal of Tourism Futures*, vol. 10, no. 1, pp. 44–58, 2024.
- [9] M. Rahman, A. Aziz, and S. Hamzah, "Higher education and halal tourism ecosystem development," *Journal of Islamic Tourism Studies*, vol. 5, no. 2, pp. 85–101, 2023.