

PERSEPSI MUSLIM TRAVELER BERKUNJUNG KE NEGARA NON MUSLIM BERDASARKAN RIDA (*RESPONSIBLE, IMMERSIVE, DIGITAL, ASSURED*) FRAMEWORK

Wenni Anggita¹; Yanto²; Nanang Wahyudin³; M. Afdal S⁴

Universitas Bangka Belitung, Bangka^{1,2,3,4}

Email : enghietha@gmail.com¹

ABSTRAK

RIDA *Framework* yang dikembangkan oleh *CrescentRating* merupakan sebuah jawaban atas terhadap tantangan-tantangan yang berkembang tentang bagaimana muslim travel dengan mengintegrasikan prinsip-prinsip inti pariwisata yang bertanggung jawab dengan kemajuan teknologi terbaru untuk mempersiapkan *Traveler* di masa depan. Tren wisata halal yang berkembang menjadikan China atau Tiongkok sebagai negara tujuan wisata terutama bagi pelancong dari Malaysia dan Indonesia. Tujuan penelitian ini adalah mengidentifikasi persepsi pelancong atau muslim traveler dalam memilih China sebagai tujuan wisata dengan pendekatan RIDA *Framework*. Sampel penelitian menggunakan *accidental sampling* yaitu dengan melakukan *deep interview* kepada responden yang akan melakukan perjalanan ke China. Data yang didapat berasal dari agen perjalanan yang ada di Jakarta dan Bandung serta *Traveler* Muslim di Guangzhou dan Yunnan, China. Adapun hasil penelitian ini menunjukkan bahwa muslim traveler memilih China atau Tiongkok karena budaya yang dimiliki negara ini sangatlah kental. Kultur masyarakat yang sangat menjunjung adat, istiadat serta budaya turun temurun dari nenek moyang masih sangat terjaga dengan baik. Berdasarkan RIDA (*Responsible, Immersive, Digital dan Assured*) *Framework*, pemerintah China sangat mengedepankan wisata budaya yang akan dimiliki oleh para pelancong. Selain itu digitalisasi serta keamanan di China sangatlah baik, para pelancong disugahi kemudahan (seperti *cashless*) yang memudahkan pelancong dalam bertransaksi, kemudahan transportasi serta informasi destinasi yang sangat lengkap. Selain itu juga keamanan yang dijamin oleh Pemerintah Tiongkok dengan banyaknya CCTV di setiap jalanan di China.

Kata kunci : *Responsible; Immersive; Digital; Assured; Wisata Halal*

ABSTRACT

The RIDA Framework developed by CrescentRating is a response to the evolving challenges of how Muslims travel, by integrating core principles of responsible tourism with the latest technological advancements to prepare travelers for the future. The growing halal tourism trend has made China, or the People's Republic of China, a popular destination, especially for travelers from Malaysia and Indonesia. The aim of this research is to identify the perceptions of Muslim travelers in choosing China as a tourism destination through the RIDA Framework approach. The research sample used accidental sampling, conducting in-depth interviews with respondents planning to travel to China. The data collected came from travel agencies in Jakarta and Bandung, as well as Muslim travelers in Guangzhou and Yunnan, China. The results of the study indicate that Muslim travelers choose China due to the strong cultural heritage of the country. The society's culture, which highly values traditions and customs passed down through generations, is still well-preserved. According to the RIDA (Responsible, Immersive, Digital, and Assured) Framework, the Chinese government emphasizes

cultural tourism for travelers. Additionally, digitization and security in China are excellent, providing travelers with conveniences (such as cashless transactions) that make it easier for them to conduct transactions, access transportation, and get detailed destination information. Moreover, security is assured by the Chinese government with the extensive use of CCTV across the streets of China.

Keywords : Responsible; Immersive; Digital; Assured; Halal Tourism

PENDAHULUAN

Populasi penganut agama islam atau muslim di dunia mencapai 1,9 Miliar telah menunjukkan bahwa penganut islam di dunia telah menjadi penganut agama paling banyak kedua setelah agama Kristen (baik protestan atau katolik). Jumlah ini tersebar di berbagai belahan dunia, namun data berdasarkan Laporan Pew Research Center pada 2017 menunjukkan bahwa Indonesia memiliki sekitar 229 juta Muslim, yang merupakan 12,7% dari total populasi Muslim global. Negara dengan jumlah pemeluk Islam terbesar setelah Indonesia adalah India, dengan populasi Muslim sekitar 200 juta, namun proporsi Muslim di India lebih kecil dibandingkan Indonesia sehingga Indonesia menyumbang sebesar 13% dari total populasi Muslim dunia. Seiring dengan meningkatnya populasi muslim di dunia, semakin meningkat pula terkait dengan permintaan berbagai produk ramah muslim (halal) sebagai sebuah kebutuhan.

Menurut Bambang Brodjonegoro (Menteri Perencanaan Pembangunan Nasional 2014-2019), salah satu potensi besar yang dapat dikembangkan di Indonesia adalah industry pariwisata halal yang sedang berkembang di dunia. Industry ini merupakan pangsa pasar yang cukup menjanjikan dimana sekarang permintaan akan pemenuhan produk-produk halal sudah sangat pesat seiring dengan berkembangnya penganut Islam di Dunia. Kebutuhan akan produk yang halal seakan menjadi sebuah keharusan sehingga menciptakan gaya hidup halal yang dikenal dengan *halal lifestyle*, mulai dari makanan halal, pakaian khusus muslim/muslimah, farmasi, kosmetik yang halal (mengandung bahan alami yang halal), media muslim, pendidikan islami, sampai dengan pariwisata halal (Maryati, 2020). Belakangan ini, seiring dengan pertumbuhan muslim di seluruh dunia maka peningkatan wisatawan muslim berlibur ke luar negeri pun semakin banyak, baik itu destinasi ke negara muslim maupun negara non muslim (minoritas).

Menurut data yang diperoleh dari *Global Muslim Travel Index* (GMTI) tahun 2023, yang diterbitkan oleh CrescentRating dan Mastercard, untuk mengukur dan

memeringkatkan destinasi wisata berdasarkan berbagai faktor yang relevan dengan wisatawan Muslim, seperti ketersediaan fasilitas ramah Muslim (musholla, makanan halal, dan tempat ibadah), serta pengalaman wisata yang dapat diakses oleh wisatawan Muslim. Sektor pariwisata Muslim diperkirakan akan terus tumbuh. Pada tahun 2023, diperkirakan wisatawan Muslim akan menghabiskan sekitar 230 miliar dolar untuk perjalanan, yang merupakan peningkatan signifikan dibandingkan tahun-tahun sebelumnya.

Potensi ini menjadi sebuah peluang baik bagi negara muslim maupun negara non-Muslim di dunia. Pemerintah negara-negara non-Muslim mulai membentarkan perhatian pada kebutuhan wisata halal. Meskipun negara-negara ini tidak memiliki populasi Muslim mayoritas, mereka mulai melihat potensi ekonomi yang signifikan dalam melayani pasar wisatawan Muslim. Beberapa tren utama dalam perkembangan wisata halal di dunia, termasuk di negara-negara non-Muslim, seperti China. China, meskipun memiliki jumlah Muslim yang relatif kecil (sekitar 2% dari total populasi), mulai menarik perhatian wisatawan Muslim internasional, khususnya dari Asia Tenggara, Timur Tengah, dan Malaysia. Seiring dengan meningkatnya jumlah wisatawan Muslim yang mengunjungi China, negara ini mulai mengembangkan sektor wisata halal dengan menawarkan berbagai fasilitas dan atraksi yang sesuai dengan kebutuhan mereka. Selain itu, Di luar China, banyak negara non-Muslim lainnya juga mulai mengembangkan sektor wisata halal, termasuk di Eropa dan Asia Pasifik, sebagai respons terhadap permintaan wisatawan Muslim yang terus berkembang.

Selain itu, meskipun minat wisatawan Muslim untuk mengunjungi negara non-Muslim semakin meningkat, hal ini belum diimbangi dengan penyediaan fasilitas dan layanan yang memadai. Banyak wisatawan Muslim yang masih kesulitan menemukan makanan halal dan tempat ibadah yang layak di negara-negara non-Muslim seperti Korea Selatan (Ramadhan, 2019). Abdurahman Lee, seorang Imam Federasi Muslim di Korea, juga mengungkapkan bahwa wisatawan Muslim masih menghadapi berbagai tantangan dalam mengakses fasilitas halal (Ramadhan, 2019). Namun, dalam beberapa tahun terakhir, negara-negara non-OKI telah melakukan upaya signifikan untuk meningkatkan sektor pariwisata Muslim, yang tercermin dalam peningkatan indeks mereka secara substansial. Meningkatnya jumlah wisatawan Muslim dari negara-negara dengan populasi besar seperti Indonesia, Malaysia, dan Timur Tengah yang ingin

mengunjungi negara-negara non-Muslim, tetapi dengan kenyamanan dan fasilitas sesuai dengan kebutuhan mereka (makanan halal, tempat ibadah, dan lainnya). Negara-negara non-Muslim mulai menyadari bahwa dengan meningkatkan fasilitas halal, mereka dapat menarik lebih banyak wisatawan Muslim, yang pada gilirannya dapat meningkatkan pendapatan sektor pariwisata mereka.

Penelitian ini bertujuan untuk menggali persepsi wisatawan Muslim terhadap China sebagai destinasi wisata, dengan fokus pada aspek yang memengaruhi keputusan mereka dalam memilih negara tersebut. Sebagai negara non-Muslim dengan jumlah Muslim yang relatif kecil, China menghadapi tantangan dalam menyediakan fasilitas yang ramah Muslim. Namun, dengan semakin berkembangnya sektor pariwisata, China mulai berupaya memenuhi kebutuhan wisatawan Muslim. Persepsi tersebut dianalisis berdasarkan aspek RIDA *Framework*.

TINJAUAN PUSTAKA

Jangkauan pariwisata global terus berkembang seiring waktu sangat dipengaruhi oleh teknologi yang terus berubah dan berinovasi. Berbagai perubahan ekspektasi wisatawan serta meningkatnya kesadaran akan keberlanjutan. Dalam lingkungan yang dinamis ini, pangsa pasar *Muslim Traveler* tetap menjadi segmen yang signifikan dan terus berkembang, yang memerlukan strategi inovatif untuk memenuhi kebutuhan uniknya. RIDA *Framework* yang dikembangkan oleh *CrescentRating* merupakan sebuah jawaban atas terhadap tantangan-tantangan yang berkembang tentang bagaimana muslim travel dengan mengintegrasikan prinsip-prinsip inti pariwisata yang bertanggung jawab dengan kemajuan teknologi terbaru untuk mempersiapkan *Traveler* di masa depan.

RIDA *Framework* terdiri dari *Responsible* (tanggung jawab), *Immersive* (cakupan), *Digital* dan *Assured* (jaminan) yang menawarkan sebuah model yang dirancang untuk meningkatkan pengalaman perjalanan bagi wisatawan Muslim sambil memenuhi kebutuhan berbasis iman mereka. Kerangka kerja ini tidak hanya memenuhi persyaratan kepatuhan akan kehalalan dan sensitivitas budaya, tetapi juga selaras dengan tren industri yang lebih luas menuju digitalisasi dan layanan yang dipersonalisasi. Hal ini berfungsi sebagai cetak biru bagi destinasi dan penyedia layanan yang bertujuan untuk mengoptimalkan penawaran mereka dan terlibat secara efektif dengan pasar *Muslim Traveler*.

Kemunculan *RIDA Framework* (dapat dilihat pada gambar 1) ini terinspirasi oleh kebutuhan akan pendekatan holistik yang menggabungkan nilai-nilai perhotelan tradisional dengan inovasi modern. Kerangka kerja ini mencerminkan konsep 'Rida,' sebuah kata dalam bahasa Arab yang berarti kepuasan dan kebahagiaan serta kualitas penting yang dicari wisatawan dalam perjalanan mereka. Dengan mengintegrasikan keempat dimensi tersebut dalam sebuah layanan atau fasilitas, penyedia layanan dapat memastikan bahwa semua aspek perjalanan tercakup secara komprehensif. Adapun konsep *RIDA Framework* terdiri dari:

1. **Responsible** (Tanggung Jawab). Konsep *Responsible* dalam *RIDA Framework* mengedepankan tanggung jawab sosial, budaya, dan lingkungan yang penting untuk menciptakan industri pariwisata yang berkelanjutan dan etis. Dalam konteks wisata halal, prinsip ini memastikan bahwa destinasi dan layanan wisata tidak hanya memenuhi kebutuhan wisatawan Muslim, tetapi juga berkontribusi secara positif terhadap masyarakat dan lingkungan sekitar. Penerapan konsep ini akan membantu menciptakan pengalaman wisata yang lebih bermakna, adil, dan berkelanjutan.
2. **Immersive** (Mendalam). Dalam *RIDA Framework*, konsep *Immersive* mengacu pada pengalaman wisata yang mendalam dan menyeluruh, di mana wisatawan tidak hanya sekadar mengunjungi destinasi, tetapi benar-benar terlibat dan terhubung dengan budaya, sejarah, lingkungan, dan masyarakat setempat. *Immersive* bertujuan untuk menciptakan pengalaman yang otentik dan menyentuh, yang memungkinkan wisatawan merasakan dan memahami lebih dalam nilai-nilai lokal, budaya, dan tradisi.
3. **Digital** (Digitalisasi), dimensi ini fokus pada penggunaan teknologi digital untuk meningkatkan efisiensi, aksesibilitas, dan pengalaman dalam konteks pariwisata dan pengelolaan warisan budaya.
4. **Assured** (Terjamin). Dalam *RIDA Framework*, dimensi *Assured* berfokus pada memberikan jaminan atau kepastian terkait kualitas, keamanan, dan keberlanjutan dalam layanan dan pengalaman pariwisata. Dimensi ini bertujuan untuk memastikan bahwa wisatawan dapat merasa aman dan nyaman saat melakukan perjalanan, serta bahwa destinasi dan layanan yang mereka pilih memenuhi standar yang tinggi.

METODE PENELITIAN

Metode adalah suatu cara kerja yang dapat digunakan untuk memperoleh sesuatu. Sedangkan metode penelitian dapat diartikan sebagai tata cara kerja di dalam proses

penelitian, baik dalam pencarian data ataupun pengungkapan fenomena yang ada. (Zulkarnaen, W., Amin, N. N., 2018:113). Penelitian ini merupakan penelitian dengan pendekatan kualitatif dengan sampel penelitian menggunakan *accidental sampling* yaitu dengan melakukan *deep interview* kepada responden yang akan melakukan perjalanan ke China. Data yang didapat berasal dari agen perjalanan yang ada di Jakarta dan Bandung serta *Traveler Muslim* di Guangzhou dan Yunnan, China. Peneliti melakukan *deep interview* kepada rombongan tour dari TX Travel yang sebelumnya sudah dihubungi terkait dengan tanggal keberangkatan tour. Pemilihan sampel tentunya dengan kriteria yaitu wisatawan muslim.

HASIL PENELITIAN DAN DISKUSI

Setelah dilakukan *deep interview*, responden yang bersedia diwawancarai adalah 94 orang dengan identifikasi pada tabel 1. Berdasarkan pada table 1, terlihat bahwa persentase traveler muslim dari Indonesia sebesar 32,98%, dari Malaysia sebesar 55,32% dan dari Turki sebesar 11,70%. Terlihat bahwa wisatawan muslim dari Malaysia paling banyak mengunjungi China. Hal ini dimungkinkan karena perjalanan dari Malaysia ke China terutama ke Provinsi Yunnan hanya memerlukan waktu kurang lebih 2 (dua) jam perjalanan dengan menggunakan pesawat. Pada tahun 2024, pemerintah China juga mengeluarkan kebijakan gratis visa untuk warga Malaysia sehingga jumlah turis Malaysia ke China juga melonjak. Selain itu juga, menurut presiden MATTA (Asosiasi Agen Tour dan Perjalanan Malaysia) Nigel Wong, adanya era pascapandemi dan pencabutan pembatasan perjalanan oleh China (Tiongkok) merupakan adalah faktor pendorong utama juga dari lonjakan wisatawan Malaysia ke China. Dengan meningkatnya kesadaran akan fasilitas dan pilihan makanan halal, destinasi seperti Xinjiang, Xi'an, dan Ningxia menjadi lokasi utama bagi wisatawan Muslim Malaysia.

Budaya Menjadi Alasan Utama Destinasi Ke China

Berdasarkan hasil wawancara dengan para wisatawan muslim yang berjumlah 94 Orang, hampir 90% diantaranya mengatakan budaya serta kultur China menjadikan alasan utama mereka mengunjungi Negara tersebut. China memiliki sejarah lebih dari 5.000 tahun, dengan banyak peninggalan budaya, arsitektur, serta situs bersejarah yang menarik. Misalnya, Tembok Besar China, Kota Terlarang di Beijing, dan Situs Arkeologi Terracotta Army di Xi'an. China juga memiliki Asosiasi Islam yang menarik

banyak wisatawan Muslim setiap tahunnya. Saat ini, terdapat hampir 200 juta pemeluk agama di China, termasuk lebih dari 20 juta umat Muslim. China juga memiliki 10 etnis minoritas beragama Islam, di antaranya 12 juta suku Uighur yang sebagian besar tinggal di wilayah barat laut China. Dengan banyaknya etnis yang menjadi daya tarik wisatawan muslim ke China, budaya China yang kental juga menjadi ciri khas suku muslim di China.

Meskipun beragama muslim, ornament-ornamen china yang menjadikan budaya China tidak luntur menjadi ciri khas utama dari warga China. Seperti bangunan masjid, tidak seperti bangunan masjid pada umumnya yang berwarna Hijau, masjid di China sangat kental dengan bangunan China yang kaya dengan ornament-ornamen khasnya. Seperti salah satu masjid yang kami kunjungi di Kota Dali Provinsi Yunnan. Lengkap dengan tulisan China, bangunan masjid umat muslim tetap kental dengan budaya China. Yang membedakannya dengan kuil-kuil china pada umumnya adalah tidak ada ornament kepala atau patung Singa ataupun naga, karena bagi kepercayaan umat muslim tidak boleh menggunakan ornament makhluk walaupun hanya sekedar patung.

RIDA (Responsible, Immersive, Digital, Assured) Framework

Responsible

Pemerintah China telah mulai mengambil langkah-langkah untuk mendukung pengembangan wisata halal, meskipun upaya tersebut tidak selalu terlihat secara mencolok di seluruh negara. Respons pemerintah terhadap wisata halal sebagian besar bersifat lokal dan terfokus di wilayah-wilayah yang memiliki populasi Muslim signifikan, seperti Xinjiang, Ningxia, Lanzhou dan Gansu. Pemerintah lokal di beberapa provinsi yang memiliki populasi Muslim yang besar, seperti Xinjiang dan Ningxia, telah mulai mempromosikan destinasi wisata halal sebagai bagian dari strategi pariwisata regional. Misalnya, di Xinjiang, yang memiliki komunitas Muslim Uighur, pemerintah telah mengembangkan beberapa program yang mengintegrasikan aspek budaya dan keagamaan Islam untuk menarik wisatawan Muslim.

Immersive

Konsep *immersive* dalam wisata halal di China mengacu pada pengalaman wisata yang memungkinkan wisatawan untuk sepenuhnya terlibat dan merasakan aspek budaya, agama, dan tradisi yang khas dari destinasi yang mereka kunjungi. Dalam konteks wisata halal, konsep ini berarti menciptakan pengalaman yang mendalam bagi

wisatawan Muslim, yang memungkinkan mereka untuk tidak hanya menikmati destinasi tetapi juga merasakan dan memahami kehidupan serta budaya Muslim di China. Ini dapat mencakup berbagai aspek, mulai dari masakan halal, praktik keagamaan, hingga interaksi langsung dengan komunitas local. Wisata halal di China dapat menawarkan pengalaman kuliner yang immersive dengan mengajak wisatawan untuk berpartisipasi langsung dalam proses pembuatan makanan halal yang khas. Wisatawan dapat mengikuti tur kuliner yang mengunjungi restoran halal terkenal atau pasar lokal yang menjual makanan halal seperti kebab, dim sum halal, atau masakan Uighur seperti *laghman* (mi) dan *pilaf*. Selain itu, mereka juga bisa diajak untuk memasak bersama chef lokal yang mengajarkan cara membuat hidangan halal tradisional. Selain makanan, Wisatawan bisa mengikuti tur yang mengunjungi masjid-masjid bersejarah di kota-kota seperti Beijing, Xi'an, dan Kashgar. Mereka bisa belajar tentang sejarah Islam di China, mengunjungi masjid seperti Masjid Niujiu di Beijing atau Masjid Id Kah di Kashgar, dan memahami bagaimana komunitas Muslim di China menjalankan ibadah mereka.

Dalam konteks interaksi komunitas, Wisatawan dapat diajak berkunjung ke desa atau kota kecil di Xinjiang yang mayoritas penduduknya adalah Uighur. Di sini, mereka dapat berinteraksi dengan masyarakat setempat, belajar tentang tradisi Islam Uighur, seperti tarian Sufi atau musik tradisional, dan berpartisipasi dalam aktivitas sehari-hari mereka. Salah satu cara untuk menciptakan pengalaman immersive adalah dengan menyediakan program homestay bersama keluarga Muslim lokal, yang memungkinkan wisatawan merasakan kehidupan sehari-hari mereka, seperti berbuka puasa bersama selama Ramadan, merayakan festival Idul Fitri, atau berbagi cerita tentang tradisi Islam mereka.

Digital (Digitalisasi)

Salah satu cara untuk mengintegrasikan konsep digital dalam wisata halal adalah dengan menyediakan platform digital yang mempermudah wisatawan Muslim mencari dan mengakses fasilitas halal di destinasi wisata China. Aplikasi khusus atau website yang menyediakan informasi tentang restoran halal, hotel yang ramah Muslim, tempat salat, masjid, dan fasilitas halal lainnya di berbagai kota di China. Aplikasi ini bisa menawarkan fitur pencarian berdasarkan lokasi, ulasan, dan rekomendasi dari wisatawan lainnya. Peta interaktif yang menunjukkan lokasi-lokasi penting bagi wisatawan Muslim, seperti masjid, restoran halal, dan tempat ibadah lainnya. Ini akan

sangat berguna bagi wisatawan Muslim yang bepergian ke daerah yang tidak mereka kenal. Penggunaan aplikasi Baidu (seperti google) dengan mengetik 清真 yang berarti Qingzhen dalam Bahasa mandarin atau halal dalam Bahasa Indonesia sangatlah mempermudah dalam menemukan segala yang berhubungan dengan makanan halal dan masjid sekalipun. Petunjuk arah sangat lengkap bahkan apabila kita menggunakan BRT/kereta bawah tanah lengkap dengan line dan pintu keluarnya. Selain itu, China merupakan negara dengan kemajuan teknologi yang pesat, penggunaan metode pembayaran digital sangat memudahkan transaksi selama wisatawan berkunjung ke China. Dengan menggunakan aplikasi alipay, bahkan untuk naik transportasi umum seperti bus, Metro/kereta bawah tanah dan taxi sekalipun tidak perlu membeli kartu atau menukar uang ke Yuan, hanya dengan satu aplikasi semua bisa dilakukan.

Assured (Terjamin)

Konsep *Assured* (terjamin) dalam wisata halal di China mengacu pada jaminan bahwa fasilitas dan layanan yang diberikan kepada wisatawan Muslim memenuhi standar yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Hal ini penting untuk menciptakan rasa aman dan nyaman bagi wisatawan Muslim, yang ingin memastikan bahwa pengalaman mereka selama berwisata di China sepenuhnya sesuai dengan kebutuhan agama mereka, baik dalam hal makanan, akomodasi, fasilitas ibadah, maupun aktivitas lainnya. Salah satu aspek terpenting dalam konsep *assured* adalah sertifikasi halal yang menjamin bahwa restoran, hotel, dan fasilitas lainnya telah memenuhi standar tertentu untuk melayani wisatawan Muslim. Pemerintah atau badan sertifikasi halal independen dapat mengeluarkan sertifikat halal untuk restoran dan tempat makan yang memenuhi syarat-syarat Islam dalam penyediaan makanan, seperti menggunakan bahan halal, cara memasak yang sesuai, dan memisahkan alat masak yang digunakan untuk makanan non-halal. Pemerintah atau lembaga sertifikasi halal perlu melakukan pemeriksaan dan audit secara rutin terhadap restoran, hotel, dan tempat ibadah untuk memastikan mereka terus mematuhi standar halal. Hal ini bisa mencakup inspeksi makanan, kebijakan hotel yang ramah Muslim, dan pemeliharaan fasilitas ibadah. Penggunaan standar halal yang jelas dan disepakati bersama di tingkat nasional atau lokal sangat penting. Pedoman ini harus mencakup detail yang spesifik, seperti cara penyembelihan halal, cara penyajian makanan, dan ketersediaan fasilitas untuk salat. Menjamin keamanan wisatawan Muslim juga merupakan bagian penting dari konsep *assured*. Pemerintah dan penyedia

layanan wisata harus memastikan bahwa semua fasilitas halal di China mematuhi hukum dan regulasi setempat serta internasional yang berkaitan dengan perlindungan konsumen dan standar halal. Pemerintah China dapat memberlakukan regulasi yang memastikan bahwa semua tempat yang mengklaim sebagai halal benar-benar memenuhi standar halal yang ditetapkan. Ini akan memberikan jaminan kepada wisatawan bahwa mereka tidak akan mengalami kekecewaan atau penipuan terkait klaim halal.

KESIMPULAN

Pemerintah China telah mulai menyadari potensi pasar wisatawan Muslim dan memperkenalkan beberapa kebijakan untuk mendukung wisata halal, meskipun kebijakan ini cenderung lebih terfokus pada penyediaan fasilitas dan kemudahan bagi wisatawan Muslim. Dukungan ini juga melibatkan upaya untuk mengintegrasikan elemen-elemen yang sesuai dengan kebutuhan wisatawan Muslim, termasuk makanan halal, tempat salat, dan kebijakan yang ramah terhadap praktik keagamaan. Pemerintah China, melalui organisasi pariwisata nasional dan regional, mulai mempromosikan destinasi wisata yang memiliki komunitas Muslim yang signifikan, seperti Xinjiang, Gansu, Ningxia, dan Beijing. Di daerah-daerah ini, terdapat banyak masjid bersejarah, restoran halal, dan budaya Muslim yang menarik bagi wisatawan Muslim. Penelitian ini hanya berfokus pada *RIDA Framework*, yang mana hanya memiliki empat indikator dalam menilai persepsi perkembangan China dalam mengembangkan wisata halal dan menjadi destinasi wisata bagi muslim traveler. Penelitian selanjutnya dapat menggunakan konsep kuantitatif atau menggunakan pendekatan *mix method* dalam mengembangkan penelitian ini.

Penghargaan/Ucapan Terima Kasih (Optional)

Ucapan terimakasih kami sampaikan kepada Lembaga Penelitian dan Pengabdian Universitas Bangka Belitung yang telah mendukung penelitian ini dengan mengeluarkan SK Penelitian Mandiri dengan Nomor 1.29/UN50/L/PP/XI/2024 dan surat tugas dengan nomor 2147-2149/UN50/L/PP/2024 untuk melaksanakan penelitian ini. Tanpa adanya dukungan ini tim peneliti tidak dapat melakukan pengambilan data sehingga penelitian ini tidak dapat dilakukan.

DAFTAR PUSTAKA

Azam, M. S. E., & Abdullah, M. A. (2020). Global halal industry: realities and opportunities. *IJIBE (International Journal of Islamic Business Ethics)*, 5(1), 47-59.

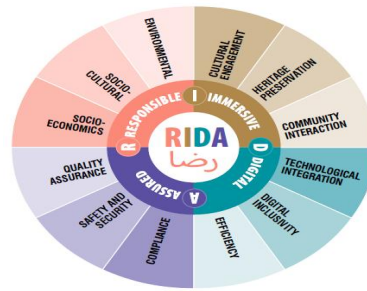
- Battour, M. 2018. Muslim Travel Behavior in Halal Tourism. In L. Butowski (Eds.). *Mobilities, Tourism and Travel Behavior - Contexts and Boundaries* (pp. 3-16). IntechOpen. <http://dx.doi.org/10.5772/intechopen.70370>
- Brose, M. C. (2024). HALAL FOOD IN CHINA. *Chinese Islam: Models of Interaction with State and Society*.
- Chang, T. C. 2011. Islamic Tourism in Singapore: Trends & Prospects. In *Presentation at world Islamic tourism conference 2011, 12– 13 July, Kuala Lumpur*.
- Dealwis, Caesar. Aiza Johari, Affidiah Morni. 2022. *The Perception of Non-Muslim Tourists towards Halal Tourism: A case study in Kuching, Sarawak*. Proceedings Borneo Islamic International Conference; Vol. 13. 2022; 01-12.
- Ding, G., & Wu, J. (2022). Influence of tourism safety perception on destination image: A case study of Xinjiang, China. *Sustainability*, 14(3), 1663.
- Firdaus, P. (2022). Pengaruh Pariwisata Halal Terhadap Loyalitas Wisatawan Muslim Untuk Mengunjungi Bali. In *UII* Vol. 7, Issue 1.
- Harris, R. (2024). The aesthetics and imaginaries of Uyghur heritage, Chinese Tourism, and the Xinjiang dance craze. *International Journal of Heritage Studies*, 1-16.
- Hidayatullah, S., Al Rasyid, H., & Sudaryanti, D. (2023). Analisis Optimalisasi Wisata Religi Berbasis Halal Tourism Terhadap Daya Tarik Wisatawan Muslim Di Jembrana Bali. *Al-Aswaq: Islamic Economic and Finance Journal*, 4(1), 150–160.
- Jia, X., & Chaozhi, Z. (2020). “Halal tourism”: is it the same trend in non-Islamic destinations with Islamic destinations?. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 25(2), 189-204.
- Keliat, Cyntia and I Gede Eko Putra Sri Sentanu. *Sustainable Halal Tourism in The Post Pandemic Era: Opportunity and Challenges*. Journal of Research on Business and Tourism Volume 2 No. 1, June 2022, p 69 – 77
- Nasuha, Ikhsan. 2020. *Implementation of Halal Tourism in Non-Muslim Countries (Study in Thailand)*. UIN Prof. K.H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
- Rahmi, Asri Noer. Perkembangan Pariwisata Halal Dan Pengaruhnya Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Indonesia. *Jurnal Ekonomi Islam* Volume 11 No. 1 Januari - Juni 2020.
- Rasul, T. (2019). The trends, opportunities and challenges of halal tourism: a systematic literature review. *Tourism Recreation Research*, 44(4), 434-450
- Rusdi, Rahman dan Yuana Tri Utomo. 2024. Peluang Dan Tantangan Pariwisata Halal Di Indonesia Perspektif Dakwah Ekonomi. *Journal of Economics Business Ethic and Science of History*. Volume 2, Nomor 4.
- Yousaf, S., & Xiucheng, F. (2018). Halal culinary and tourism marketing strategies on government websites: A preliminary analysis. *Tourism Management*, 68, 423-443.
- Zulkarnaen, W., Amin, N. N. (2018). *Pengaruh Strategi Penetapan Harga Terhadap Kepuasan Konsumen*. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 2(1), 106-128.

TABEL DAN GAMBAR

Tabel 1. Identifikasi Responden berdasarkan Negara Asal dan Gender

| No | Asal Responden | Laki-Laki | Perempuan | Total |
|--------|----------------|-----------|-----------|-------|
| 1 | Indonesia | 8 | 23 | 31 |
| 2 | Malaysia | 14 | 38 | 52 |
| 3 | Turki | 4 | 7 | 11 |
| Jumlah | | 26 | 68 | 94 |

Sumber: Data diolah Peneliti, 2025



Gambar 1. RIDA Framework



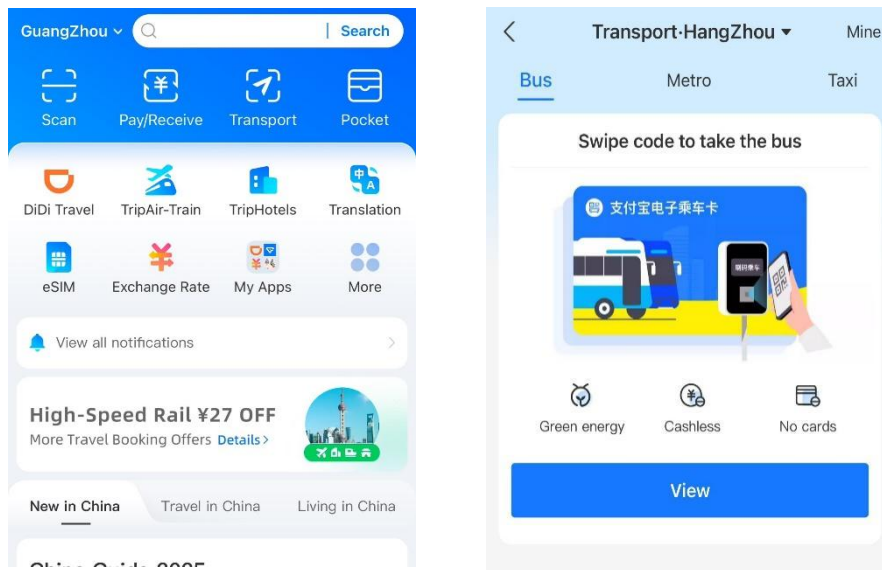
Gambar 2 dan 3. Masjid dan wisatawan Malaysia



Gambar 4. Logo Halal China



Gambar 5. Restoran Halal di China



Gambar 6 dan 7. Fitur Aplikasi Alipay