



# Muslim Milenial Sebagai Katalisator Industri Pariwisata Halal Indonesia: Mencari Titik Temu Potensi dan Atensi

Shofi'unnafi

UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Korespondensi dengan Penulis:

**Shofi'unnafi:** Telp. 081228932058

E-mail: [shofiunnafi@uin-suka.ac.id](mailto:shofiunnafi@uin-suka.ac.id)

## Abstract

### Keywords:

Muslim  
millennial, halal  
tourism, potential  
and  
attractiveness of  
halal tourism

*The halal tourism industry in Indonesia is one of the important sectors to improve the country's economy. The existence and role of millennial Muslims to encourage the development of halal tourism in Indonesia. This study aims to explore the potential of millennial Muslims as an accelerator as well as being a market for the halal tourism industry in Indonesia. This research uses library research or literature, where data sources are obtained from literature sources originating from books, research results, journals and other reading materials that are still relevant to this research topic. The results of this study indicate that millennial Muslims are now keen to travel and spend a sum of money that can increase the velocity of money in a tourist location, so that an increase in income and an increase in the economy can move up. In addition, millennial Muslims are closely attached to technology and social media that will provide a role as endorsers or promoters for halal tourism, given that millennial Muslims will relate the experiences they can with the creativity they have to millions of followers on their social media. This encourages the government and halal tourism industry players to be asked to provide supporting facilities and attractions in the halal tourism industry and give attention to millennial Muslim tourists to accelerate as well as become a halal tourism industry market in Indonesia that can have an impact on improving the Indonesian economy.*

## Abstrak

### Kata kunci:

Muslim  
milenial,  
pariwisata  
halal, wisata  
halal, potensi  
wisata

Industri pariwisata halal di Indonesia menjadi salah satu sektor penting untuk meningkatkan perekonomian Negara. Keberadaan dan peran Muslim milenial untuk mendorong perkembangan pariwisata halal di Indonesia. Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi potensi muslim milenial sebagai pemercepat sekaligus menjadi pasar industri pariwisata halal di Indonesia. Penelitian ini menggunakan library research, yang mana sumber data diperoleh dari sumber pustaka yang berasal dari buku-buku, hasil penelitian, jurnal dan bahan-bahan bacaan



lainnya yang masih ada relevansinya dengan topik penelitian ini. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa muslim milenial saat ini gemar untuk melakukan perjalanan dan mengeluarkan sejumlah uang yang dapat meningkatkan perputaran uang dilokasi wisata, sehingga peningkatan pendapatan dan peningkatan perekonomian dapat bergerak naik. Selain itu, muslim milenial begitu lekat dengan teknologi dan media sosial yang akan memberikan peranan sebagai endorser atau promoter bagi pariwisata halal, mengingat muslim milenial akan menceritakan pengalaman yang ia dapat dengan kreatifitas yangdimilikinya kepada jutaan pengikut di media sosialnya. Hal ini mendorong pemerintah dan para pelaku industry pariwisata halal diminta menyediakan fasilitas pendukung dan atraksi di industry pariwisata halal serta memberikan perhatian pada wisatawan muslim milenial untuk mempercepat sekaligus menjadi pasar industry pariwisata halal di Indonesia yang dapat memberikan dampak bagi peningkatan perekonomian Indonesia.

## PENDAHULUAN

Indonesia menjadi salah satu Negara dengan tingkat populasi penduduk terbesar di dunia. Indonesia memiliki jumlah penduduk yang beranekaragam dengan berbagai kekayaan alam dan budayanya. Keberagaman yang ada di Indonesia salah satunya ialah keberagaman beragama. Penduduk Indonesia mayoritas beragama Islam dan menjadi salah satu Negara dengan pemeluk agama Islam terbesar di dunia. Islam menjadi agama yang memberikan serta membawa kesejahteraan dan kedamaian (*rahmat li al'alamin*).

Bangsa Indonesia mempunyai budaya dan karakteristik yang beranekaragam. Indonesia mulai dihadapkan pada generasi-generasi baru sesuai dengan rentang tahun kelahirannya. Saat ini banyak orang menyebut generasi milenial. Generasi milenial atau dapat disebut juga generasi Y adalah generasi yang lahir pada rasio tahun tahun 1980 sampai dengan 2000. Saat ini Indonesia memiliki jumlah penduduk yang beragama Islam yang lahir pada tahun 1980-2000 yang cukup besar. Oleh sebab itu, generasi Muslim milenial merupakan generasi yang lahir pada rentang tahun 1980-2000-an yang memeluk agama Islam. Menurut data badan pusat statistik Republik Indonesia (BPS RI), jumlah populasi yang bisa dikategorikan sebagai generasi Muslim milenial ini berkisar 29.97%, diambil dari total populasi penduduk berusia 15-34 tahun yang berjumlah 34.45%.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak & BPS, "*Profil Generasi Milenial Indonesia*", (Jakarta: Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak, 2018). hlm. 18.



Perkembangan generasi Muslim milenial selaras dengan perkembangan pariwisata halal di Indonesia. Pariwisata di Indonesia menjadi salah satu peluang peningkatan ekonomi masyarakat, terkhusus pariwisata halal di Indonesia saat ini menjadi daya tarik tersendiri bagi wisatawan lokal maupun mancanegara. Setiap tahun terjadi peningkatan kunjungan wisatawan, terkhusus oleh wisatawan Muslim,<sup>2</sup> sehingga sektor pariwisata mempunyai peranan penting dalam ekonomi dunia karena dianggap dapat memberikan kontribusi untuk membuka dan menumbuhkan peluang kerja dan perekonomian suatu Negara.<sup>3</sup> Pariwisata Indonesia menjadi sektor unggulan karena jumlah destinasi dan investasi pariwisata terus meningkat. Untuk menyambut potensi tersebut, Indonesia menjadikan sektor pariwisata sebagai salah satu pembangunan nasional selain sektor pertanian/perkebunan, minyak dan gas, serta pertambangan.

Meningkatnya sektor industri pariwisata mempengaruhi tumbuhnya wisata halal sebagai sebuah tren wisata yang menarik.<sup>4</sup> Dengan besarnya potensi pariwisata dan tumbuhnya generasi Muslim milenial di Indonesia, hal ini memberi kesempatan bagi pelaku pariwisata serta pemerintah untuk berinovasi dalam mengembangkan dan meningkatkan potensi pariwisata halal di Indonesia guna meningkatkan pendapatan Negara dari sektor pariwisata. Pariwisata halal di Indonesia menarik minat bagi wisatawan dalam maupun luar negeri dan terus mengalami peningkatan wisatawan setiap tahunnya. Wisatawan Muslim diperkirakan akan meningkat sebesar 30 persen pada tahun 2020 dan juga meningkatkan nilai pengeluaran hingga 200 miliar USD.<sup>5</sup> Potensi besar yang dimiliki oleh pariwisata halal di Indonesia harus dibarengi dengan pemenuhan produk, fasilitas dan infrastruktur pariwisata untuk memenuhi kebutuhan wisatawan Muslim.

Di tengah era digitalisasi, dengan besarnya potensi yang dimiliki, Muslim milenial memegang peranan penting dalam pengembangan pariwisata halal di Indonesia. Generasi ini

---

<sup>2</sup> Bhuiyan, MAH., Siwar, C., Ismail, SM, dan Islam, R, "Potentials of Islamic Tourism: A Case Study of Malaysia on East Coast Economic Region", *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*. Vol. 5, No. 6, 2011. hlm. 1333-1340.

<sup>3</sup> Chandra, A. A., & Damarjati, D, "Tiga Tahun Jokowi-JK, Pariwisata Sumbang Devisa Terbesar Kedua", <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-3687715/tiga-tahunjokowi-jk-pariwisata-sumbang-devisa-terbesar-kedua>, diakses pada 17 Februari 2020.

<sup>4</sup> Samori, Z., Salleh, N. Z. M., & Khalid, M. M, "Current Trends on Halal Tourism: Cases on Selected Asian Countries", *Tourism Management Perspectives*, Vol. 19, 2016. hlm. 131-136.

<sup>5</sup> Master Card and Crescent Rating, "Global Muslim Travel Index 2016", <https://www.crescentrating.com/reports/mastercard-crescentrating-global-muslim-travelindex-gmti-2016.html>, diakses pada 17 Februari 2020.



diharapkan dapat melahirkan inovasi untuk mendorong perkembangan wisata halal, karena dalam setiap usaha baru perlu sebuah regenerasi yang dapat menyebarkan pengetahuan dan pengalaman baru.<sup>6</sup> Selain dapat mendorong perekonomian dan Produk Domestik Bruto (PDB) negara, sektor pariwisata menjadi pendorong ekonomi untuk masyarakat sekitar lokasi pariwisata. Muslim milenial harus membumikan pariwisata halal di Indonesia supaya para pelaku usaha dan bisnis pariwisata memberikan produk serta fasilitas pendukung untuk tetap menjalankan syariat agama.<sup>7</sup> Muslim milenial begitu dekat dengan teknologi, hal ini dapat menjadi senjata untuk membumikan serta mendorong perkembangan pariwisata halal di Indonesia melalui internet dan media sosial yang didukung kemajuan teknologi yang mana semua orang dapat melihat dan mengakses pariwisata halal di Indonesia.

Berdasarkan hal tersebut, tulisan ini bertujuan menganalisa potensi muslim milenial dalam industri pariwisata halal di Indonesia, peran serta partisipasi Muslim milenial untuk mendorong perkembangan potensi-potensi pariwisata halal di Indonesia dengan teknologi dan media sosial sehingga semua calon wisatawan lokal maupun asing dapat mengakses dan mengetahui potensi pariwisata halal yang ada di Indonesia.

## METODE

Metode analisis data yang digunakan dalam penelitian ini bersifat deskriptif dan bersifat kualitatif dengan menggunakan analisis isi (*content analysis*). Penelitian ini menggunakan data yang bersumber dari kepustakaan (*library research*). Dalam penelitian ini penulis menggunakan analisis konsep (*analysis concept*) yang mana penulis menganalisis kata-kata pokok yang mewakili sebuah gagasan atau konsep. Analisis ini digunakan untuk menganalisa makna-makna peran serta potensi Muslim milenial dalam perkembangan pariwisata halal Indonesia. Setelah data terkumpul semua, terdapat tiga kemungkinan teknik pengambilan suatu kesimpulan, yakni:

1. Teknik pengolahan data dengan cara menganalisis data dan informasi yang telah diperoleh, namun masih berserakan lalu dikumpul dan dianalisis sehingga menjadi data dan informasi yang utuh dan dapat memberi gambaran sebenarnya tentang onyek yang diteliti. Teknik analisis data seperti ini dilakukan dengan berangkat dari data yang

---

<sup>6</sup> Ihsan Rahmat dan Ashadi Cahyadi, "Desa Wisata Berkelanjutan di Nglanggeran: Sebuah Taktik Inovasi", *Jurnal Pariwisata Pesona*, Vol. 04, No. 1, 2019. hlm. 6.

<sup>7</sup> Mohsin, A., Ramli, N, dan Alkhulayfi, BA, "Halal Tourism: Emerging Opportunities", *Tourism Management Perspective*, Vol. 19, 2016. hlm. 137-143.



bersifat umum, kemudian ditarik kesimpulan yang bersifat khusus atau yang diistilahkan dengan teknik analisis deduktif;

2. Teknik analisis data secara induktif yaitu data yang telah dikumpulkan dan telah diramu sedemikian rupa, ditelaah kembali dan dianalisis dengan berangkat dari fakta-fakta yang khusus lalu ditarik kesimpulan yang bersifat umum, sehingga dapat memberikan pengertian sekaligus kegunaan data tersebut;

Suatu analisis yang ditarik dengan membandingkan antara persoalan dengan persoalan lainnya. Memperhatikan hubungan, persamaan dan perbedaan lalu menarik suatu kesimpulan. Teknik analisis seperti ini dikenal dengan istilah komparatif.

## PEMBAHASAN

### Konsep Pariwisata Halal

Al-Quran menganjurkan manusia untuk melakukan perjalanan diatas muka bumi untuk mengambil pelajaran dan rahmat dari ciptaan Allah. Anjuran tersebut termaktub dalam beberapa surat dalam Al-Qur'an diantaranya: Ali-Imran: 137; Al-An'am: 11; Al-Nahl: 36; Al-Naml: 69; Al-'Ankabut: 20; ArRum: 9 dan 42; Saba': 18; Yusuf: 109; Al-Hajj: 46; Fathir: 44; Ghafhir: 82 dan 21; Muhammad: 10; Yunus: 22; dan Al-Mulk: 15. Hal tersebut diimplementasikan dalam bentuk pariwisata yang sesuai dengan syariat Islam dengan tujuan spiritual, fisik, dan sosial.<sup>8</sup> Organisasi Konferensi Islam (OKI) menggunakan terminology *Islamic tourism* atau yang lebih dikenal dengan pariwisata halal.<sup>9</sup> *Islamic tourism* merupakan perjalanan pariwisata yang ditujukan untuk memberikan pelayanan dan fasilitas pariwisata bagi wisatawan Muslim sesuai dengan kaidah dan syariat Islam. Selain *Islamic tourism*, Organisasi Konferensi Islam memberikan beberapa istilah lain, seperti: *Halal Tourism*, *Syariah Tourism*, *muslim-Friendly Tourism*.<sup>10</sup>

---

<sup>8</sup> Zamani-Farahani, H, dan Henderson, JC, "Islamic Tourism and Managing Tourism Development in Islamic Societies: The Cases of Iran and Saudi Arabia", *International Journal of Tourism Research*, Vol. 12: 2010. hlm. 79-89.

<sup>9</sup> Alwafi Ridlo Subarkah, "Potensi dan Prospek Wisata Halal Dalam Meningkatkan Ekonomi Daerah (Studi Kasus: Nusa Tenggara Barat)", *Jurnal Sospol*, Vol. 4, No. 2, 2018. hlm. 49-72.

<sup>10</sup> Organisasi Kerjasama Islam, "Strategic Roadmap for Development of Islamic Tourism in OIC Member Countries", Ankara-Turkey: Organisation of Islamic Cooperation: Statistical, Economic and Social Research, and Training Center for Islamic Countries, 2017, hlm. 4.



Pariwisata halal merupakan bentuk aktualisasi konsep ke-Islaman, yaitu halal dan haram sebagai tolak ukur paling utama.<sup>11</sup> Halal dan haram tidak hanya yang berkaitan dengan makanan dan minuman, melainkan juga hotel, fasilitas, dan pelayanan yang sesuai dengan ajaran agama Islam. *Global Moslem Travel Index* (GMTI) menjadi lembaga yang konsen dalam pengembangan pariwisata halal, menekankan bahwa pariwisata halal harus mencerminkan keramahtamahan terhadap wisatawan serta dapat memenuhi layanan ibadah, seperti tempat solat, tempat wudlu. Selain keperluan ibadah, fasilitas umum lain seperti ketersediaan air bersih, tidak ada minuman beralkohol serta hiburan malam yang tidak sesuai dengan syariat Islam.<sup>12</sup>

Pariwisata halal tidak bertujuan untuk mendiskriminasikan wisatawan non-Muslim.<sup>13</sup> Prinsip-prinsip pariwisata halal (*World Halal Travel Summit*, 2015), yakni: Makanan halal, tidak ada minuman keras (mengandung alkohol), tidak menyajikan produk dari babi, tidak ada diskotik, staf pria untuk tamu pria, staf wanita untuk tamu wanita, hiburan yang sesuai, Fasilitas ruang ibadah, al-quran, dan peralatan ibadah, pakaian Islami untuk seragam staf, dan keuangan syari'ah dan hotel syari'ah.

#### **Potensi Muslim Milenial untuk Pariwisata Halal Indonesia**

Pariwisata halal menjadi tren baru dalam segmen pariwisata dunia serta bentuk pemenuhan terhadap kebutuhan wisatawan Muslim untuk melakukan pariwisata. Jumlah populasi Muslim dunia sekitar 30 persen dari jumlah total populasi dunia, diperkirakan akan terus mengalami peningkatan kedepannya.<sup>14</sup> Hal tersebut menjadi kesempatan, khususnya sektor pariwisata halal dan sebagai tanda wisatawan Muslim akan terus berkembang dan meningkat. Pada tahun 2016 jumlah wisatawan muslim mencapai 121 juta wisatawan Muslim, dan juga mengalami peningkatan 131 juta pada akhir tahun 2017 (*Global Muslim Travel Index*, 2018). Pada tahun 2020, wisatawan Muslim diperkirakan meningkat sebesar 30 persen dengan

---

<sup>11</sup> Chookaew, S., Chanin, O., Charatarawat, J., Sriprasert, P, dan Nimpaya, S, "Increasing Halal Tourism Potential at Andaman Gulf in Thailand for Muslim Country", *Journal of Economics, Business and Management*. Vol. 3, No. 7, 2015. hlm. 739-741.

<sup>12</sup> Global Muslim Travel Index, "Global Muslim Travel Index 2018", Singapore: Mastercard & Crescentrating, 2018, hlm. 7.

<sup>13</sup> Kusumaningrum, D. N., Fairuz, A. M., Putri, E. P., & Amalia, E. P, "Trend Pariwisata Halal Korea Selatan", *Seminar Nasional Gelar Produk*. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang, 2017. hlm. 859.

<sup>14</sup> Kim, S., Im, HH, dan King, BE, "Muslim Travelers in Asia: The Destination Preferences and Brand Perceptions of Malaysian Tourists", *Journal of Vacation Marketing*, Vol. 21, No. 1. 2015.



nilai pengeluaran hingga 200 miliar USD.<sup>15</sup> Selain hal tersebut, Indonesia memiliki banyak sekali sumber daya alam maupun buatan yang dapat menjadi objek wisata untuk ditawarkan kepada muslim milenial.

Muslim milenial saat ini memiliki populasi yang cukup besar, terlebih lagi bagi Indonesia.<sup>16</sup> Dewasa ini Indonesia dihadapkan dengan penyandang generasi *digital native* atau generasi pertama yang menggunakan teknologi yang lekat pada generasi muslim milenial, sehingga memberikan pergeseran dan transformasi digital terhadap industri pariwisata halal di Indonesia. Muslim milenial gemar mengunjungi dan memanfaatkan *platform* pariwisata untuk mendapatkan informasi pariwisata, sehingga pemerintah harus mengakomodir kebutuhan akan informasi wisata halal khususnya. Pergeseran siber turut mempengaruhi industri pariwisata halal di Indonesia, pemerintah serta pelaku usaha industri ini harus menyediakan akses informasi yang memudahkan calon wisatawan untuk menemukan objek-objek wisata halal yang menarik dan potensial untuk dikunjungi oleh muslim milenial.

Saat ini Negara-negara lain juga sedang menggarap lahan pariwisata halal, tidak hanya Negara dengan penduduk mayoritas Muslim, melainkan Negara dengan mayoritas non-Muslim juga ikut bersaing dalam mengembangkan dan menangkap pasar yang begitu besar dalam industri pariwisata halal.<sup>17</sup> Dalam penelitiannya Satriana dan Faridah menyebutkan bahwa, Jepang mempunyai populasi muslim minoritas atau sedikit, namun pemerintah Jepang sangat cakap dalam menangkap potensi pasar wisatawan muslim dengan membentuk Japan Halal Association (JHA) yang konsen mengembangkan pariwisata halal di Jepang.<sup>18</sup> Pemerintah melalui Kementerian Pariwisata Republik Indonesia membidik muslim milenial sebagai pendorong sekligus pasar bagi industri pariwisata halal di Indonesia.<sup>19</sup>

---

<sup>15</sup> Master Card and Crescent Rating, "Global Muslim Travel Index 2016", <https://www.crescentrating.com/reports/mastercard-crescentrating-global-muslim-travelindex-gmti-2016.html>. Diakses pada 17 Februari 2020.

<sup>16</sup> Singh, S. *Generation Z: Rules to Reach the Multinational Consumer*. Boston: Sapient, 2013.

<sup>17</sup> El-Gohary, H, "Halal Tourism, is it Really Halal? Tourism Management Perspective", Vol. 19, 2016. hlm. 128

<sup>18</sup> Eka Dewi Satriana dan Hayyun Durrotul Faridah, "Wisata Halal: Perkembangan, Peluang, Dan Tantangan", *Journal of Halal Product and Research (JHPR)* Vol. 01, No.02, 2018. hlm. 37.

<sup>19</sup> Kementerian Pariwisata, "*Laporan Akhir Kajian Pengembangan Pariwisata Syariah*", (Jakarta: Kementerian Pariwisata, 2015),



Muslim milenial diposisikan sebagai *Influencer* karena muslim milenial cakap dan mampu menarasikan sebuah objek wisata dengan kreativitas hasil petualangan yang didapatkan.<sup>20</sup> Seperti yang kita tau saat ini generasi milenial sangat lekat dengan media sosial dengan jumlah pengikut ribuan bahkan jutaan, hal inilah yang menjadi salah satu potensi muslim milenial supaya dapat membagikan aktivitasnya di objek wisata supaya pengikutnya melihat dan menimbulkan hasrat untuk ingin melakukan hal yang sama juga. Berdasarkan Jaelani, dalam penelitiannya mengungkapkan bahwa, pemerintah juga menjalin kerjasama dengan berbagai lembaga terkait, seperti: Majelis Ulama Indonesia (MUI), Lembaga Sertifikasi Usaha (LSU), dan Dewan Syariah Nasional (DSN) sebagai bentuk aksi nyata pengembangan pariwisata halal di Indonesia.<sup>21</sup>

Muslim milenial saat ini memiliki intensitas yang cukup tinggi dalam menggunakan internet. Kebutuhan muslim milenial saat ini tidak hanya berkaitan dengan kepemilikan barang-barang tertentu, melainkan memiliki kebutuhan untuk mengunjungi objek wisata tertentu dalam waktu lama. Muslim milenial melakukan perjalanan wisata tidak hanya sekadar liburan, melainkan supaya mendapatkan pengalaman perjalanan wisata dan dapat mengembangkan dirinya. Platform media sosial sangat banyak fitur-fitur yang dapat digunakan untuk membagikan kegiatan-kegiatan atau aktivitas selama di tempat wisata, seperti *swa photo*, muslim milenial sangat gemar melakukan foto *selfie* atau *group*, kemudian diunggah dalam sosial media mereka dengan tujuan untuk dapat dilihat oleh para pengikutnya. Sehingga hal tersebut dapat mempengaruhi pengikutnya untuk mengunjungi objek tersebut juga. Selain *swa photo*, muslim milenial saat ini gemar membuat *vlog* di tempat wisata, *vlog* tersebut dapat berbentuk hanya sebagai hiburan, untuk melakukan atau penilaian, dan/atau sebagai pusat informasi suatu tempat tertentu. Dalam penelitian Abu Bakar B dkk, menunjukkan bahwa muslim milenial terpengaruhi oleh unggahan aktivitas perjalanan wisata di media sosial orang lain, seperti teman, keluarga, dan yang lainnya.<sup>22</sup>

---

<sup>20</sup> Iflah dan Kinkin Yuliaty Subarsa Putri, Wisata Halal Muslim Milenial, *Jurnal Common*, Vol. 3 No. 1, 2019. hlm. 159.

<sup>21</sup> Jaelani, A, "Halal tourism industry in Indonesia: Potential and Prospect", *International Review of Management and Marketing*, Vol. 7, No. 3, 2017, hlm. 24.

<sup>22</sup> Bakar, B.A, Tan, E, Nair, S, and Lim, T, "Halalifying' Travel: Reaching For The Muslim Millennial Travellers", *Proceedings of the Council for Australasian University Tourism and Hospitality Education (CAUTHE) Conference*, Newcastle, New South Wales: University of Newcastle, 2018, hlm. 4.



Tentu hal ini menjadi pasar dan media promosi bagi industri pariwisata halal yang ada di Indonesia, karena muslim milenial saat ini mempunyai kecenderungan untuk mengajak orang lain untuk melakukan perjalanan secara berkelompok. Hal ini secara tidak langsung menempatkan muslim milenial sebagai *endorser*, menjadi promotor untuk mendukung promosi pariwisata halal di Indonesia. Dengan besarnya populasi muslim milenial di Indonesia, dengan semua potensi yang dimiliki oleh keduanya, Muslim milenial dan industri pariwisata halal, sinergi semua pelaku usaha wisata, tentu akan menjadi sebuah kekuatan untuk percepatan pengembangan pariwisata halal yang dapat menjadikan Indonesia sebagai pemimpin Industri pariwisata halal di dunia.

### **Wisata Halal Muslim Milenial Meningkatkan Perekonomian**

Pariwisata menjadi salah satu sektor yang sangat potensial untuk mendorong pertumbuhan ekonomi suatu negara. Sektor ini mendorong perekonomian melalui penerimaan devisa, penerimaan pajak, dan sumbangsih terhadap produk domestik bruto (PDB) dengan kontribusi sebesar 4,11 persen atau setara dengan Rp. 537,69 triliun.<sup>23</sup> Pemerintah pusat maupun daerah dituntut untuk dapat memaksimalkan potensi pariwisata halal yang dimilikinya untuk dapat mendatangkan wisatawan lokal maupun mancanegara untuk berwisata. Mengingat model ekonomi pariwisata menurut cooper (2005) ada tiga unsur: 1) Konsumen dalam hal ini adalah wisatawan, 2) mata uang yang beredar guna melakukan transaksi, dan 3) adanya barang dan jasa dari sektor ekonomi.<sup>24</sup> Kedatangan wisatawan akan berimplikasi pada pendapatan masyarakat serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat secara khusus dan untuk daerah maupun Negara secara umum. Minat dan perhatian wisatawan Muslim milenial terhadap kebutuhan pariwisata terus mengalami peningkatan, seiring meningkatnya permintaan pariwisata halal, tentu hal tersebut memberikan transaksi perekonomian di daerah tersebut serta dapat terbukanya peluang kerja atau lapangan pekerjaan jauh lebih banyak.<sup>25</sup>

Tren wisata halal saat ini memiliki potensi mendatangkan wisatawan yang besar, termasuk wisatawan muslim milenial. Pasar wisatawan muslim salah satu pasar yang

---

<sup>23</sup> Pusat Kajian Anggaran / Badan Keahlian DPR RI, “Potensi dan Tantangan Wisata Halal Indonesia”, Buletin APBN, Vol. IV, Edisi.9, 2019, hlm.8

<sup>24</sup> Remi, S. S., Waluyo, S. D., & Muljarijadi, B, “Peran Pariwisata Dalam Perkembangan Perekonomian Daerah Studi Kasus Provinsi DKI Jakarta”, Fakultas Ekonomi Universitas Padjadjaran Ikatan Sarana Ekonomi Indonesia, 2016, hlm. 122.

<sup>25</sup> Fitratun Ramadhany dan Ahmad Ajib Ridlwan, “Implikasi Pariwisata Syariah Terhadap Peningkatan Pendapatan dan Kesejahteraan Masyarakat”, Muslim Heritage, Vol. 3, No. 1, 2018, hlm. 157.



mendorong pertumbuhan ekonomi dengan cepat.<sup>26</sup> Minat muslim milenial lokal maupun mancanegara terhadap pariwisata halal sangat besar, hal ini memberi kesempatan kepada masyarakat dan pelaku usaha untuk mengembangkan pariwisata halal di daerahnya. Hal yang penting untuk disiapkan adalah kesiapan fasilitas dan produk halal untuk memenuhi kebutuhan para wisatawan Muslim dalam berpariwisata.

Muslim milenial memiliki kecenderungan melakukan wisata alam yang memiliki keunikan serta dapat memenuhi kebutuhan ibadahnya. Muslim milenial bertipikal gemar mengeluarkan uang pada komunitas lokal untuk menikmati aktivitas wisatanya. Tentu hal tersebut membuat kegiatan perputaran uang dilokasi atau diobjek wisata yang dikelola oleh pelaku usaha lokal sehingga memberikan penghasilan untuk meningkatkan perekonomian warga setempat ataupun pelaku industri pariwisata halal.

Dalam penelitiannya Dian Dinta Herlambang menyebutkan bahwa setidaknya ada empat pengaruh pariwisata terhadap kondisi ekonomi di tempat wisata, yakni: a) jenis pekerjaan, masyarakat menjadi memiliki pekerjaan, seperti pedagang asongan, lalu menjadi pegawai di tempat wisata (penjual tiket masuk, pengawas keamanan, pengelola sampah dan lain-lain); b) pendapatan masyarakat juga tentunya akan merasakan dampak dari pembangunan pariwisata; c) tumbuhnya sektor lain di sekitar tempat wisata, berdirinya warung-warung, ada penginapan yang dimiliki dan dikelola oleh masyarakat sekitar; d) di tempat wisata juga makanan maupun minuman akan mengalami perubahan harga yang dapat menjadi keuntungan bagi pedagang.<sup>27</sup> Selain hal tersebut, muslim milenial gemar memesan tiket pesawat dan penginapan untuk mendukung akomodasi selama melakukan perjalanan wisata. Selain hal tersebut, muslim milenial gemar membelanjakan sejumlah uang terhadap apa disenangi oleh muslim milenial. Sehingga bagi pelaku usaha penyedia jasa tiket pesawat, maskapai penerbangan, hingga jasa penyedia hotel dan penjual-penjual makanan serta souvenir akan mendapatkan efek peningkatan pemasukan dari besarnya potensi muslim milenial dalam melakukan perjalanan wisata. Muslim milenial ada yang bertipikal melakukan perjalanan secara *backpacker* dengan biaya yang terbatas, ada juga yang melalui biro perjalanan atau mandiri dengan biaya yang

---

<sup>26</sup> Intan Shafina Suid, Nor Ashikin Mohd Nor and Hamimi Omar, "A Review on Islamic Tourism and the Practical of Islamic Attributes of Destination in Tourism Business", *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, Vol. 7, No. 12, 2017. hlm. 255.

<sup>27</sup> Herlambang, D. D, "Dampak Pariwisata Terhadap Kondisi Sosial dan Ekonomi Penduduk Sekitar Lokasi Wisata Air Terjun Kedung Pedut di Dusun Kembang, Desa Jatimulyo, Kecamatan Girimulyo, Kabupaten Kulonprogo. *GeoEducasia*, Vol. 1, No. 1, 2016. hlm.14.



berlebih, tentu kedua tipikal tersebut dapat mendatangkan perputaran uang untuk meningkatkan perekonomian pelaku usaha wisata halal.

Beberapa tahun kebelakang, pemerintah telah membuat terobosan dan kerjasama dengan beberapa lembaga untuk mendorong peningkatan pariwisata halal di Indonesia. Guna memaksimalkan potensi pariwisata halal dan mendatang wisatawan sebanyak mungkin. Pemerintah serta masyarakat harus bersama-sama memberikan layanan dan fasilitas terbaik pada wisatawan lokal maupun mancanegara. Indonesia mempunyai potensi yang sangat besar dalam mengembangkan sektor pariwisata halal, didukung dengan penduduk yang mayoritas memeluk agama Islam, panorama keindahan alam serta budaya yang beraneka ragam, membuat pariwisata halal di Indonesia mempunyai peluang sangat besar untuk meningkatkan perekonomian dan kesejahteraan bangsa Indonesia karena setiap aktivitas muslim milenial ditempat wisata dapat dijadikan lading penghasil pundi-pundi rupiah yang berdampak pada peningkatan perekonomian yang bermuara pada kesejahteraan penduduk.

#### **Pariwisata Halal Muslim Milenial di Era Digital**

Pembahasan dan perhatian terhadap pariwisata halal saat ini sungguh sangat besar, mulai dari pemerintah pusat maupun daerah sampai masyarakat sebagai pelaku usaha pariwisata halal tersebut. Sektor pariwisata mampu memberikan dan membuka kesempatan kerja untuk memberikan peningkatan perekonomian serta kesejahteraan masyarakat. Perkembangan pariwisata halal sudah merambah ke berbagai Negara, sebenarnya konsep halal *lifestyle* itu sederhana, sesuatu yang halal sudah pasti baik, bersih dan menyehatkan bila dikonsumsi. Oleh karena itu Negara yang memiliki penduduk mayoritas non-Muslim juga ikut dalam persaingan bisnis pariwisata untuk meningkatkan sektor ekonomi Negara tersebut.

Indonesia memiliki penduduk mayoritas Muslim, hal ini menjadi peluang sangat besar untuk mengembangkan pariwisata halal di Indonesia supaya wisatawan lokal maupun mancanegara terus meningkat. selain memiliki peluang, indonesia juga memiliki tantangan. Salah satu tantangan pariwisata halal Indonesia yakni belum sepenuhnya masyarakat sadar mengenai industri pariwisata halal, hal ini karena masyarakat menganggap bahwa segala sesuatu yang ada di Indonesia sudah termasuk dalam kategori halal.<sup>28</sup>

Seiring berkembangnya teknologi, industri pariwisata memasuki era pariwisata 4,0. Hal ini terjadi karena adanya transformasi digital di sektor pariwisata. Pariwisata halal menggunakan teknologi untuk memberikan informasi mengenai sebuah daerah atau daya tarik

---

<sup>28</sup> Pusat Kajian Anggaran / Badan Keahlian DPR RI, *Potensi dan Tantangan Wisata Halal Indonesia*, Buletin APBN, Vol. 4, No. 9, 2019. hlm. 10.



tertentu supaya calon wisatawan datang dan menikmati daerah atau daya tarik tersebut. Selain mempunyai teknologi yang mumpuni, pergeseran budaya siber, keberadaan Muslim milenial memberikan aura positif pada perkembangan pariwisata hala di Indonesia. Muslim milenial saat ini begitu lekat dengan teknologi, khusus *platform* digital. Generasi ini mempunyai ciri dan karakter yang khas dan berbeda. Generasi ini menyukai kebebasan, senang melakukan personalisasi, mengandalkan kecepatan informasi, suka belajar dan bekerja dengan lingkungan inovatif, aktif berkolaborasi dan *hypertechnology*.<sup>29</sup>

Kebiasaan menggunakan media sosial pada diri Muslim milenial, dapat menjadi alat untuk mempromosikan dan memasarkan potensi destinasi pariwisata halal. Muslim milenial gemar melakukan aktivitas swafoto kemudian mengunggah ke media sosialnya atau dalam perangkat elektronik lain.<sup>30</sup> Hal tersebut secara tidak langsung menjadi media promosi, hanya perlu dikola dengan profesional dan terukur. Sebagai umat Muslim, Muslim milenial memiliki peran penting dalam membumikan pariwisata halal. Pariwisata Indonesia tidak bisa dilepaskan dengan generasi milenial atau posisi mereka sebagai "*influencer promotion*" yang biasanya melakukan perjalanan berpetualang dengan biaya yang hemat.<sup>31</sup> Peran-peran yang dilakukan Muslim milenial dapat dilakukan seperti melakukan aktivitas kegiatan digital marketing, kegiatan tersebut meliputi promosi dan pemasaran melalui website, sosial media, *online advertising*, *email direct marketing*, *forum discussion*, dan *mobile application*.

## KESIMPULAN

Pariwisata halal saat ini menjadi tren dalam industri pariwisata, sehingga perkembangan serta pertumbuhan pariwisata halal Indonesia sangat pesat. Sektor pariwisata halal menjadi salah satu sektor yang memiliki andil cukup besar untuk meningkatkan perekonomian dan kesejahteraan masyarakat, mengingat bangsa Indonesia mempunyai destinasi yang berpotensi dan jumlah penduduk mayoritas Muslim serta meningkatnya kesadaran terhadap poduk halal (*halal lifestyle*) bagi wisatawan Muslim. Pergeseran tren halal dan siber tidak lepas dari wisatawan Muslim milenial sehingga sektor pariwisata halal terus meningkat. Muslim milenial memiliki ke-khasan dengan teknologi yang sangat lekat pada diri Muslim milenial. Hal ini

---

<sup>29</sup> Nugraheni, A. I. P., Nugraha, B. S., Yuda, N. P., & Pancawati, N, "*Persepsi Generasi Milenial Indonesia Terhadap Pariwisata Yang Berkelanjutan*", Jurnal Kepariwisata, Vol. 13, No. 1, 2019. hlm. 69-82

<sup>30</sup> Utama, I. G. B. R., & Mahadewi, N. M. E, "*Metodologi Penelitian Pariwisata dan Perhotelan*", 2018.

<sup>31</sup> Fitriani, D. R., Wulandari, C., & Ohorella, N. R, "*The Power of "Instagrammable" In Destination Branding: Jakarta Millenial Tourist Case Study*", In *Conference On Communication and News Media Studies*, Vol. 1, 2019. hlm. 328.



membuat Muslim milenial menjadi *influencer tourism* serta *endorser* atau *promoter* untuk mengenalkan pariwisata halal keseluruhan wisatawan lokal maupun mancanegara. Muslim milenial memiliki kontribusi yang cukup besar, tetapi masih belum optimal guna mendukung perkembangan pariwisata halal Indonesia.

Muslim milenial dengan seluruh potensi dan keunikannya dapat menjadi katalisator sekaligus pasar bagi industri pariwisata halal Indonesia. Mengingat kebiasaan mencari dan berbagi mengenai objek wisata dan fasilitasnya melalui *platform* dan *vitur* yang berbasis online, hal ini memudahkan untuk saling berbagi informasi dengan cepat atas apa yang dirasakan ketika melakukan perjalanan wisata kepada orang-orang secara cepat juga. Tipikal muslim milenial tidak hanya sekedar liburan, tetapi juga mengharapkan mendapat suatu pengalaman untuk hidupnya sehingga rela menghabiskan waktu dan biaya untuk melakukan perjalanan wisata. Sehingga bagi pelaku industri dan warga setempat harus dapat memenuhi atraksi yang menarik, kebutuhan akomodasi dan fasilitas ibadah untuk menarik populasi muslim milenial yang begitu besar untuk dapat berwisata dan mendapatkan kesan positif. Tentu hal ini dapat mendorong aktivitas dan perputaran perekonomian pelaku usaha dan penduduk setempat. Melalui dukungan populasi yang besar dan mahirnya dalam menggunakan internet, muslim milenial dapat mengenalkan pariwisata halal Indonesia ke dunia dan membawa industri pariwisata halal Indonesia menjadi kiblat pariwisata halal dunia.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abu Bakar, B, Tan, E, Nair, S, and Lim, T, "Halalifying' Travel: Reaching For The Muslim Millennial Travellers", *Proceedings of the Council for Australasian University Tourism and Hospitality Education (CAUTHE) Conference, Newcastle, New South Wales: University of Newcastle, 2018.*
- Alwafi Ridlo Subarkah, "Potensi dan Prospek Pariwisata Halal Dalam Meningkatkan Ekonomi Daerah (Studi Kasus: Nusa Tenggara Barat)", *Jurnal Sospol Vol. 4 No. 2, 49-72, 2018.*
- Bhuiyan, MAH., Siwar, C., Ismail, SM, dan Islam, R, "Potentials of Islamic Tourism: A Case Study of Malaysia on East Coast Economic Region", *Australian Journal of Basic and Applied Sciences. Vol. 5, No. 6, 2011.*
- Chandra, A. A., & Damarjati, D, "Tiga Tahun Jokowi-JK, Pariwisata Sumbang Devisa Terbesar Kedua", <https://finance.detik.com/berita-ekonomi-bisnis/d-3687715/tiga-tahunjokowi-jk-pariwisata-sumbang-devisa-terbesar-kedua>, akses pada 17 februari 2020



- Chookaew, S., Chanin, O., Charatarawat, J., Sriprasert, P, dan Nimpaya, S, "Increasing, "Halal Tourism Potential at Andaman Gulf in Thailand for Muslim Country", *Journal of Economics, Business and Management*, Vol. 3, No. 7, 2015.
- Eka Dewi Satriana dan Hayyun Durrotul Faridah, "Pariwisata Halal: Perkembangan, Peluang, dan Tantangan", *Journal of Halal Product and Research*, Vol. 01 No. 02, 2018.
- El-Gohary, H, "Halal Tourism, is it Really Halal? Tourism Management Perspective", Vol. 19, 2016.
- Fitratun dan Ahmad Ajib Ridlwan, "Implikasi Pariwisata Syariah Terhadap Peningkatan Pendapatan dan Kesejahteraan Masyarakat", *Muslim Heritage*, Vol. 3, No. 1, 2018.
- Global Muslim Travel Index, "Global Muslim Travel Index 2018. Singapore: Mastercard & Crescentrating", 2018.
- Herlambang, D. D, "Dampak Pariwisata Terhadap Kondisi Sosial dan Ekonomi Penduduk Sekitar Lokasi Wisata Air Terjun Kedung Pedut di Dusun Kembang, Desa Jatimulyo, Kecamatan Girimulyo, Kabupaten Kulonprogo", *GeoEducasia*, Vol. 1, No. 1, 1-19, 2016.
- Iflah dan Kinkin Yuliaty SSubarsa Putri, "Pariwisata Halal Muslim Milenial", *Jurnal Common*, Vol. 3 No. 2, 2019.
- Rahmat, Ihsan., & Ashadi Cahyadi, "Desa Wisata Berkelanjutan di Nglanggeran: Sebuah Taktik Inovasi", *Jurnal Pariwisata Pesona*, Vol. 04, No. 1, 2019.
- Intan Shafina Suid, Nor Ashikin Mohd Nor and Hamimi Omar, "A Review on Islamic Tourism and the Practical of Islamic Attributes of Destination in Tourism Business", *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, Vol. 7, No. 12, 2017.
- Jaelani, A, "Halal tourism industry in Indonesia: Potential and Prospect", *International Review of Management and Marketing*, Vol. 7 No. 3, 23-34, 2017.
- Kementerian Pariwisata, "Laporan Akhir Kajian Pengembangan Pariwisata Syariah". Kementerian Pariwisata: Jakarta, 2015.
- Kementrian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak & BPS, *Profil Generasi Milenial Indonesia*, 2018
- Kim, S., Im, HH, dan King, BE, "Muslim Travelers in Asia: The Destination Preferences and Brand Perceptions of Malaysian Tourists". *Journal of Vacation Marketing*. 21(1): 3-21, 2015.
- Kusumaningrum, D. N., Fairuz, A. M., Putri, E. P., & Amalia, E. P, "Trend Pariwisata Halal Korea Selatan", *Seminar Nasional Gelar Produk* (pp. 855-865), Malang: Universitas Muhammadiyah Malang, 2017.



- Master Card and Crescent Rating, “Global Muslim Travel Index 2016”  
<https://www.crescentrating.com/reports/mastercard-crescentrating-global-muslim-travelindex-gmti-2016.html>, akses pada 17 februari 2020.
- Mohsin, A., Ramli, N, dan Alkhulayfi, BA, “Halal Tourism: Emerging Opportunities”, *Tourism Management Perspective*, Vol. 19, 2016.
- Nugraheni, A. I. P., Nugraha, B. S., Yuda, N. P., & Pancawati, N, “Persepsi Generasi Milenial Indonesia Terhadap Pariwisata Yang Berkelanjutan”, *Jurnal Kepariwisata*, Vol. 13, No. 1, 2019.
- Organisasi Kerjasama Islam, “*Strategic Roadmap for Development of Islamic Tourism in OIC Member Countries*”, Ankara-Turkey: Organisation of Islamic Cooperation: Statistical, Economic and Social Research, and Training Center For Islamic Countries, 2017.
- Pusat Kajian Anggaran / Badan Keahlian DPR RI, “Potensi dan Tantangan Wisata Halal Indonesia”, *Buletin APBN*, Vol. 4, No. 9, 2019.
- Ramadhany, Fitriani, D. R., Wulandari, C., & Ohorella, N, R, “The Power of “Instagrammable” In Destination Branding: Jakarta Millenial Tourist Case Study”, In *Conference on Communication and News Media Studies*, Vol. 1, 2019.
- Remi, S. S., Waluyo, S. D., & Muljarijadi, B, “Peran Pariwisata Dalam Perkembangan Perekonomian Daerah Studi Kasus Provinsi DKI Jakarta”, *Fakultas Ekonomi Universitas Padjadjaran Ikatan Sarana Ekonomi Indonesia*, 122, 2016.
- Samori, Z., Salleh, N. Z. M., & Khalid, M. M, “Current Trends on Halal Tourism: Cases on Selected Asian Countries”, *Tourism Management Perspectives*, Vol. 19, 2016.
- Singh, S, “*Generation Z: Rules to Reach the Multinational Consumer*,” Boston: Sapient, 2013.
- Utama, I. G. B. R., & Mahadewi, N. M. E, “*Metodologi Penelitian Pariwisata dan Perhotelan*”, 2018.
- World Halal Travel Summit, “*Post Show Report World Halal Travel Summit 2015*”, Abu Dhabi: Committee World Halal Travel Summit, 2015.
- Zamani-Farahani, H, dan Henderson, JC, “Islamic Tourism and Managing Tourism Development in Islamic Societies: The Cases of Iran and Saudi Arabia”, *International Journal of Tourism Research*, Vol. 12, 2010.