

## **Komodifikasi Agama Halal Tourism dalam Perspektif Dakwah**

**Amjad Trifita**

**Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam**

**Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, Surabaya, Indonesia**

**trifita04@gmail.com**

**Fat'hiyah Khasanah Ar'rahmah**

**Magister Komunikasi dan Penyiaran Islam**

**Pascasarjana Universitas Islam Negeri Sunan Ampel, Surabaya, Indonesia**

**fathiyahhasanah@gmail.com**

### **ABSTRACT**

*Halal tourism is a concept of halal tourism that has become increasingly popular in recent years. The concept of halal tourism is tourism that applies Islamic standards in practice. This paper examines the commodification of halal tourism in the context of da'wah. Using a literature study approach, this study uses a qualitative method. The commodification of religion in halal tourism can be viewed positively, although it raises pros and cons in reality. Commodification in halal tourism does not diminish the value of religion. A halal tourism concept that practices Islamic principles can be a breakthrough in spreading Islamic da'wah, and tourists can learn about Islamic values. The purpose of this study is to examine the process of da'wah that occurs in halal tourism so that it has allure as an Islamic-based tourist attraction. There is a commodification of halal in the concept of halal tourism, as well as the preaching of aqidah, syariah, mu'amalah, and morality within it.*

**Keywords :** *Commodification of Religion; Halal Tourism; Da'wah*

### **ABSTRAK**

*Halal tourism merupakan sebuah konsep pariwisata halal yang menjadi trend saat ini. Konsep wisata halal merupakan pariwisata yang menerapkan standar Islam dalam prakteknya. Tujuan tulisan ini adalah untuk mengetahui komodifikasi agama *halal tourism* dalam tinjauan dakwah. Kajian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi pustaka. Meskipun menimbulkan pro kontra dalam realitasnya, komodifikasi agama dalam *halal tourism* dapat dipandang secara positif karena komodifikasi dalam wisata halal tidak menurunkan nilai atau merusak agama. Wisata halal yang mengamalkan prinsip-prinsip Islam dapat menjadi sebuah terobosan baru dalam syiar dakwah Islam dan wisatawan dapat mengenal nilai-nilai Islam dari konsep tersebut. Penelitian ini melihat proses dakwah yang terjadi pada *halal tourism* sehingga memiliki daya pikat sebagai objek wisata berbasis islam. Ditemukan bahwa terdapat komodifikasi halal dalam konsep *halal**

*tourism* dan pesan dakwah aqidah, syari'ah, mu'amalah dan akhlak yang terkandung dalam konsep tersebut.

**Kata kunci:** Komodifikasi Agama; Halal Tourism; Dakwah

## Pendahuluan

Masing-masing orang memiliki cara yang berbeda dalam menunjukkan identitas keagamaannya di ruang publik, ada beberapa orang yang memilih untuk menunjukkan identitas keagamaannya dengan cara menggunakan komoditas keagamaan, dan ada juga yang memilih untuk tidak menunjukkan hal tersebut karena dianggap sebagai privasi sehingga tidak perlu untuk ditampilkan. Turner menyatakan bahwa praktik keagamaan dalam masyarakat khususnya Muslim kelas menengah merupakan bentuk agama yang disebut dengan kesalehan konsumtif. Bentuk kesalehan yang ditunjukkan tersebut menuntut terciptanya sebuah pasar yang memuat nilai-nilai moral dan agama, sehingga memberikan efek pada munculnya berbagai bentuk komoditas keagamaan (S Turner, 2010: 11–30). Hal ini senada dengan pendapat Durkheim dan Geertz yang memandang agama sebagai pusat dan inti dari suatu kebudayaan, juga tidak terlepas dari pengaruh komodifikasi tersebut (Kristiantoro, 2021: 20)

Fenomena tersebut berdampak pada terciptanya segmentasi pasar baru yang menyasar kaum Muslim. Komunitas Muslim dipandang sebagai segmentasi pasar yang sangat berpotensi besar, dalam hal ini masyarakat Muslim memiliki pola tersendiri dalam mengonsumsi suatu produk, sebab diatur oleh norma agama atau syari'at Islam (A. Karim, 2013: 7–10). Namun, di sisi lain, Fealy memandang hal ini sebagai bentuk komodifikasi agama, di mana terjadi pertemuan antara agama dan pasar yang kemudian memicu terjadinya proses komersialisasi (perdagangan), dalam artian bahwa penjualan produk-produk yang mengusung tema-tema Islami tersebut bertujuan untuk memperoleh keuntungan (Fealy, 2008: 15).

Secara praktis, yang dimaksudkan dengan komodifikasi agama adalah transformasi nilai guna agama sebagai pedoman hidup dan sumber nilai-nilai normatif yang berlandaskan pada keyakinan ketuhanan menjadi nilai tukar, dengan menggunakan fungsi-fungsi ini disesuaikan dengan kebutuhan manusia atas agama (Fakhruroji, 2010: 4). Tumbuh dan berkembangnya komodifikasi agama sebenarnya hanya bagian strategi yang menggunakan instrumen agama, yang berupa ajaran, ragam simbol, solidaritas (*ukhuwah Islamiyah*), serta sentimen keagamaan, sebab isu-isu keagamaan menjadi komoditi yang cukup fungsional ketika dijadikan komoditi dalam ruang iklan (Zulies Ulfiana, 2021: 112).

Adapun bentuk komodiikasi agama yang menjadi fokus tulisan ini adalah fenomena *halal tourism*. *Halal Tourism* menjadi salah satu *trend* pada perkembangan pariwisata saat ini. Di beberapa negara di dunia, terminologi wisata Islami

menggunakan beberapa nama yang cukup beragam, diantaranya *sharia tourism*, *Islamic tourism*, *halal friendly tourism destination*, *halal travel*, *muslim-friendly travel destinations*, *halal lifestyle*, dan sejumlah istilah lain yang relevan dengan kebijakan negara yang mengembangkannya (Tanjung & Panggabean, 2022: 2).

Tren *halal tourism* atau wisata halal mulai berkembang seiring dengan meningkatnya populasi muslim di dunia. Ide penerapan konsep *halal tourism* didasari pada laporan *Mastercard-CrescentRating Global Muslim Travel Index* (GMTI) tahun 2019, (Mastercard-CrescentRating Global Muslim Travel Index (GMTI) 2019) yang menyatakan bahwa pada tahun 2026, kontribusi sektor pariwisata Halal diperkirakan melonjak sebesar 35% menjadi US\$300 miliar terhadap perekonomian global, meningkat dari US\$220 miliar di tahun 2020. Wisatawan Muslim secara global diprediksi akan tumbuh menjadi 230 juta wisatawan. Angka ini meningkat dari tahun sebelumnya 2018, dimana terdapat 140 juta wisatawan muslim. Fenomena meningkatnya wisatawan muslim menjadi peluang bagi sektor pariwisata dalam mengembangkan wisata halal, peluang ini juga dibaca oleh beberapa negara yang mulai menerapkan peluang tersebut dengan mengembangkan wisata halal, baik negara dengan mayoritas berpenduduk muslim maupun mayoritas non-muslim (Eka Dewi Satriana & Hayyun Durrotul Faridah, 2018: 39).

Di Indonesia perkembangan pariwisata halal menjadi salah satu trend pariwisata yang berkembang cukup pesat sejak beberapa tahun terakhir. Dalam catatan Widhasti (2017) *Halal Tourism* mulai dipromosikan pada Agustus 2016 oleh Kementerian Pariwisata dengan *tagline Halal Tourism* Indonesia. Upaya tersebut bukan hanya dilakukan dalam mempromosikan wisata halal yang terdapat di Indonesia, melainkan juga merupakan upaya diplomatik untuk mengangkat citra muslim Indonesia di mata Internasional (Garit Bira Widhasti, 2017:3) Akan tetapi, tidak seluruh pihak sepakat dengan *labeling* pariwisata halal di Indonesia (Garit Bira Widhasti, 2017:2). Pro dan kontra yang terjadi dikarenakan kurangnya pemahaman terkait konsep dan penerapan *halal tourism*, sehingga masih banyak yang memahami konsep wisata halal ini sebagai bentuk Islamisasi. Inilah kemudian yang menjadi pro dan kontra terkait penerapan *halal tourism* di beberapa wilayah di Indonesia hingga saat ini.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan pendekatan studi pustaka (*library research*) dengan menggunakan sumber data berupa buku-buku referensi dan artikel-artikel jurnal ilmiah. Pada penelitian ini rangkaian kegiatannya berkenaan dengan pengumpulan data pustaka, membaca dan mencatat, lalu mengolah informasi yang sesuai dan diperlukan untuk menjawab rumusan masalah yang akan dipecahkan. Studi kepustakaan dalam penelitian memungkinkan data diperoleh melalui informasi yang relevan tanpa memerlukan riset lapangan (Harahap, 2014: 3). Desain penelitian studi pustaka sebagai basis data untuk kemudian dianalisis secara deskriptif analitis. Pencarian literatur didapatkan dari berbagai sumber media online seperti jurnal *online*, ataupun artikel

online. Pencarian data dilakukan dengan menggunakan Google Scholar, Aplikasi Ipusnas, Garuda Ristrekbin, dan lain-lain. Di tahap awal pencarian data, penulis mendapatkan beberapa artikel, sekitar lebih dari 10 artikel dengan waktu penerbitan antara tahun 2016 sampai 2022, dengan menggunakan kata kunci seperti komodifikasi agama, *halal tourism*, wisata halal sebagai media dakwah, serta peluang dan tantangan wisata halal. Dalam konteks ini, penulis akan membahas tentang bentuk komodifikasi agama terhadap fenomena *halal tourism* yang ada di Indonesia. Adapun 10 (sepuluh) referensi penelitian yang didapat untuk pembuatan jurnal ini adalah sebagai berikut:

*Pertama*, Penelitian yang dilakukan oleh Nurul Anam (2016) yang berjudul “*Komodifikasi agama dan kapitalisme (studi atas acara religi dalam tayangan kata ustad solmed)*.” Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa komodifikasi agama dalam tayangan kata ustad solmed menurut teori tindakan sosial max weber terletak pada tindakan sosial yang dilakukan oleh para pemilik modal untuk memodifikasi dan memproduksi tayangan kata ustad solmed, tindakan tersebut adalah tindakan rasional instrumental yaitu suatu tindakan yang memperhatikan efektifitas dan efisiensi. *Kedua*, penelitian yang dilakukan oleh A. Zaenurrosyid dan Lucy Zulies Ulfiana (2016) yang berjudul “*Komodifikasi Agama dalam Islamic Tourism dan Aktivitas Ekonomi*”. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat perilaku moral dan rasional di dalam kegiatan ekonomi para pedagang dan pengunjung di kompleks makam Syekh Ahmad Mutamakkin. Hal ini menunjukkan dua perspektif pandangan antara moral dan perilaku ekonomi rasional. *Ketiga*, Penelitian yang dilakukan oleh Setyana Budiarti (2017) yang berjudul “*Komodifikasi Simbol Keagamaan (Studi pada Masjid Kubah Emas Dian Al-Mabri Depok)*”. Temuan data yang diperoleh dalam penelitian ini adalah adanya komodifikasi pada Masjid Kubah Emas melalui berbagai macam bentuk diantaranya yaitu wisata religi. Komodifikasi tersebut menghasilkan profit yang menguntungkan bagi pihak pengelola salah satunya melalui wisata religi dengan berbagai macam fasilitas berbayar di dalamnya.

*Keempat*, penelitian yang ditulis oleh Wildan, Murdiah dan Ayi (2018) yang berjudul *Islamic Tourism: A Form of Harmonization of Religion, Politics, Social, Culture and Economy*. Sebagian besar penelitian menyimpulkan bahwa perkembangan wisata syariah dikaitkan dengan faktor bisnis dan ekonomi, yaitu masalah mencari keuntungan dari perkembangan perilaku wisata muslim. Penelitian tentang wisata Islami hanya menghubungkan antara agama dengan perilaku wisata tetapi tidak mengkaji tentang peningkatan kesadaran umat Islam dalam ketaatannya terhadap syariah. Artikel ini bertujuan untuk membandingkan hasil penelitian tentang perkembangan wisata syariah di berbagai negara, baik yang mayoritas penduduknya beragama Islam maupun yang tidak. *Kelima*, penelitian yang ditulis oleh Ujang Suyatman, Ruminda, dan Ika Yatmiksari (2019) yang berjudul *Pengembangan Muslim Friendly Tourism dalam Konsep Parwisata Budaya di Pulau Dewata*. Hasil penelitian ini dapat disimpulkan bahwa secara umum para

pemangku kepentingan pariwisata di Bali menolak untuk dijadikan sebagai daerah tujuan wisata dengan konsep pariwisata halal. Adapun penolakan tersebut terkait dengan keberlangsungan atau *sustainability* pariwisata Bali yang terkenal dengan konsep pariwisata budayanya. Tujuan wisatawan adalah untuk mengunjungi destinasi, sedangkan wisata halal hanyalah pilihan atau *extend service* bagi pelaku bisnis untuk menyiapkan segala kebutuhan wisatawan Muslim, terutama kehalalan makanan dan kemudahan tempat shalat. Layanan-layanan tersebut sudah menjadi hal biasa, karena Bali merupakan tempat yang ramai dikunjungi wisatawan dari berbagai negara dengan latar belakang agama yang berbeda-beda. Dengan alasan tersebut, Bali lebih pantas menjadi destinasi pariwisata ramah terhadap para Muslim, akan tetapi tidak mengungut konsep pariwisata halal.

*Keenam*, penelitian yang ditulis oleh Randy Rezky Sihombing (2020) yang berjudul *Opini Publik Tentang Wacana Wisata Halal Danau Toba di Media Massa*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana opini publik pada masyarakat Kelurahan Tanah Enam Ratus Kecamatan Medan Marelan tentang wacana wisata halal Danau Toba di media massa. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 62% masyarakat Kelurahan Tanah Enam Ratus setuju terhadap wacana wisata halal di Danau Toba. *Ketujuh*, penelitian yang dilakukan oleh Ghifari Yuristiadhi Masyhari Makhasi dan Muhammad Thohir Yudha Rahimmadhi (2020) berjudul *"Ramai-Ramai Menolak Wisata Halal: Kontestasi Politik Identitas dalam Perkembangan Wisata Halal di Indonesia"*. Hasil penelitian menunjukan bahwa penolakan wisata halal secara signifikan dipengaruhi oleh politik identitas yang terkait dengan friksi politik di level nasional dan lokal. *Kedelapan*, penelitian yang dilakukan oleh Agung Wirawan (2021) yang berjudul *"Pesan Dakwah Dalam Kebijakan Pariwisata Halal Pada Pemerintah Provinsi Nusa Tenggara Barat"*. Kesimpulan dari penelitian ini mengatakan bahwa penerapan wisata halal akan terus dioptimalkan oleh pemerintah daerah secara maksimal. Adapun pada penelitian ini, pesan dakwah dalam kebijakan wisata halal mengandung pesan akidah, muamalah, syariah dan akhlak namun masyarakat selaku pelaku wisata banyak menjalankan wisata halal karena kebiasaan dan karakteristik mereka yang mayoritas beragama Islam. *Kesembilan*, penelitian yang dilakukan oleh Indra Latif Syaepu dan M. Sauki (2021) yang berjudul *"Komodifikasi Agama: Islam Fashion Sebagai Gaya Hidup di Era Modern dalam Pandangan Mahasiswa dan Santri"*. Komodifikasi agama yang peneliti temukan tidak hanya sebatas memberikan kesenangan secara non-materi, tetapi ada juga yang bersifat materi. Artinya, mereka melakukan komodifikasi agama untuk mencari kekuatan nilai yang dapat dipertukarkan secara komersial, seperti kapitalisme. Konsep penanaman kapitalisme yang diimbangi dengan spiritualisme dianggap mampu mendorong motivasi seseorang dalam mengembangkan sumber daya manusia dan meningkatkan produktivitas kerja saat melakukan interpretasi pekerjaannya sebagai bagian dari tatanan agama (ibadah).

*Kesepuluh*, penelitian yang ditulis oleh Imam Mawardi, Rahma Sugihartat dan Dian Yulie (2021) yang berjudul *Comparing the Concept of Halal Tourism in Indonesia, Thailand, and Malaysia*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa globalisasi industri wisata telah berkembang karena meningkatnya permintaan dari wisatawan muslim yang menyebabkan lahirnya wisata halal. Kondisi ini paling menonjol di negara-negara dengan populasi muslim yang besar. Namun, pariwisata banyak diminati dan dipraktikkan di negara-negara mayoritas muslim dan minoritas muslim. Tren wisata halal memberikan banyak manfaat bagi pertumbuhan ekonomi melalui konsumen yang sebagian besar beragama Islam. Di Indonesia, Majelis Ulama Indonesia (MUI) sebagai pendukung wisata halal tidak memiliki legalitas formal atau kepastian hukum, tidak seperti JAKIM di Malaysia. Meskipun demikian, konsep wisata halal sendiri masih berbeda di setiap negara. Simpulannya, konsep wisata halal tidak hanya menekankan nilai-nilai religi, tetapi juga pada sektor ekonomi.

## Hasil dan Pembahasan

### Komodifikasi Agama

Kajian tentang komodifikasi agama termasuk kajian yang telah banyak dikaji oleh para akademisi. Istilah komodifikasi bersumber dari kata bahasa Inggris yakni *commodification*, yang berasal dari gabungan kata *commodity* (komoditas), yang memiliki arti objek yang diproduksi dengan tujuan untuk dijual, dan kata yang mempunyai makna *modification* (modifikasi), yakni perubahan versi bentuk dan ukuran sebelumnya ke bentuk dan ukuran yang baru (Baharun & Niswa, 2019: 78) Secara teoritik, komodifikasi menjelaskan cara kapitalis dalam menjaga suatu tujuan untuk mengakumulasi kapital atau merealisasi nilai melalui transformasi nilai guna kepada nilai tukar. Vincent Mosco, dalam bukunya yang berjudul *"The Political Economy of Communication: Rethinking and Renewal"* (Mosco, 1996: 143–144), menyampaikan bahwa komodifikasi merupakan sebuah perubahan nilai guna menjadi nilai tukar. Sebuah barang diukur bukan berlandaskan kegunaannya dalam memenuhi kebutuhan, akan tetapi diukur berlandaskan dengan apa yang bisa didapatkan dari barang tersebut. Komodifikasi adalah sebuah konsep yang universal, karena konsep ini tidak hanya membahas persoalan nilai tukar atau guna suatu barang, akan tetapi juga terkait dengan persoalan produksi, distribusi dan konsumsi suatu komoditas. Konsep komoditas seringkali dikaitkan dengan konsep kapitalisme, dimana komodifikasi merupakan salah satu aspek di dalamnya. Komodifikasi juga dapat mencakup berbagai aspek kehidupan melingkupi aspek pendidikan, budaya, sampai agama.

Komodifikasi agama adalah suatu bentuk transformasi yang bermuara pada pengubahan simbol-simbol keagamaan menjadi komoditas yang diperdagangkan untuk mendapatkan keuntungan tertentu (Saiful Hakam, Saiful Pamungkas, dan Erni Budiwanti 2016). Komodifikasi agama merupakan satu

bentuk materialisasi dengan tujuan mengakumulasi kapital, atau menyadari transformasi nilai guna menjadi nilai tukar (Moch. Fakhruroji, 2016: 205). Menurut Kitiarsa komodifikasi agama merupakan sebuah interaksi yang saling berhubungan dan berulang antara agama dengan pasar, dan timbul sebagai suatu proses yang dilakukan manusia dalam kehidupan di masyarakat dan budaya, serta kondisi faktual yang manusia temui (Kitiarsa, 2010: 989).

Istilah komodifikasi agama pertama kali diperkenalkan oleh Greg Fealy dalam *Consuming Islam: Commodified Religion and Aspirational Piety in Contemporary Indonesia*, serta dalam tulisan Greg Fealy dan Sally White, *Expressing Islam: Religious Life and Political in Indonesia* (Fealy & White, 2008: 16). Melalui tulisannya ia mengemukakan, Komodifikasi agama merupakan komersialisasi pada suatu objek keagamaan atau merubah keimanan serta simbol-simbol agama menjadi sebuah komoditas yang dapat diperjual-belikan untuk memperoleh margin. Dalam prosesnya objek agama tersebut dikemas sedemikian rupa agar menjelma menjadi sebuah komoditi yang memiliki nilai jual. Komodifikasi agama biasanya terjadi saat potensi pasar suatu umat beragama yang ada memiliki prospektif yang menjanjikan. Dalam riset ini, potensi pasar umat beragama Islam di Indonesia merupakan sebuah peluang bisnis baru dalam menjual nilai-nilai serta simbol agama. Nilai serta simbol keIslaman yang dipaparkan pada penelitian ini, lebih difokuskan pada simbol agama Islam di dalam konteks pariwisata yang tengah populer beberapa tahun terakhir, yaitu *Halal tourism* atau *Islamic tourism*.

Konsep komodifikasi agama dapat dianggap sebagai aspek positif, hal ini dijelaskan lebih lanjut oleh Kitiarsa yang memaparkan bahwa komodifikasi (dan modernisasi) bukan merupakan aspek yang dapat menjatuhkan nilai agama. Melainkan, komodifikasi agama dapat melahirkan penafsiran yang bersifat hidup dan menghasilkan aspek keterukaan lintas tradisi dan masyarakat keagamaan. Karena pada posisinya dalam konsep ini agama seperti memperoleh identitas dan kekuatannya untuk berkompetensi mencuri atensi para konsumen di dalam suatu "pasar spiritual." (Kitiarsa, 2010: 989) Namun di sisi lain juga terdapat pemaknaan secara negatif terhadap komodifikasi agama. Konsep ini seringkali dipandang sebagai usaha dalam menyalurkan dan mengganti nilai-nilai spiritual yang semula memiliki peran sebagai pedoman hidup berubah menjadi sebuah nilai tukar. Agama diposisikan sebuah komoditas yang bisa diperjual belikan dan dinikmati oleh masyarakat. Serta agama juga dimodifikasi sesuai dengan permintaan pasar yang ada di masyarakat dengan berbagai kriteria yang telah ditentukan pihak produsen (Zulies Ulfiana, 2021:21).

### **Konsep Halal Tourism**

Apabila ditilik lebih lanjut, konsep *Halal Tourism* muncul dari konsep pariwisata religi. Awal mula pariwisata halal tumbuh dengan cepat, pariwisata religi pertama kali muncul karena tren ekonomi syariah yang memasuki seluruh aspek kehidupan

manusia, seperti halnya perbankan, asuransi, makanan, pakaian dan sebagainya. Tetapi konsep pariwisata syariah lebih mengedepankan dalam nilai-nilai syariah dalam pariwisata, sehingga hal tersebut dinilai dapat memberikan batasan dan hambatan bagi pasar pariwisata komunitas Muslim. Perjalanan syariah telah mengalami perubahan menjadi pariwisata halal. Label wisata halal (*halal tourism*) selanjutnya banyak diadopsi oleh banyak negara, terlebih negara-negara non OKI (Fatkurrohman, 2017: 10) Kata halal dalam konsep ini tidak hanya dapat diidentikkan dengan makanan dan minuman yang diperbolehkan untuk dikonsumsi. Namun juga memiliki arti untuk suatu perbuatan atau tindakan yang diperbolehkan menurut ajaran agaman Islam yang telah diatur tata cara pelaksanaannya dalam ketentuan hukum Islam baik yang bersumber dari Al-Qur'an, hadist maupun kesepakatan para ulama (Muh. Zaini, 2019: 33).

Istilah *halal tourism* mulai disebarluaskan sejak 2015 setelah penyelenggaraan *World Halal Tourism Summit* yang dilaksanakan di Abu Dhabi, Uni Emirat Arab (Fadhil Surur, 2020: 41). Sebelum mengenal konsep *halal tourism*, masyarakat di dunia lebih mengenal istilah *moslem tour*. Berdasarkan perspektif industri, pariwisata halal dianggap sebagai produk tambahan dari pariwisata konvensional. Halal tourism hadir sebagai pendekatan baru untuk pengembangan pariwisata atas prinsip kearifan lokal dan nilai-nilai Islam tanpa mengabaikan eksotisme dan orisinalitas budaya sebagai daya tarik wisata.

Konsep *halal tourism* pertama kali diperkenalkan kepada masyarakat sebagai alternatif untuk memenuhi kebutuhan akan gaya hidup yang disesuaikan dengan kebutuhan seorang muslim ketika berwisata (Munirah, L. dan Ismail, H. N. Muslim 2012). Menurut Toeman, Halal Tourism lebih menitik beratkan pada penyediaan produk halal yang dapat dinikmati oleh wisatawan muslim maupun nonmuslim. *Halal tourism* merupakan aktualisasi dari konsep keIslaman yakni nilai halal dan haram yang menjadi tolak ukur utamanya. Hal ini menandakan bahwa seluruh aspek kegiatan wisata tidak terlepas dari sertifikasi halal yang harus menjadi acuan bagi setiap pelaku pariwisata (Eka Dewi Satriana & Hayyun Durrotul Faridah, 2018: 39). Bagi wisatawan Muslim, wisata ini menawarkan kedamaian dan keamanan dalam hal makanan, akomodasi, dan lainnya. Bagi non-Muslim, wisata ini menawarkan solusi hiburan keluarga yang menyenangkan, aman, dan jauh dari pengaruh negatif. Sementara itu, menurut Sofyan, Halal Tourism tidak hanya menghadirkan rasa aman, halal, dan nyaman, tetapi juga menghadirkan produk yang sehat karena sesuai dengan ajaran Islam, serta tidak mengandung unsur-unsur yang berbahaya baik bagi manusia maupun lingkungan (Gustina & dkk, 2019: 124). Sofyan menjelaskan bahwa Halal Tourism memiliki tujuh kriteria umum, yaitu: berorientasi pada kepentingan bersama, berorientasi pada pencerahan, penyegaran dan ketenangan, menghindari kemusyrikan, bebas dari maksiat, menjaga keamanan dan kenyamanan, menjaga kelestarian lingkungan, dan menghormati nilai-nilai budaya, sosial dan kearifan lokal. (Yudhi Martha Nugraha, 2018: 65) Mohamed Battour dan Mohd Nazari Ismail

menyatakan bahwa "*any tourism object or action which is permissible according to Islamic teachings to use or engage by Muslims in tourism industry*" (Fatkurrohman, 2018: 2), artinya dalam konteks wisata halal, panduan yang digunakan adalah syariah Islam dalam layanan dan produk pariwisata tidak hanya di negara-negara Muslim, tetapi juga di negara-negara non-Muslim.

Global Islamic Tourism Index sebagai organisasi yang berfokus pada pengembangan pariwisata halal secara global menjelaskan bahwa pariwisata halal adalah pariwisata yang dilakukan menurut prinsip-prinsip Islam dengan tujuan menyediakan fasilitas dan layanan yang ramah terhadap wisatawan muslim (*Global Muslim Travel Index Report 2016: 10*). Konsep halal tourism bukan menjadikan daerah tempat wisata menjadi agamis, akan tetapi lebih pada membangun fasilitas untuk wisatawan muslim, seperti hotel, restoran dan tempat sholat. Wisata halal sebenarnya bisa dibidang berupa seperangkat layanan tambahan yang terkait dengan pengembangan 3A, yaitu Amenitas, Atraksi, dan Aksesibilitas yang merupakan pondasi pengembangan pariwisata Indonesia. (Siska & Mandalia, 2021: 1).

Menurut Abdul Kadir Din terdapat 10 komponen ideal yang harus terdapat pada wisata halal yaitu: (1) *Awareness*, pengenalan terhadap destinasi wisata yang baik dengan melakukan promosi; (2) *Atractive*, menarik untuk dikunjungi; (3) *Accessible*, dapat diakses dengan nyaman; (4) *Available*, tersedia destinasi wisata yang aman; (5) *Affordable*, dapat dijangkau oleh semua segmen; (6) *A range of accommodation*, akomodasi yang sesuai dengan karakter wisatawan; (7) *Acceptance*, sikap yang ramah dari masyarakat kepada wisatawan; (8) *Agency*, travel agen yang dapat memastikan paket berjalan dengan baik; (9) *Attentiveness*, sikap ramah yang diwujudkan dalam bentuk yang atraktif; dan (10) *Accountability*, akuntabilitas untuk memastikan keselamatan, keamanan, dan tidak ada korupsi. (Fahadil, 2017: 63) Dengan demikian, maka pariwisata halal merupakan jenis kegiatan untuk menciptakan kondisi layanan yang prima tanpa menghilangkan semua unsur yang terdapat pada wisata konvensional. Semua unsur dalam wisata konvensional akan terus dipertahankan selama tidak bertentangan dengan nilai dan prinsip agama Islam.

Di Indonesia sendiri, konsep *halal tourism* telah dijelaskan oleh Fatwa MUI No 108/DSN-MUI/X/2016, yang menjabarkan prinsip penyelenggaraan *halal tourism* di Indonesia harus memiliki 3 aturan yang meliputi (Gustina, Yenida, dan Novadilastri, 2019: 124):

1. Destinasi wisata wajib diarahkan pada ikhtiar untuk: a. Mewujudkan kemaslahatan umum b. Pencerahan, penyegaran dan penenangan c. Memelihara amanah, keamanan dan kenyamanan d. Mewujudkan kebaikan yang bersifat universal dan inklusif e. Memelihara kebersihan, kelestarian alam, sanitasi, dan lingkungan f. Menghormati nilai-nilai sosial budaya dan kearifan lokal yang tidak melanggar prinsip syariah.

2. Destinasi wisata wajib memiliki: a. Fasilitas ibadah yang layak pakai, mudah dijangkau dan memenuhi persyaratan syariah b. Makanan dan minuman halal yang terjamin kehalalannya dengan sertifikat halal MUI.
3. Destinasi wisata wajib terhindar dari: a. Kemusrikan dan khurafat b. Maksiat, zina, pornografi, pornoaksi, minuman keras, narkoba dan judi c. Pertunjukan seni dan budaya serta atraksi yang bertentangan dengan prinsip-prinsip syariah.

### Prinsip Halal Tourism

Hingga kini, belum ada prinsip-prinsip atau syarat utama wisata halal yang disepakati dan tidak banyak literatur atau praktisi yang mendiskusikan dan memaparkan hal tersebut. Berikut rangkuman prinsip-prinsip dan atau syarat utama wisata halal (Eka Dewi Satriana & Hayyun Durrotul Faridah, 2018: 39) : Makanan halal, Tidak ada minuman keras (mengandung alkohol), Tidak menyajikan produk dari babi, Tidak ada diskotik, Staf pria untuk tamu pria, dan staf wanita untuk tamu wanita, Hiburan yang sesuai, Fasilitas ruang ibadah (Masjid atau Mushalla) yang terpisah gender, Pakaian Islami untuk seragam staf, Tersedianya Al-Quran dan peralatan ibadah (shalat) di kamar, Petunjuk kiblat, Seni yang tidak menggambarkan bentuk manusia, Toilet diposisikan tidak menghadap kiblat, Keuangan syariah

Beberapa prinsip diatas memiliki perbedaan, tergantung pada kebijakan Negara yang mengembangkan wisata halal. Sehingga, diperlukan diskusi dan kajian mengenai hal tersebut yang dilakukan oleh peneliti, praktisi, serta para ulama yang memiliki pemahaman yang mendalam terkait hal ini. Namun, dari prinsip-prinsip atau syarat utama wisata halal diatas, merupakan hal mendasar bagi kebutuhan wisatawan muslim.

### Perbedaan Wisata Konvensional, Religi dan Wisata Halal

Agar lebih jelas dalam memahami konsep *halal tourism*, pada sub bab ini penulis akan menjelaskan perbedaan antara wisata konvensional, religi dan wisata halal.

| No | Perbandingan | Wisata Konvensional                | Wisata Religi                         | Wisata Halal                                    |
|----|--------------|------------------------------------|---------------------------------------|-------------------------------------------------|
| 1  | Obyek        | Alam, budaya, heritage dan kuliner | Tempat ibadah dan peninggalan sejarah | Semuanya                                        |
| 2  | Tujuan       | Menghibur                          | Meningkatkan spritualitas             | Meningkatkan spritualitas dengan cara menghibur |
| 3  | Target       | Menyentuh kepuasan dan             | Aspek spiritual yang bisa             | Memenuhi keinginan dan                          |

|   |                                               |                                                                                         |                                                              |                                                                                                                                                                                                    |
|---|-----------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|   |                                               | kesenangan yang berdimensi nafsu, semata-mata hanya untuk hiburan.                      | menenangkan jiwa guna mencari ketenangan bathin.             | kesenangan serta menumbuhkan kesadaran beragama.                                                                                                                                                   |
| 4 | 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 dan kepuasan batin dalam kehidupan manusia. |
| 5 | Fasilitas Ibadah                              | Sekedar Pelengkap                                                                       | Sekedar Pelengkap                                            | Menjadi bagian yang menyatu dengan obyek pariwisata, ritual ibadah menjadi bagian paket hiburan                                                                                                    |
| 6 | Kuliner                                       | Umum                                                                                    | Umum                                                         | Spesifik Halal                                                                                                                                                                                     |
| 7 | Relasi dengan Masyarakat sekitar Obyek Wisata | Komplementar dan hanya untuk keuntungan materi                                          | Komplementar dan hanya untuk keuntungan materi               | <i>Integrated</i> , interaksi berdasar pada prinsip syariah                                                                                                                                        |
| 8 | Agenda Perjalanan                             | Setiap Waktu                                                                            | Waktu-waktu tertentu                                         | Memperhatikan waktu.                                                                                                                                                                               |

Sumber : Laporan Akhir Pengembangan Wisata Syariah, Kemenpar, 2015.

Tulisan Fatkurrohman (Fatkurrohman, 2018: 2) menegaskan bahwa kehadiran wisata halal bisa menjadi pelengkap wisata konvensional yang sudah ada, sekaligus sebagai alternatif kepada wisatawan untuk mendapatkan kebutuhan wisata sekaligus spiritual.

### Pro Kontra Labelisasi Halal Pada Sektor Pariwisata di Indonesia

Istilah *Halal tourism* di Indonesia menjadi perbincangan hangat beberapa tahun terakhir. Wacana *halal tourism* di beberapa wilayah di Indonesia ternyata

menimbulkan pro dan kontra di kalangan masyarakat. Konsep Wisata Halal ditolak di beberapa daerah, diantaranya daerah yang memiliki wisata cukup terkenal di Indonesia.

Mengutip dari CNBC, tempat yang menjadi pro kontra lainnya adalah ketika pemerintah NTB akan menjadikan Gunung Rinjani sebagai pendakian syariah. Jalur pendakian akan dipisah antara pendaki laki-laki dan perempuan. Wacana yang digagas oleh Balai Taman Nasional Gunung Rinjani (BTNGR) ini dinilai sejalan dengan konsep wisata halal yang sedang ramai dibicarakan oleh Pemerintah Daerah Provinsi Nusa Tenggara Barat dan pelaku industri wisata. Akan tetapi, banyak juga yang menilai rencana pemisahan pendaki laki-laki dan perempuan di Gunung Rinjani terlalu berlebihan. Adapun setelah mendapat protes dari berbagai pihak, rencana kebijakan itupun dibatal kan. Pembatalan tersebut disampaikan sendiri oleh Sudiyono selaku kepala bidang taman nasional Gunung Rinjani. (Redaksi, 2019: 3).

Hal yang sama juga terjadi di Banyuwangi, yaitu di Pantai Santen. Mengutip dari travel.detik.com, pemerintah setempat memberlakukan konsep syariah beach. Adapun peraturannya selama berwisata di pantai, antara pengunjung laki-laki dan perempuan akan dipisah. Hal ini pun juga menuai pro dan kontra di kalangan masyarakat. Ada yang mengatakan bahwa Pantai Syariah Pulau Santen di Banyuwangi disebut pantai yang tak ramah dengan wisatawan. Pada akhirnya yang terjadi pengunjung pantai mengalami penurunan, dan warga sekitarlh yang kemudian menurunkan plang yang bertulis syariah beach karena dianggap merugikan mata pencarian mereka karena pengunjung pantai yang mulai sepi (Fanani, 2018: 1).

Penerapan konsep wisata halal yang digagas oleh Gubernur Sumatera Utara dengan dalil untuk meningkatkan jumlah wisatawan dari dalam negeri maupun luar negeri juga menuai protes. Rencana Pemerintah Provinsi Sumatera Utara untuk mempermosikan wisata halal di Kawasan Danau Toba Sumatera Utara mendapat kritikan dari beberapa kalangan. Mengutip dari kompas.tv, Salah satu pihak yang mengkritik wacana wisata halal di Danau Toba Sumatera Utara adalah aktivis lingkungan Danau Toba, Togu Simorangkir yang menilai tanpa ada wacana wisata halal kondisi pariwisata di Danau Toba sudah berjalan baik (Yudho Priambodo, 2019).

Kesalahan pemerintah dalam menerapkan kebijakan inilah yang pada akhirnya menuai protes masyarakat akan keefektivan konsep *halal tourism*. Wacana *halal tourism* dianggap menyinggung keberadaan agama lain, karena seolah-olah mereka adalah haram dan perlu untuk dihalalkan. Masyarakat yang kontra akan konsep ini berpendapat bahwa wacana *halal tourism* justru akan mematikan kearifan lokal dan cenderung berubah menjadi daerah yang agamis. Pro dan kontra terhadap *halal tourism* di beberapa daerah di Indonesia membuktikan bahwa antara konsep *halal tourism* dengan penerapannya di lapangan sangat berbeda sekali. Pemerintah perlu mengkaji ulang terhadap penggunaan kata “Halal” dalam

konteks pariwisata, sehingga penggunaan kata “Halal” tidak lagi menimbulkan multitafsir di masyarakat, karena mengingat isu agama di Indonesia menjadi hal yang sangat sensitif untuk dibicarakan.

### **Tinjauan Halal Tourism Dalam Perspektif Dakwah**

Banyak pelaku wisata atau masyarakat yang telah memperoleh mafhum terkait konsep *halal tourism* tersebut, namun banyak juga dari mereka yang tidak mengerti dan menyadari urgensitas kebijakan *halal tourism*. Akibat dari banyaknya masyarakat yang masih belum mengerti terkait konsep *halal tourism*, maka praktik dari kebijakan tersebut kelak akan berbeda-beda sesuai tingkat pemahaman pelaku usaha. Sekalipun masyarakat setempat telah mengakomodasi layanan dan fasilitas yang mereka katakan ‘halal’, meskipun kebijakan pariwisata halal di daerah terkait tidak diterapkan. Disinilah peran da’i dibutuhkan dalam memberikan edukasi kepada masyarakat terkait konsep *halal tourism* (Iman, 2020: 26).

Misi dari penerapan *halal tourism* ini sewajarnya tidak hanya sekedar mengoptimalkan segi ekonomi sebuah negara, tetapi juga dapat membuahkan aspek-aspek lain yakni kesejahteraan dan keadilan sosial bagi masyarakat. Indonesia semestinya lebih arif dalam mengembangkan *halal tourism*, dengan tidak sekedar mengekor tren global hari ini akan tetapi juga berfokus terhadap kondisi masyarakat sekitar. Kuncinya adalah bagaimana mengadakan pariwisata halal yang merujuk pada nilai-nilai Islam, yang berpusat dalam keadilan sosial dan kesejahteraan masyarakat. Masyarakat Indonesia yang didominasi dengan penganut agama Islam tentunya merasa tenang dan aman dengan adanya ketentuan dan transparansi antara halal dan haram. Hal ini tampak didalam keseharian masyarakat yang memprioritaskan dan mendahulukan perbuatan, makanan dan minuman yang bersifat halal. Perilaku ini dilakukan agar diri mereka terjaga dari hal-hal yang dilarang oleh agama dan sesuai dengan syariat agama. Sehingga, *halal tourism* dapat dijadikan sebagai salah satu syiar dakwah Islam, karena dari hal tersebut wisatawan dapat mengenal nilai-nilai Islam dalam *halal tourism*. (Sadiah, 2020).

Menilik konsep *halal tourism* ialah wisata yang berbasis dalam penyediaan layanan dan fasilitas halal berdasarkan syariat Islam. Maka dapat ditemukan berbagai pesan dakwah yang terdapat dalam *halal tourism*, meliputi: .(Wirawan, 2021: 72-77)

#### **1. Aqidah**

Aqidah adalah dasar keyakinan yang terdapat dalam Islam. Aqidah melingkupi persoalan yang terkait rukun iman dan berkaitan erat dengan akal dan wahyu. Pada konsep wisata halal penanggung jawab wisata halal mengadakan tempat ibadah sehingga turis mudah dalam melakukan kewajibannya yakni beribadah dan selalu memikirkan Allah SWT meskipun sedang bepergian ke suatu tempat wisata. Keberadaan fasilitas serta aspek

kemudahan dalam memperoleh tempat ibadah dapat memberikan keleluasaan terhadap para pelancong dalam melaksanakan ibadah kepada Allah SWT, sehingga akidah dalam diri seorang muslim dapat terus terjaga. Konsep wisata halal berfokus pada aspek wisatawan agar mengutamakan aqidah meski sedang berwisata. Para pelancong juga mengingat dan melaksanakan perintah Allah, yang berarti juga berhati-hati agar terhindar dari perbuatan yang dilarang oleh Allah SWT.

## 2. Syari'ah

Syari'ah merupakan ketentuan Allah SWT yang dibawa oleh Rasulullah SAW, yang mengatur hubungan manusia dengan Pencipta Nya, manusia dengan dirinya sendiri serta manusia dengan manusia. Sehingga syariah adalah prosedur yang berisi seperangkat aturan terkait kehidupan manusia yang bertujuan untuk memperoleh ridha Allah. Pada konsep *halal tourism*, berpedoman halal dalam melakukan kegiatan wisata merupakan hal yang harus dilaksanakan. Hal ini juga mencakup dalam aspek-aspek yang terkandung dalam ruang lingkup *halal tourism* seperti destinasi, penjualan dan *advertising*, kelembagaan, pengelolaan dan pemeliharaan, serta pembiayaan disandarkan pada syariat Islam, sehingga kegiatan wisata yang mempunyai tujuan untuk memenuhi hajat rekreasi juga dapat berfaedah bagi kejiwaan, pengetahuan dan tidak melanggar dari apa-apa yang telah ditentukan Allah SWT.

## 3. Mu'amalah

Tujuan *halal tourism* ialah untuk menumbuhkan kuantitas kunjungan wisatawan muslim yang mayoritas datang dari timur tengah. Meski demikian, wisata dengan konsep *halal tourism* tidak ditujukan bagi pelancong muslim saja. Pelancong non muslim juga bisa menikmati sajian dan layanan wisata halal. wisatawan yang datang berasal dari lokal maupun mancanegara, secara langsung maupun tidak langsung akan mengakibatkan interaksi antara pengelola dengan wisatawan maupun antar wisatawan. Mu'amalah adalah interaksi sosial yang dilakukan manusia dan sesuai dengan syariat Islam. Mu'amalah dapat terjadi karena manusia merupakan makhluk sosial yang tidak dapat hidup berdiri sendiri.

Konsep *halal tourism* mencakup dalam aturan hubungan setiap komponen yang terkait dalam wisata halal yang disandarkan dengan ajaran Islam. Di dalamnya terdapat pengaturan terkait pelaksanaan dan pelayanan wisata oleh pengelola kepada wisatawan yang datang dari kalangan muslim maupun non muslim serta tidak terdapat perbedaan dalam pelayanan yang diberikan terhadap wisatawan. *Halal tourism* merupakan sebuah konsep wisata yang dapat menjamin kenyamanan wisatawan agar dapat menikmati kunjungan wisata dengan rasa aman, halal dan adanya unsur kemudahan bagi wisatawan dan pengelola. Hal tersebut menandakan bahwa muamalah dalam Islam yang memiliki aturan terkait hubungan antar manusia dengan

mengedepankan aspek kenyamanan terhadap wisatawan dalam menikmati perjalanan wisata. Bahkan antar muslim satu dengan muslim lain tidak dapat melakukan interaksi tanpa adanya kebutuhan yang sangat penting serta saling tolong menolong.

#### 4. Akhlak

Pesan dakwah akhlak memiliki kaitan erat dengan perbuatan manusia yang mencakup antar sesama manusia, dengan Allah SWT, maupun makhluk lainnya. Akhlak yang dapat dijadikan *uswah* bagi manusia terdapat pada diri Rasulullah SAW. Salah satu dakwah yang dilakukan Rasulullah ialah untuk menyempurnakan akhlak manusia. Rasulullah merupakan taulada dalam melakukan setiap aspek kegiatan manusia. Tidak terkecuali dengan pelaksanaan *halal tourism*. Konsep wisata halal memiliki nilai-nilai dan ajaran yang dicontohkan oleh Rasulullah SAW. Biro Perjalanan dan pengelola wisata harus memiliki persyaratan untuk memahami serta sanggup menjalankan nilai-nilai syariah.

Berakhlak terpuji, jujur, amanah, komunikatif, dan bertanggung jawab. Berpenampilan sopan sesuai dengan etika didalam Islam, dan mencontohkan serta menampakkan nilai-nilai Islami selama dalam perjalanan wisata. Hal-hal tersebut merupakan aspek akhlak yang terkandung dalam konsep *halal tourism* dan menunjukkan jika pelaksanaannya mengandung pesan bahwa penyelenggaraan wisata halal dilaksanakan dengan menjunjung aspek akhlak terpuji. Sehingga pihak pengelola pada pariwisata halal memiliki kewajiban untuk memahami dan menerapkan nilai-nilai syariah dalam setiap layanannya yakni memahami kebutuhan dasar wisatawan Muslim. Jadi, pesan dakwah akhlak yang terkandung dalam konsep *halal tourism*, antara lain ialah seputar persoalan pelayanan yang berkaitan dengan aktivitas wisata secara luas. Sehingga, tidak ada satu pun aktivitas dalam wisata halal yang memiliki nilai kebebasan karena secara keseluruhan aktivitas wisata tetap dalam koridor nilai-nilai dari ajaran akhlak Islam.

Pada perkembangannya konsep halal bergerak tidak hanya pada produk-produk konsumsi namun juga menjadi branding produk dan layanan tertentu. Terjadinya komodifikasi halal disebabkan adanya oleh perubahan sosio ekonomi, teknologi dan kebudayaan yang pada akhirnya mendorong upaya umat Muslim untuk mencari kepastian moral, pengayaan spiritual dan identitas yang saleh. Adapun bentuk komodifikasi agama dalam *halal tourism* meliputi peningkatan fenomena *halal tourism* yang dibuktikan dengan banyaknya wisata di Indonesia yang berlabelkan halal dan membawa *branding* islam dalam proses pemasarannya. Pelabelan ini semakin meluas dengan adanya media yang ikut mengiklankan wisata halal. Pada hal inilah yang kemudian dapat dikatakan bahwa halal tourism sebagai bentuk komodifikasi agama, karena pada saat ini label halal menjadi suatu pertimbangan dalam penentuan pilihan konsumsi. (Fischer 2011, 31)

## Penutup

Tidak selamanya komoditasi agama dalam pengertian sempit yaitu menjual label agama dapat dimaknai dari segi yang sempit atau negative. Komodifikasi agama di era modern terutama dalam kapitalisme modern dapat dipahami sebagai sesuatu yang positif, yakni tidak hanya mendatangkan keuntungan komersil semata, akan tetapi akan terbentuknya identitas muslim yang baru. Atau bisa juga diartikan sebagai salah satu pemenuhan kebutuhan masyarakat muslim itu sendiri. Seperti halnya komodifikasi agama pada *halal tourism* yang secara garis besar merupakan perkembangan sektor pariwisata yang mengusung konsep halal yang dimana saat ini tengah menjadi trend di masyarakat. Mengusung kata halal pada sektor pariwisata, merupakan strategi untuk menarik pasar. Bentuk komodifikasi agama dalam konsep halal tourism ialah label halal dan *branding* Islam yang disematkan dalam objek pariwisata. Pada aspek inilah dapat dikatakan bahwa *halal tourism* sebagai bentuk komodifikasi agama, karena pada hari ini label halal merupakan sebuah pertimbangan dalam menentukan pilihan.

Tren *halal tourism* atau wisata halal yang mulai berkembang merupakan sebuah gebrakan baru dalam sarana untuk mensyiarkan dakwah Islam. Sehingga dalam perspektif dakwah komodifikasi agama merupakan sebuah hal yang tidak perlu dipermasalahkan karena jika disikapi secara benar komodifikasi agama dalam *halal tourism* dapat dipandang secara positif, sebab komodifikasi dalam wisata halal tidak menurunkan nilai atau merusak agama. Justru sebaliknya, komodifikasi agama telah membuahkan penafsiran yang hidup dan terbuka lintas tradisi dan masyarakat keagamaan. Meskipun banyak terjadi pro kontra terhadap labelisasi halal di beberapa daerah, hal ini tidak semata-mata menjadikan prinsip-prinsip wisata halal yang mencerminkan nilai-nilai Islam serta pesan-pesan dakwah yang terkandung didalamnya mampu menjadikannya bagian dari dakwah Islam.

## Daftar Pustaka

- A. Karim, Uchith. (2013). *Perilaku Komunitas Muslim Perkotaan dalam Mengonsumsi Produk Halal*. Jakarta: Kemenag RI.
- Baharun, Hasan, dan Harisatun Niswa. (2019). "Syariah Branding; Komodifikasi Agama Dalam Bisnis Waralaba Di Era Revolusi Industri 4.0." *INFERENSI: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan* 13.
- Fahadil, Amin Al. (2017). "Penyelenggaraan Parawisata Halal di Indonesia (Analisis Fatwa DSN-MUI tentang Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata Berdasarkan Prinsip Syariah)." *JURNAL ILMU SYARIAH DAN HUKUM* 2.
- Fakhruroji, Moch. (2010). "Komodifikasi Agama sebagai Masalah Dakwah." *Jurnal Ilmu Dakwah* 5.

- Fakhrurroji, Moch.. "Privatisasi Agama: Globalisasi dan Komodifikasi Agama." *UIN SGD Bandung*. <https://docplayer.info/41809445-Privatisasi-agama-globalisasi-dan-komodifikasi-agama.html>.
- Fanani, Ardian. (2018). "Pantai Pulau Santen Terkini di Banyuwangi, Tak Ada Pemisahan Pria Wanita." *detikTravel*. <https://travel.detik.com/travel-news/d-4614080/pantai-pulau-santen-terkini-di-banyuwangi-tak-ada-pemisahan-pria-wanita> (Desember 16, 2022).
- Fatkurrohman. (2017). "Developing Yogyakarta's Halal Tourism Potential for Strengthening Islamic Economy in Indonesia." *Jurnal A/kearuna* 13.
- \_\_\_\_\_. (2018). "Konsep dan Ruang Lingkup Wisata Halal." *Wisata Halal Universitas Gajah Mada*. <https://wisatahalal.sv.ugm.ac.id/2018/08/23/konsep-dan-ruang-lingkup-wisata-halal/>.
- Fealy, Greg, dan Sally White. (2008). *Expressing Islam: Religious Life and Political in Indonesia*. Singapore: Iseas Publishing.
- Fealy, Greg. (2008). *Consuming Islam: Commodified Religion And Aspirational Pietism In Contemporary Indonesia* dalam Greg Fealy and Sally White, (Eds.) *Expressing Islam: Religious Life and Politics in Indonesia*. Singapore: Southeast Asian Studies.
- Fischer, J. (2011). *The Halal Frontier: Muslim Consumers in a Globalized Market*. Palgrave Macmillan US.
- Garit Bira Widhasti. (2017). "Diplomasi Publik Pemerintah Republik Indonesia Melalui Pariwisata Halal." *Jurnal Solidaritas: Ilmu-Ilmu Sosial* 1.
- Global Muslim Travel Index Report 2016 Singapore: CrescentRating. 2016.
- Gustina dan dkk. (2019). "Potensi Wisata Halal Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat." *Jurnal Ilmiah Poli Bisnis*, 11. <http://ejournal2.pnp.ac.id/index.php/jipb/article/view/254>.
- Gustina, Yenida, dan Novadilastri. (2019). "Potensi Wisata Halal Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat." *Jurnal Ilmiah Poli Bisnis* 11.
- Hakam, Saiful Saiful Pamungkas, dan Erni Budiwanti. (2016). "Komodifikasi Agama-Agama di Korea Selatan." *Jurnal Kajian Wilayah* 7.
- Harahap, Nursapia. (2014). "Penelitian Kepustakaan." *Jurnal Iqra'*.
- Iman, Chandra Duriyatin Nurul. (2020). "Dakwah Tsaqofah Pada Program Wisata Halal 'Muslim Heritage' Di Aliago Travel." bachelorThesis. Fakultas Ilmu Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarata. <https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/51550> (Desember 16, 2022).
- Kitiarsa, Pattana. (2010). *Menuju Sosiologi Komodifikasi Agama*, in *Sosiologi Agama*, ed. Bryan S. Turner. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Kristiantoro, Sony. (2021). "Komodifikasi Agama dalam Holy Land Tour: Sebuah Tinjauan Sosiologi Agama." 6.

- Mastercard-CrescentRating Global Muslim Travel Index (GMTI)* (2019). 2019. hJGfOCBy\_20190406\_MC-CR\_GMTI\_2019\_Interactive.pdf.
- Mosco, Vincent. (1996). *The Political Economy of Communication: Rethinking and Renewal*. London: Sage Publication Ltd.
- Munirah, L. dan Ismail, H. N. Muslim. (2012). *Tourists Typologi in Malaysia: Perspectives and Challenges*. Malaysia: Department of Urban and Regional Planning, Faculty of Built Environment.
- Nugraha, Yudhi Martha. (2018). “Analisis Potensi Promosi Pariwisata Halal Melalui E-Marketing Di Kepulauan Riau.” *Jurnal Penelitian Dan Karya Ilmiah Lembaga Penelitian Universitas Trisakti* 3. <http://garuda.ristekbrin.go.id/documents/detail/653041>.
- Priambodo, Yudho. (2019). “Pro Kontra Wacana Wisata Halal di Danau Toba.” *Kompas*. <https://www.kompas.tv/article/53691/pro-kontra-wacana-wisata-halal-di-danau-toba>.
- Redaksi. (2019). “Ramai Polemik Pemisahan Pendaki Non-muhrim di Gunung Rinjani.” *CNBC Indonesia*. <https://www.cnbcindonesia.com/lifestyle/20190620153813-33-79611/ramai-polemik-pemisahan-pendaki-non-muhrim-di-gunung-rinjani> (Desember 16, 2022).
- S Turner, Bryan. (2010). *Islam, Public Religion and Secularization Debate dalam Gabriele Marranci, (eds.), Muslim Societies and the Challenge of Secularization*. London: Springer.
- Sadih, Dewi. (2020). “Wisata Halal Sebagai Media Dakwah Berbasis Pendidikan Nilai di Pegunungan Darajat Pass Garut.” *Anida (Aktualisasi Nuansa Ilmu Dakwah)* 20(2): 183–200.
- Satriana, Eka Dewi dan Hayyun Durrotul Faridah. (2018). “Wisata Halal: Perkembangan, Peluang, Dan Tantangan” *Journal of Halal Product and Research (JHPR)* 01. <https://e-journal.unair.ac.id/JHPR/article/download/10509/5804>.
- Siska dan Mandalia. (2021). “Meluruskan Pro Kontra Konsep Wisata Hahal.” *PT Batam Intermedia Pers*.
- Surur, Fadhil. (2020). *Wisata Halal; Konsep dan Aplikasi*. Gowa: Alauddin University Press. <https://repositori.uin-alauddin.ac.id/17881/1/Fadhil%20Surur%20Ok.pdf>.
- Tanjung, Azriadi, dan Sriayu Aritha Panggabean. (2022). “Peluang Wisata Halal Terhadap Pengembangan Ekonomi Islam.” *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)* 5(2): 1470–78.
- Wirawan, Agung. (2021). “Pesan Dakwah Dalam Kebijakan Pariwisata Halal Pada Pemerintah Provinsi Nusa Tenggara Barat.” *KOMUNIKE* 13(2): 163–82.
- Zaenurrosyid, dan Lucy Zulies Ulfiana. (2021). “Komodifikasi Agama Dalam Islamic Tourism dan Aktivitas Ekonomi.” *Islamic Review: Jurnal Riset dan Kajian Keislaman* 5.
- Zaini, Muh. (2019). “Pengembangan pariwisata halal berbasis masyarakat untuk meningkatkan kesejahteraan: Studi Kasus pada Desa Wisata Sembalun Lawang,

Amjad Trifita & Fat'hiyah Khasanah Ar'rahmah

Kecamatan Sembalun, Kabupaten Lombok Timur, Nusa Tenggara Barat.”  
Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim. <http://etheses.uin-malang.ac.id/14725/>.