

PARIWISATA HALAL: JUSTIFIKASI PENGEMBANGAN PEMBANGUNAN PARIWISATA BERKELANJUTAN

Kiki Hardiansyah Siregar^{1*}, Nazamuddin Ritonga²

¹Program Studi Ekonomi Pembangunan, Fakultas Sosial Sains, Universitas Pembangunan Panca Budi

²Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Sultan Syarif Kasim

Jl. Gatot Subroto Km. 4,5 Kec. Medan Sunggal - Kota Medan - 20122

*Korespondensi Penulis: qq.hardiansyah017@gmail.com

Abstract: Sustainability is a world concern embedded in every area of human life including the economy, environment, and also social aspects. Tourism is one of the main areas of the economic aspect where sustainability is an enhanced concern that has been defined by several organizations such as WTO, ICOMOS, and other research studies. Halal tourism is often termed Islamic tourism or Muslim-friendly tourism and is a new concept in the tourism industry that can attract opportunities to boost economic growth. The concept of 'Halal' is also with the concept of 'Thayyib' (good). 'Halal' means that is allowed by sharia for humans. The combination of Halal-Thayyib (halal and good) can be attributed to every area of sustainability. In reality, halal industry components meet sustainable development goals (SDGs) and can contribute significantly to economic sustainability and increase industry growth. Halal tourism has become a lifestyle choice for Muslim tourists and also attracts non-Muslims. The latest data shows Muslim spending on Halal travel was USD169 billion in 2019 and is estimated to reach USD 283 billion by 2022. This perspective is also acceptable to consumers by all circles by putting aside the religious spirit. Based on the study of libraries and secondary data, this paper defines the term 'Halal' which is accepted and welcomed by all circles, defining halal in the form of labels as an acronym of the word HALAL. The inference of the definition of halal tourism is intended to integrate all aspects (Sharia law, target customers, objectives, objectives, and products and services) for sustainable tourism purposes. At the same time, justify the definition of sustainable tourism from an Islamic perspective. The study also identified how halal tourism contributes to sustainable development (SDGs), explores the scope of halal tourism to contribute more broadly to other aspects, affirms the perspective of halal tourism sustainability, and opens up a broader scope of research on the components of the halal industry and sustainable development.

Keywords: Halal Tourism; Moslem-Friendly Tourism; Sustainable Development (SDGs)

PENDAHULUAN

Industri halal adalah industri dengan pertumbuhan tercepat dalam perekonomian global dengan tingkat pertumbuhan tahunan sebesar 20 persen. Pada 2019, ukuran pasar halal global diperkirakan mencapai USD 5,73 triliun dan diproyeksikan mencapai USD 6,53 triliun pada tahun 2024 (Sumber data: www.reportbuyer.com). Salah satu potensi dan komponen industri halal yang berkembang pesat adalah sektor pariwisata. Data menunjukkan pengeluaran Muslim untuk perjalanan Halal adalah US \$ 169 miliar pada tahun 2016 dan diperkirakan mencapai USD 283 miliar pada tahun 2022 (Thomson Reuters dan Dinar Standard, 2017). Jumlah wisatawan Muslim diperkirakan 131 juta secara global (11% dari wisatawan internasional) dan diperkirakan tumbuh 156 juta pada tahun 2020 (Crescentrating, 2018). Populasi Muslim saat ini adalah 2,18 miliar yaitu 28,26% dari total populasi meningkat 1.84% per tahun (Populasi Muslim di Dunia, n.d.). Selain itu, pendapatan per kapita rata-rata Muslim telah meningkat dari USD 1763 menjadi USD 10.728 dari 1993 hingga 2019 dan Negara-negara OKI memiliki PDB gabungan sebesar USD 27,9 triliun ("Economy of the Organisation of Islamic Cooperation," Wikipedia, 2015). Statistik tersebut menunjukkan potensi peluang industri perjalanan halal untuk memasuki pasar konsumen Muslim global.

Namun konsep 'Halal' tidak hanya terbatas pada konsumen muslim saja, meskipun sasaran utamanya adalah konsumen muslim. Kata halal berasal dari kata Arab yang berarti 'diperbolehkan' atau 'halal' menurut aturan dan ketentuan Islam. Selain itu, asosiasi kata 'Toyyiban', yang berarti 'baik' bagi manusia. Jadi, semua komponen halal Industri termasuk sektor perjalanan halal

menyediakan produk dan layanan yang baik dan berkualitas bagi konsumen. halal industri juga diterima oleh konsumen non muslim sebagai pilihan gaya hidup karena nilai-nilai yang diusung oleh industri halal seperti kesejahteraan hewan, tanggung jawab sosial, ramah lingkungan, keadilan ekonomi dan sosial, dan etika investasi (Pasifik, 2010).

Namun industri halal global masih menghadapi tantangan dalam menciptakan kesadaran di kalangan konsumen khususnya konsumen non-Muslim. Masalah seperti itu ada di dalam semua komponen rantai perjalanan halal yang mencakup makanan halal, hotel dan restoran halal, pemandu ramah Muslim, perawatan medis halal, logistik halal, dan produk lainnya. Banyak konsumen di seluruh dunia khususnya konsumen non-Muslim yang memiliki persepsi stereotip bahwa produk halal adalah Islami dan hanya untuk Muslim (Haque, et. al 2015). Industri Halal juga tidak boleh melupakan besarnya jumlah wisatawan non-Muslim. Data terakhir menunjukkan, pelancong internasional di seluruh dunia ternyata 1,19 miliar pada tahun 2019 dan diproyeksikan melebihi 1,8 miliar pada tahun 2030 (Global travel and tourism industry-Statistics & Facts|Statistika, n.d.).

Konsep halal juga mengadopsi pembangunan berkelanjutan yang merupakan perhatian dunia yang tertanam dalam setiap bidang kehidupan manusia meliputi aspek ekonomi, lingkungan, dan sosial. Demikian pula, pariwisata adalah salah satu bidang utama dari perekonomian keberlanjutan menjadi perhatian yang meningkat. Pariwisata berkelanjutan telah didefinisikan oleh beberapa organisasi seperti WTO. Selain itu, wisata halal yang sering juga disebut dengan wisata Islami atau pariwisata ramah muslim merupakan konsep baru dalam pariwisata industri yang membuka peluang baru dan menarik untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi. Industri halal, pada kenyataannya, membahas beberapa tujuan pembangunan berkelanjutan (SDGs) dan dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap keberlanjutan ekonomi. Oleh karena itu, penting untuk memperjelas definisi dan konsep pariwisata halal, untuk menghilangkan kesalahpahaman di antara konsumen non-Muslim dan menumbuhkan persepsi positif universal oleh semua lapisan konsumen secara global.

Berkaitan dengan hal tersebut, paper ini bertujuan untuk memberikan definisi universal tentang 'Halal' agar dapat diterima oleh semua lapisan konsumen dan menjadikannya suatu persepsi positif terhadap produk dan layanan halal. Tujuan lain dari paper ini adalah untuk menegaskan konsep definisi 'Halal' dalam kaitannya dengan industri perjalanan halal dan mendefinisikan pariwisata halal dibandingkan dengan pariwisata berkelanjutan. Paper ini juga bertujuan untuk melihat bagaimana pariwisata halal berkontribusi terhadap pembangunan berkelanjutan (SDGs). dan apa saja ruang lingkup tujuan pengembangan keberlanjutan (SDGs). Kerangka studi yang dikembangkan berdasarkan tujuan diatas digambarkan pada Gambar 1.



Gambar 1. Kerangka Studi

TINJAUAN PUSTAKA

Konsep 'Halal' telah didefinisikan oleh banyak peneliti dan juga organisasi. Arti harfiah dari Halal bisa jadi diungkapkan dengan akarnya kata halla, yahillu, hillan, wahalan yang menunjukkan segala sesuatu yang halal, dan tidak dilarang dalam Islam (Al-Qaradawi, 2013). Sama halnya seperti yang diungkapkan oleh Farki, 1966, Siddiqui, & Haider, 2015. Aspek halal diperbolehkan dan berlaku untuk setiap bidang kehidupan manusia karena Islam memberikan pedoman lengkap tentang konsumsi manusia, ibadah, dan sosial, lingkungan, ekonomi, serta perilaku politik (Hussain & El-Alami, 2007).

Definisi yang diungkapkan oleh JAKIM, 2015 ditujukan untuk konsumsi muslim berkaitan dengan produk dan layanan di industri Halal meliputi aspek penyembelihan hewan, bebas dari najis, higienis, tidak beracun atau berbahaya (baik), dan sesuai dengan hukum Syariah (halal) (JAKIM, 2015).

Amat, 2006, dan Golnaz, Zainalabidin, Nasir, & Chiew, 2010 dalam papernya menyebutkan Halalan Toyyiban merupakan konsep untuk menjaga kebersihan, keamanan makanan dan tempat sesuai dengan standar yang diberikan untuk menjamin mutu. Kajian tersebut juga menyatakan produk Halal diterima oleh konsumen non-Muslim dikarenakan konsep Toyyiban. Selain itu, Walker (1978) mengomentari konsep kemurnian merek Halal, sebagai loyalitas merek kepada pelanggannya.

Pertumbuhan pesat industri Halal Global (20 persen pertahun) dengan nilai pasar global USD 2,3 triliun (tidak termasuk keuangan syariah) membuktikan produk dan layanan Halal diterima di seluruh dunia (Thomson Reuters dan Dinar Standard, 2017). Integrasi nilai-nilai etika dengan nilai-nilai agama membuka batas industri halal dari 2,8 miliar Muslim konsumen hingga konsumen non-Muslim di seluruh dunia. produk dan layanan Halal diterima dengan baik oleh konsumen non-Muslim sebagai pilihan gaya hidup karena nilai-nilai yang diusung oleh industri halal seperti etika penyembelihan hewan, tanggung jawab sosial, ramah lingkungan, keadilan ekonomi dan sosial, dan etika bisnis (Pasifik, 2010).

Kesimpulannya, Kajian tentang definisi Halal adalah mengimplikasikan jaminan dalam konsumsi barang halal tanpa keraguan tentang kualitas, loyalitas, dan kepatuhan syariah terkait kehalalan yang merupakan konsep untuk mempengaruhi Muslim maupun non-Muslim konsumen dalam mengambil keputusan yang tepat saat membeli produk atau layanan apa pun (Yusniza Kamarulzaman, Azian bin Madun, 2017, Majid et. Al. 2015).

Inferensi Definisi Halal

Dari tinjauan literatur tentang definisi Halal oleh berbagai ulama dan institusi, telah terwujud bahwa semua definisi halal sesuai dengan aspek agama. Di saat yang sama, jaminan kualitas, pemeliharaan kebersihan, dan etika penyembelihan hewan juga didukung. Selain itu, literatur juga menganjurkan aspek keberlanjutan produk dan layanan Halal. Namun, tidak satu pun dari definisi diatas menggabungkan semua aspek menjadi satu. Pada Tabel 1 dapat disajikan definisi Halal mencakup semua aspeknya. Tabel tersebut menganggap Halal sebagai akronim yang terdiri dari berbagai atribut produk dan layanan Halal. Akronim tersebut mengadopsi semua aspek halal (agama, etika, dan keberlanjutan) yang menggabungkan semua atribut bersama membentuk definisi Halal.

Tabel 1. Definisi Halal

		PEMBENARAN	REFERENSI
H	<i>Healthy and Harmless</i>	Halal mengaitkan konsep <i>Toyyiban</i> yang memastikan Halal itu sehat dan tidak berbahaya bagi manusia serta lingkungan. Ini mencakup aspek Etika dan Moral Halal.	JAKIM (2015), FAO and WHO (1997), Suryanom M. et. al, (2015), Haque et. al (2015), Willson (2014)
A	<i>Assured and Authentic</i>	Semua barang bersertifikat Halal dijamin kualitas dan keasliannya yang juga mencerminkan aspek etika halal.	Majid et. al. 2015, Nor Ainah Mujar, 2015, Amat, 2006, Walker (1978)

L	<i>Lawful and Legal</i>	Makna literal (diperbolehkan atau halal) dari Halal secara khusus mencerminkan aspek Islam. Namun, definisi yang ditetapkan oleh pembuat kebijakan, juga mengadopsi hukum negara (mis. Undang-undang deskripsi perdagangan, undang-undang penyembelihan hewan, dll.). Oleh karena itu, setiap item Halal patuh pada Syariah dan juga legal di daerah masing-masing. Karena tidak semua barang legal Halal. misalnya alkohol, babi, perjudian, dll.	Qaradhawi, 2013, Farki, 1966, (Hussain & El-Alami, 2007, Awan <i>et. al.</i> 2015, JAKIM, 2015, FAO and WHO (1997), Surianom M. <i>et. al.</i> , (2015)
A	<i>Able to sustain</i>	Halal mempromosikan kesejahteraan hewan, tanggung jawab sosial, ramah lingkungan, kepedulian terhadap bumi, keadilan ekonomi dan sosial, dan etika investasi. Selain itu, tiga atribut sebelumnya menunjukkan kemampuan Halal untuk dipertahankan.	Pacific, 2010, Battour & Nazari Ismail, 2015.
L	<i>Loyal and Liable</i>	Halal adalah loyal kepada pelanggannya dan secara bersamaan bertanggung jawab untuk menepati janji yang dipromosikan dalam menyediakan produk dan layanan berkualitas.	Yusniza K., Azian bin Madun, 2017, Majid <i>et. al.</i> 2015, Walker (1978)

Sumber: Dianalisis Penulis, 2020

Keberlanjutan adalah perhatian dunia yang melekat pada setiap bidang kehidupan manusia termasuk aspek ekonomi, lingkungan, dan sosial. Demikian pula, pariwisata salah satu bidang utama dari kegiatan ekonomi yang menjadi perhatian secara berkelanjutan. Pariwisata berkelanjutan telah ditetapkan oleh beberapa organisasi seperti WTO, UNESCO, dan kajian lainnya. Dalam paper ini mengulas literatur tentang definisi pariwisata Berkelanjutan dan wisata Halal. Kemudian, mengeksplorasi hubungan pariwisata halal dengan pembangunan berkelanjutan.

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah studi literatur. Metode studi literatur adalah serangkaian kegiatan yang berkenaan dengan metode pengumpulan data pustaka, membaca dan mencatat, serta mengolah bahan penelitian (Zed, 2008:3). Studi kepustakaan merupakan kegiatan yang diwajibkan dalam penelitian, khususnya penelitian akademik yang tujuan utamanya adalah mengembangkan aspek teoritis maupun aspek manfaat praktis. Studi kepustakaan dilakukan oleh setiap peneliti dengan tujuan utama yaitu mencari dasar pijakan/pondasi untuk memperoleh dan membangun landasan teori, kerangka berpikir, dan menentukan dugaan sementara atau disebut juga dengan hipotesis penelitian. Sehingga para peneliti dapat mengelompokkan, mengalokasikan mengorganisasikan, dan menggunakan variasi pustaka dalam bidangnya. Dengan melakukan studi kepustakaan, para peneliti mempunyai pengalaman yang lebih luas dan mendalam terhadap masalah yang hendak diteliti. Melakukan studi literatur ini dilakukan oleh peneliti antara setelah mereka menentukan topik penelitian dan ditetapkannya

Rumusan permasalahan, sebelum mereka terjun ke lapangan untuk mengumpulkan data yang diperlukan (Darmadi, 2011) Studi literatur Pengumpulan data Konsep yang diteliti Konseptualisasi Analisa Kesimpulan dan Saran. Pengumpulan Data Data yang digunakan berasal dari textbook, journal, artikel ilmiah, *literature review* yang berisikan tentang konsep yang diteliti.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pariwisata Berkelanjutan

Pariwisata merupakan industri jasa yang sangat bergantung pada sumber daya manusia. memiliki efek lingkungan, ekonomi, dan sosial-budaya pada keanekaragaman hayati yang

membuatnya penting untuk menjadi berkelanjutan. Pariwisata berkelanjutan berkontribusi untuk mencapai tujuan bersama dari Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (SDGs). Konservasi lokasi wisata dan habitat dikonstruksikan menggunakan pendapatan yang diperoleh dari pengunjung (sumber: World Tourism Organization). Secara global, ada 900 juta pengunjung setiap tahun (ETE Ecological Tourism in Europe, n.d.). pariwisata berkelanjutan dapat memainkan peran penting dalam menciptakan kesadaran wisatawan di seluruh dunia tentang kelestarian lingkungan dan konservasi keanekaragaman hayati.

Menurut definisi yang diberikan oleh Organisasi Pariwisata Dunia (UNWTO), pariwisata berkelanjutan diharapkan dapat mengadopsi sejumlah upaya berkelanjutan yang meliputi memenuhi kebutuhan wisatawan, melindungi wilayah dari kerusakan, dan menyediakan kebutuhan ekonomi dan sosial konsumen secara seimbang dengan memanfaatkan sumber daya yang tersedia. Selain itu, definisi tersebut juga menetapkan tujuan untuk melestarikan keanekaragaman hayati, memelihara keutuhan budaya, dan proses ekologi yang esensial. Secara keseluruhan, pariwisata berkelanjutan melindungi manfaat dari aspek ekonomi dan sosial industri dengan meminimalkan efek negatif pada semua aspek (alam, sejarah, budaya, dan lingkungan) yang terkait dengan pengembangan industri (ETE Ecological Tourism in Europe, n.d.).

Pengertian pariwisata berkelanjutan telah dijelaskan oleh banyak organisasi, peneliti dan akademisi lain dimana tujuan utamanya sama seperti yang dinyatakan oleh UNWTO. Misalnya, International Council on Monuments and Sites (ICOMOS) mengacu pada semua aktivitas di bidang pariwisata yang dapat dikelola untuk jangka panjang dan berdampak positif terhadap masyarakat, lingkungan, budaya, alam, dan ekonomi penduduk (WTO dan ICOMOS, nd).

Pariwisata Halal

Pariwisata halal yang sering diistilahkan sebagai pariwisata Islami atau pariwisata ramah Muslim, merupakan konsep baru dalam industri pariwisata yang membuka peluang baru dan menarik untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi (Battour & Nazari Ismail, 2015). Islam memberikan pedoman dalam setiap tingkah laku kehidupan manusia salah satunya berkaitan dengan pariwisata yang termasuk bagian penting perekonomian. Dalam pandangan Islam, istilah 'Wisata Halal' dibenarkan dengan mengintegrasikan dan mengadopsi definisi 'Halal' yang telah dijelaskan sebelumnya dalam paper ini.

Pengertian pariwisata yang ditetapkan oleh UNWTO meliputi aspek target konsumen, destinasi, tujuan perjalanan, serta produk dan jasa yang ditawarkan. Demikian pula, sejumlah studi telah mendefinisikan pariwisata halal dengan definisi yang berbeda dengan mempertimbangkan aspek yang berbeda dikaitkan dengan hukum Islam. Misalnya, Ja'fari dan Scott (2014), menyatakan pariwisata Islam harus memenuhi kebutuhan wisatawan sesuai dengan hukum Syariah dan persyaratannya. Selain itu, sasaran konsumen, tujuan, dan hukum Islam dipertimbangkan dalam definisi yang diungkapkan oleh Carboni et al. (2014). Sejalan dengan definisi tersebut, Zamani dan Henderson (2010) mendefinisikan pariwisata Islam sebagai produk industri perjalanan wisata bagi wisatawan muslim. Definisi tersebut tidak mempertimbangkan hukum Syariah dan menyatakan dapat diperluas untuk menargetkan konsumen non-Muslim juga. Sebuah studi oleh WTM (2007), memandang wisata halal sebagai wisata religi yang menitikberatkan pada hukum syariah yang harus dipertahankan terkait setiap tindakan dalam bisnis pariwisata. Sebaliknya, Henderson, (2009), Javed, (2007), dan Shakiri (2006) dalam studinya mengklaim bahwa pariwisata Islam berada di luar batasan agama dan dapat menjadi pariwisata yang tidak bertentangan dengan hukum Syariah. Untuk meringkas definisi pariwisata halal berdasarkan literatur dapat disajikan pada tabel 2. Tabel tersebut menunjukkan berbagai aspek yang perlu dipertimbangkan dalam pariwisata halal dan cakupan area dari setiap aspek.

Arti Halal yang paling banyak dikutip, seperti dibahas sebelumnya, adalah diperbolehkan atau halal. Begitu pula pariwisata yang disebut 'wisata halal' harus sejalan dengan hukum syariah, Maqasid Shariah untuk memahami bagaimana pariwisata halal dapat berkontribusi terhadap keberlanjutan. Maqasid Shariah yang bersumber dari Alquran dan Sunnah menetapkan lima tujuan pokok yang meliputi memelihara keimanan (agama), memelihara kehidupan, memelihara akal/budi, menjaga kekayaan (sumber daya), dan melestarikan garis keturunan (generasi penerus).

Tujuan-tujuan ini juga dianggap sebagai kebutuhan tingkat pertama (daruriyyat) (Shahwan & Mohammad, 2013, Jasser Auda, 2007).

Jasser Auda, 2007, menyatakan “Hukum Islam mendorong masyarakat yang adil, produktif, berkembang, manusiawi, spiritual, bersih, kohesif, ramah, dan sangat demokratis”. Oleh karena itu, pariwisata halal dapat memainkan peran penting dalam mencapai tujuan pembangunan berkelanjutan (SDGs) dengan mengikuti pedoman Syariah dan menjustifikasi definisi pariwisata berkelanjutan.

Tabel 2. Aspek Yang Akan Dicakup Oleh Definisi Pariwisata Halal

Aspek Yang Perlu Dipertimbangkan	Area Yang Akan Dicakup Dan Batasan Dari Setiap Aspek
Hukum Syariah	Segala tindakan yang relevan dengan pariwisata dan tidak bertentangan dengan hukum Islam. harus mematuhi standar yang diberikan oleh badan pengatur di masing-masing negara
Target Konsumen	Fokus pada konsumen Muslim yang secara global juga menarik konsumen non-Muslim
Tempat Tujuan	Seharusnya tidak terbatas pada dunia Muslim hanya karena Islam mendorong perjalanan (Al Quran 10:6, 45:3, 12:105, 31:31, 22:46).
Tujuan	Keagamaan (Haji dan Umrah) serta tujuan lain (bisnis, liburan, dll.) Yang tidak bertentangan dengan Islam.
Produk dan Layanan	Sesuai dengan kebutuhan yang berbasis keyakinan Muslim dan juga dapat dikonsumsi dan diterima oleh non-Muslim. Memenuhi definisi Halal yang disebutkan sebelumnya dalam penelitian ini.

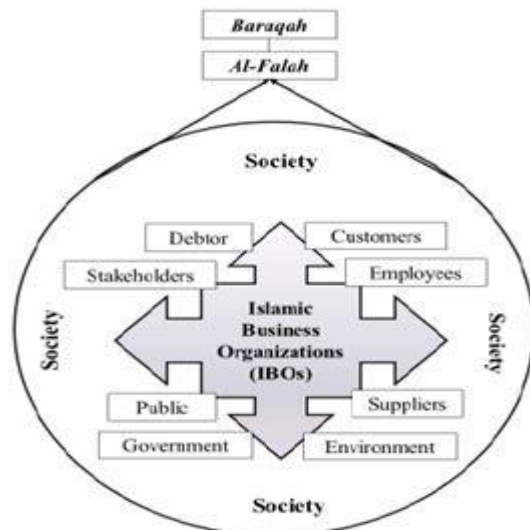
Sumber: dianalisis penulis, 2020

Justifikasi Pariwisata Halal Terhadap Pembangunan Berkelanjutan

Tujuan pembangunan berkelanjutan (SDGs), juga dikenal “Transforming our World: the 2030 Agenda for Sustainable Development” adalah serangkaian “tujuan global” aspiratif dan 169 target yang diadopsi pada tahun 2015 oleh 193 negara anggota PBB sebagai pemimpin ekosistem industri perjalanan Halal mencapai pembangunan berkelanjutan. Kunci dalam ekosistem perjalanan Halal adalah infrastruktur transportasi (maskapai penerbangan, kapal pesiar, bus dan kereta api), infrastruktur akomodasi atau pemasok perhotelan (hotel ramah Muslim, pantai, homestay, dll.), Makanan & minuman, agen perjalanan (halaltrip.com, halalbooking.com dll.), infrastruktur atraksi dan hiburan, serta infrastruktur pendidikan dan perawatan kesehatan (Thomson Reuters dan Dinar Standard, 2017). Semua komponen yang terhubung dengan industri perjalanan halal ini memiliki tanggung jawab masing-masing terhadap tujuan pembangunan berkelanjutan (SDGs).

1) Kesehatan Dan Kesejahteraan Masyarakat (SDGs Ke-3)

Dalam konteks pembangunan berkelanjutan, tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) merupakan peran krusial yang harus dilakukan oleh semua level industri maupun individu. Islam sangat mementingkan tanggung jawab filantropi dan juga mendorongnya dalam bentuk pemberian zakat, sedekah, dan kegiatan amal lainnya (Al Quran: 21:73; 2:219; 6:141; 2:215; 17:26-29; 7:156; 9:60; 2:276). Zakat dan shadaqah untuk memastikan distribusi kekayaan yang adil untuk meminimalkan kesenjangan antara si kaya dan si miskin, untuk mempromosikan kesejahteraan masyarakat (Khairunisa, 2016). Pariwisata halal yang merupakan komponen dari industri Halal memiliki tanggung jawab CSR Islami yang terdiri dari tanggung jawab ekonomi, hukum, etika, dan filantropi (Ibrahim, Zakiah, Samsi, & Ahmad, 2010). Model CSR Islam menurut Muhammad, 2007 (Gambar-2), menunjukkan tujuan akhir dari Islamic business organizations (IBO) harus mencapai berkah (Barakah) Allah yang akan membawa mereka menuju kesuksesan abadi (Al-falah). Perusahaan pariwisata halal harus menempatkan diri mereka sebagai IBO dan menjalankan aktivitas bisnis mereka sesuai dengan CSR Islami.



Gambar 2. Perspektif Islam Tentang Tanggung Jawab Sosial Perusahaan

Paket perjalanan halal juga memastikan tersedianya makanan dan minuman halal yang sehat dan berkualitas. Selain itu, industri wisata halal juga memperhatikan keselamatan dan kesehatan fisik wisatawan selama berwisata. Memberikan perawatan kesehatan canggih yang sejalan dengan nilai-nilai Islam dan dibutuhkan oleh umat Islam. keselamatan haji, asuransi perjalanan, dll. (Thomson Reuters dan Dinar Standard, 2017).

2) Kesetaraan Gender: Mencapai Kesetaraan Gender & Pemberdayaan Perempuan (SDGs Ke-5)

Etika dan nilai dalam Islam memastikan kesetaraan gender dengan berpedoman pada hukum, kebijakan dan praktik oleh umat Islam. Alquran menyebutkan tentang kesetaraan gender, menghormati perempuan, melindungi martabat mereka dan memberdayakan mereka (Al-Quran, 4:135; 17:70; 9:17; 49:13). Demikian pula, industri perjalanan halal dapat memainkan peran penting untuk menangani tujuan pembangunan berkelanjutan ke-5 yang memastikan kesetaraan gender. Beberapa inisiatif telah diambil oleh berbagai perusahaan perjalanan halal terkait hal ini. Contohnya termasuk New properties of Time, jaringan hotel halal yang berbasis di Dubai, UEA yang akan dioperasikan oleh wanita; Air India meluncurkan bagian khusus untuk wanita hanya untuk menghadapi pelecehan seksual; Pemisahan layanan kebugaran kesehatan dan kolam renang untuk wanita Muslim dengan hotel yang sesuai syariah atau ramah Muslim (Thomson Reuters dan Dinar Standard, 2017).

3) Pekerjaan Yang Layak Dan Pertumbuhan Ekonomi (SDGs Ke-8)

Islam selalu mendorong perkembangan bisnis dan ekonomi sesuai dengan profesi Nabi (SAW). Selain itu, Islam juga menjamin pembangunan ekonomi melalui pekerjaan dan bisnis yang layak dengan menyatakan yang Halal dan Haram (dilarang). Misalnya larangan suap dan perampasan harta benda orang lain (Al-Baqarah:188), penipuan (Al-Imran:161), pencurian, perampokan, perjudian, anggur dan usahanya (Al-Maida:90), pornografi (Al-Noor:19), bunga / riba (Al-Baqarah:275).

Industri perjalanan halal memenuhi tujuan ke-8 dari pembangunan berkelanjutan dengan mengadopsi nilai-nilai Islam yang dibuktikan dengan pertumbuhan dan aktivitas ekonomi globalnya. Belanja muslim tahun 2019 di sektor perjalanan mengalami tingkat pertumbuhan sebesar 11,8% dari tahun sebelumnya yang diproyeksikan mencapai US \$ 283 miliar pada tahun 2022 dengan CAGR sebesar 9 persen (Thomson Reuters dan Dinar Standard, 2017). Skor GIE mempertimbangkan kontribusi sosial industri halal oleh negara masing-masing sebagai salah satu indikatornya. Kontribusinya signifikan dalam bentuk penciptaan lapangan kerja. Pertumbuhan ekonomi industri wisata halal yang layak juga direalisasikan dengan kedatangan 131 juta Muslim secara global pada tahun 2019. Dari 130 negara tujuan wisata halal pada tahun 2017, 82 negara non-Muslim dan 46 negara Muslim (Crescentrating, 2018).

Sejalan dengan tujuan yang ditetapkan oleh UNWTO dalam definisi pariwisata berkelanjutan,

Al-Hamarneh, 2004 merangkum konteks pariwisata Islam menjadi tiga aspek utama. Pertama, kebangkitan budaya Islam dan penyebaran nilai-nilai Islam, kedua, pembangunan ekonomi bagi masyarakat Muslim, dan terakhir, memperkenalkan identitas dan keyakinan Islam yang sebenarnya kepada dunia yang memiliki persepsi negatif terhadap Islam.

4) Konsumsi Dan Produksi Yang Bertanggung Jawab (SDGs ke-12)

Definisi keberlanjutan yang paling diterima secara luas adalah "memenuhi kebutuhan generasi sekarang tanpa mengorbankan kemampuan generasi mendatang untuk memenuhi kebutuhan mereka sendiri (Brundtland, 1987)." Mengikuti definisi tersebut, pariwisata halal sedang booming baru-baru ini karena dua alasan. Pertama, terbuka untuk semua orang dan di tempat lain (Jaelani, 2017: 7). Kedua, selain semua konsumen, bertanggung jawab untuk secara khusus memenuhi kebutuhan 2,18 miliar konsumen Muslim di seluruh dunia mengenai permintaan produk Halal, adat istiadat, nilai-nilai Islam, dan budaya (Ahmed & AKBABA, 2018).

Islam memperingatkan terhadap setiap penggunaan sumber daya yang tidak bertanggung jawab baik dalam Alquran dan Sunnah. Dari sejumlah hadits ditemukan bahwa Nabi (SAW) memperingatkan adanya penyalahgunaan dan penggunaan sumber daya yang berlebihan (Dunia Islam, 2002). Dalam Al-Qur'an, semua muslim bertanggung jawab terhadap etika konsumsi dalam kaitannya dengan Halalan dan Toyyiban (Al-Quran 2: 168, 172, dan 51). Konsep Halal memastikan produksi serta konsumsi yang bertanggung jawab. Bisnis halal bertanggung jawab untuk menjaga standar tertentu, misalnya kebersihan, kebersihan lingkungan, kesejahteraan hewan dll dari peternakan sampai ke meja hidangan (JAKIM, 2015). Konsep yang bertanggung jawab tersebut, telah diadopsi sejumlah negara untuk mengembangkan standar internasional bagi industri pangannya (Hoque et al., 2015, Affandi et. Al 2014).

Dengan demikian, pariwisata halal bertanggung jawab untuk memberikan paket perjalanan dan semua produk dan layanan lainnya sesuai dengan kebutuhan para wisatawan khususnya konsumen Muslim. Beberapa tanggung jawab produksi dari industri perjalanan halal yang memenuhi kebutuhan konsumen adalah makanan halal, hotel dan pantai yang ramah Muslim, maskapai penerbangan, taman hiburan, paket wisata halal, perawatan kesehatan, pengobatan, takaful (asuransi), biro perjalanan dan digital aplikasi (Thomson Reuters dan Dinar Standard, 2017, Crescentrating, 2018).

5) Ruang Lingkup Pariwisata Halal Menuju Pembangunan Berkelanjutan tentang Kehidupan Di bawah air (SDGs ke-14) & Penggunaan Kehidupan Yang Berkelanjutan Di Tanah (SDGs ke-15)

Konservasi keanekaragaman hayati termasuk melindungi dan mempromosikan penggunaan berkelanjutan dari ekosistem darat serta kehidupan di bawah air. Hubungan antara pariwisata dan konservasi keanekaragaman hayati telah diakui sebagai isu penting oleh Convention on Biological Diversity (CBD) (ETE Ecological Tourism in Europe, n.d.). Pariwisata halal memiliki ruang lingkup potensial dan dapat memainkan peran penting untuk mencapai kedua SDG ini dengan mengadopsi pedoman CBD ke dalam standar pariwisata Halal.

Pariwisata halal memiliki ruang lingkup untuk berkontribusi lebih besar terhadap pembangunan berkelanjutan terkait SDGs yang disebutkan sebelumnya. Misalnya, SDG ke-5 bisa dicapai dengan melibatkan perempuan muslim dalam bisnis wirausaha. Kewirausahaan dalam pariwisata halal dapat melibatkan paket wisata halal, makanan dan restoran halal, serta homestay ramah Muslim. Selain itu, wanita dapat memainkan peran penting dalam sektor mode di industri Halal untuk memenuhi permintaan gaun sederhana seperti pakaian renang, hijab, Burkha, dll. Selain itu, layanan spa dan kebugaran wisatawan wanita Muslim secara terpisah yang diharapkan sesuai dengan syariah (Thomson Reuters dan Dinar Standard, 2017, Crescentrating, 2018). Demikian pengusaha wanita Muslim dapat memanfaatkan bidang ini untuk memberdayakan diri mereka sendiri dan melayani komunitas Muslim.

SIMPULAN DAN REKOMENDASI

Paper ini memberikan definisi Halal berdasarkan review literatur yang merupakan tujuan pertama dari penelitian ini. Definisi tersebut mengadopsi kata 'HALAL' sebagai akronim di mana

setiap huruf mewakili atribut tertentu untuk mendefinisikan produk atau layanan halal. Berbagai atribut Halal yang disebutkan dalam definisi tersebut didukung oleh sejumlah penelitian sebelumnya. Definisi ini akan dapat mempengaruhi konsumen Muslim dan non-Muslim karena mengadopsi aspek Islami dan keberlanjutan dalam menikmati produk atau layanan bersertifikat halal. Sejalan dengan tujuan kedua paper ini, definisi pariwisata halal telah dibenarkan dalam kaitannya dengan definisi pariwisata berkelanjutan. Tabel-2 untuk membenarkan definisi pariwisata halal yang menunjukkan semua aspek yang akan dibahas saat mendefinisikan pariwisata halal. Aspek yang berbeda termasuk hukum syariah, sasaran konsumen, tujuan, serta produk dan jasa dalam pariwisata. Mengintegrasikan definisi halal yang dirumuskan dan definisi pariwisata berkelanjutan ke dalam pariwisata halal, empat SDG yang diidentifikasi menunjukkan kinerjanya yang mengesankan.

Empat SDGs, yang secara signifikan terkait dengan pariwisata Halal, adalah Kesehatan dan Kesejahteraan Masyarakat (SDG ke-3), Kesetaraan Gender (SDG ke-5), Pekerjaan yang Layak dan Pertumbuhan Ekonomi (SDG ke-8), produksi dan Konsumsi yang Bertanggung Jawab (SDG ke-12). Pariwisata halal juga ditemukan memiliki ruang lingkup potensial untuk berkontribusi pada Kehidupan Di Bawah Air: (SDG ke-14), penggunaan kehidupan di darat yang berkelanjutan (SDG ke-15), dan Kesetaraan Gender (SDG ke-5).

Mengadopsi konsep Halal dalam bisnis seseorang atau memilih industri halal sebagai pilihan bisnisnya sebenarnya berkontribusi terhadap keberlanjutan. Untuk usaha bisnis Muslim, pahala spiritual merupakan pencapaian tambahan. Oleh karena itu, penting untuk mempromosikan konsep industri halal yang berkelanjutan di antara semua ekonomi untuk meningkatkan efisiensi pencapaian SDGs. Namun, pariwisata halal bersama dengan semua sektor industri halal lainnya memiliki cakupan yang lebih besar dan prospek untuk berkontribusi pada pembangunan berkelanjutan dengan mengembangkan standar terpadu untuk dipertahankan secara global, yang saat ini menjadi batasan terbesar industri. Dalam mengembangkan standar, pembuat kebijakan harus menekankan aspek keberlanjutan bersama dengan aspek agama dan aspek lainnya secara setara, seperti yang disebutkan dalam paper ini.

Paper ini dibatasi hanya pada satu sektor yaitu pariwisata halal, karena ruang lingkup industri halal sangat luas. Studi selanjutnya diharapkan fokus pada sektor lain dari industri Halal yang berkaitan dengan pembangunan berkelanjutan dan mengeksplorasi kemungkinan-kemungkinan pada setiap SDGs. Temuan dalam paper ini dibatasi hanya dalam hal pembangunan berkelanjutan tidak mengungkapkan masalah dan tantangan yang dihadapi oleh pariwisata sedangkan peluang dalam pariwisata halal berlaku secara global yang termasuk pada ruang lingkup lain yang dieksplorasi pada studi selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

Buku Cetak

- Al-Quran, (2015). Departemen Agama Republik Indonesia, CV. Darussunnah: Bandung. Al Qaradawi, Y. (2013). Halal dan Haram dalam Islam: Shorouk International.
- Battour, M., & Nazari Ismail, M. (2015). Pariwisata halal: Konsep, praktik, tantangan, dan masa depan.
- Hussain, A., & El-Alami, K. (2007). *I s l a m Faith Guides for Higher Education A Guide to Islam Faith Guides for Higher Education A Guide to Islam*.
- Jasser Auda. (2007). *maqasid al-shariah sebagai filsafat hukum islam: Suatu Pendekatan Sistem*. The international institute of islamic thought, London, Washington.
- Ibrahim, O., Zakiah, S., Samsi, M., & Ahmad, F. (2010). *Tanggung Jawab Sosial Perusahaan Bisnis Halal*.
- FAO and WHO. (1997). *laporan sesi kedua puluh empat komite codex tentang label makanan*. Geneva.
- Pacific, A. (2010). *Global Halal Industry : Global Islamic Finance Report 2013*.
- Thomson Reuters and Dinar Standard. (2017). *Melampaui Arus Utama: Keadaan Laporan Ekonomi Islam Global 2017/18*.

Surianom Miskam, Norziah Othman, Nur'Adha Ab. Hamid, and N. A. W. (2015). Sebuah Analisis Definisi Halal. World Academic and Research Congress.
WTM (2007). The world travel market global trend reports 2007. London: World Travel Market.

Jurnal

- Afendi, N.A., Azizan, F.L. and Darami, A.I. (2014), Penentu niat beli halal, *International Journal of Business and Social Research*, Vol. 4 No. 5, pp. 118-125.
- Ahmed, M. J., & AKBABA, A. (2018). Potensi Pariwisata Halal di Ethiopia: Peluang, Tantangan dan Prospek. *International Journal of Contemporary Tourism Research*, 2(1), 13–22.
- Al-Hamarneh, A. (2004). Pariwisata Islam: Memikirkan Kembali Strategi Pengembangan Pariwisata di Dunia Arab Setelah 11 September 2001. *Comparative Studies of South Asia, Africa and the Middle East*, 24(1), 175–186.
- Awan, H. M., Siddiqui, A. N., & Haider, Z. (2015). Faktor yang mempengaruhi niat membeli Halal-bukti dari sektor makanan Halal Pakistan. *Management Research Review*, 38(6), 640–660.
- Barton, D. (2011). Kapitalisme jangka panjang. *Harvard Business Review*, 89(3), 84-91.
- Carboni, M., Perelli, C., & Sistu, G. (2014). Apakah pariwisata Islam merupakan pilihan yang tepat untuk pariwisata Tunisia? Wawasan dari Djerba. *Tourism Management Perspectives*, 11(0), 1–9.
- Henderson, J. C. (2009). Ulasan pariwisata Islam. *Tourism Recreation Research*, 34(2), 207–211.
- Haque, A., Sarwar, A., Yasmin, F., Kumar Tarofder, A., & Hossain, M. A. (2015). Persepsi konsumen non-Muslim terhadap pembelian produk makanan halal. *Journal of Islamic Marketing*, 6(1), 47.
- Jafari, J., & Scott, N. (2014). Dunia Muslim dan pariwisatanya. *Annual of Tourism Research*, 44(0), 1–19.
- Majid, M. A. A., Abidin, I. H. Z., Majid, H. A. M. A., & Chik, C. T. (2015). Masalah penerapan makanan halal. *Journal of Applied Environmental and Biological Sciences*, 5(6S), 50-56.
- Noraihan Mujra, N. H. (2015). perekonomian industri halal. *Journal of Experimental Psychology: General*, 136(1), 23–42.
- Shahwan, S., & Mohammad, M. O. (2013). Tujuan Ekonomi Islam dan Perbankan Islam dalam Terang Maqasid Al-Shariah: Sebuah Tinjauan Kritis. *Contemporary Islamic Finance and Wealth Management*, 13, 75–84.
- Wilson, J.A.J. (2014), “Ekonomi Islam 2.0 - menciptakan kekayaan halal dan ekonomi pengetahuan”, whitepaper, *Zawya*, 7 May, pp. 1-7.
- Zamani, F.H., & Henderson, J. C. (2010). Pariwisata Islam dan mengelola pengembangan pariwisata dalam masyarakat Islam: Kasus di Iran dan Arab Saudi. *The International Journal of Tourism Research*, 12(1), 79.

Artikel

- Crescentrating, M. &. (2018). Mastercard-Crescentrating GMTI 2018 Global Muslim Travel Index 2018. melalui <https://www.halalmedia.jp>
- Economy of the Organisation of Islamic Cooperation. (n.d.). *Bisnis Arab*. melalui <http://www.arabianbusiness.com/muslim-tourism-sector-said-be-worth-over-138bn--growing-656633.html>.
- ETE Ecological Tourism in Europe. (n.d.). Pembangunan Pariwisata berkelanjutan di Situs yang Ditunjuk UNESCO di Eropa Tenggara Wisata Ekologi di Eropa-ETE. melalui www.oete.de
- Global travel and tourism industry - Statistics & Facts | Statista. (n.d.). melalui <https://www.statista.com/topics/962/global-tourism/>
- Golnaz, R., Zainalabidin, M., Nasir, M., & Chiew, E. (2010). Kesadaran non-Muslim tentang prinsip Halal dan produk makanan. *International Food Research Journal* (Vol. 17). melalui <http://www.halalrc.org>
- Halal Market Size, Forecast And Trend Analysis, 2014 To 2024”, melalui <https://www.reportbuyer.com/product/5205107/halal-market-size-forecast-and-trend-analysis-2014-to-2024.html>.

- Javed, N. (2007). randing hotel Islami dan keramahan Muslim. melalui <http://www.salesvantage.com/article/1143/Islamic-Hotel-Branding-Muslim-Hospitality>
- MoA, T. (n.d.). Thai Agricultural Standard Tas 8400-2007 Halal Food. Bangkok. melalui www.acfs.go.th.
- Muslim Population in the World. (n.d.). Retrieved October 31, 2018, melalui <http://www.muslimpopulation.com/>
- Shaqiri, A. S. (2006). Akademi proyek pariwisata Islam. Pariwisata Islam. (25, September–October. melalui <http://www.islamictourism.com/>
- WTO and ICOMOS. (n.d.). Mendefinisikan Pariwisata Berkelanjutan. Retrieved January 23, 2019, from <http://www.gdrc.org/uem/eco-tour/sustour-define.html>.