

Rika Widawati dan HP. Diyah Setiyorini : Perspektif Sociolinguistik: Dialog antara Islam dan Non-Islam tentang Standardisasi Pariwisata Islami

Perspektif Sociolinguistik: Dialog antara Islam dan Non-Islam tentang Standardisasi Pariwisata Islami

Sociolinguistic Perspective: Dialogue between Islam and Non Islam on Islamic Tourism Standardization

Rika Widawati dan HP. Diyah Setiyorini

Dosen Jurusan MKDU

Dosen Prodi. Man. Pemasaran pariwisata

E-mail : rika033113@gmail.com

hp_diyah@upi.edu

ABSTRAK

Konsep Standardisasi Pariwisata Islami (*Islamic Tourism Standard*) tidak hanya menjadi wacana bagi banyak negara dan konsep ini telah mulai diimplementasikan. Standardisasi ini didasarkan pada tiga karakteristik Islam, yaitu : 1) membutuhkan jaminan halal dalam semua aspek kehidupan ; 2) memerlukan Doa / Shalat sebagai kegiatan rutinitas sehari-hari yang tidak boleh ditinggalkan ; 3) memiliki semangat yang kuat dalam persaudaraan dan perdamaian. Hal ini menunjukkan bahwa wisatawan Muslim memiliki karakteristik standardisasi pariwisata yang berbeda dibandingkan dengan wisatawan internasional lainnya. Oleh karena itu, konsep ini harus dipahami oleh para pemangku kepentingan pariwisata (*tourism stakeholders*). Bandung sebagai daerah tujuan wisata yang berkembang pesat di Indonesia telah menarik banyak wisatawan, terutama dari negara-negara Muslim, seperti Malaysia dan beberapa negara Timur Tengah. Sebagai ibukota Jawa Barat, Bandung telah memposisikan diri sebagai kota besar yang didiami oleh orang-orang dari berbagai latar belakang etnis. Ada juga beberapa upaya dalam membangun standar pariwisata Islam di Bandung, seperti pembentukan hotel Syariah, agen perjalanan Islam, dan lain-lain. Studi ini mencoba untuk mengeksplorasi gagasan standardisasi pariwisata Islami yang diimplementasikan oleh negara-negara Non-Islam. Dengan demikian , penelitian ini dianalisis pada perspektif sociolinguistik atau penggunaan bahasa standardisasi Islami seperti *halal*, *sholat*, dan beberapa hal lainnya. Penelitian ini juga mengambil beberapa contoh pelaksanaan Standardisasi Islam dilihat dari sudut pandang non Islam. Dengan demikian, selain melakukan studi literatur dan data sekunder untuk mengetahui praktik standardisasi Islami oleh negara-negara non-Islam, dilakukan pula wawancara dengan pemimpin agama Kristen untuk mengetahui opini tentang penerapan standardisasi Islami ini. Hasil menunjukkan bahwa Konsep ini telah dilakukan di Indonesia dan mendapat dukungan positif dari kalangan non-Islam.

Kata Kunci: Standardisasi Pariwisata Islami, Sociolinguistik, Perspektif Islam dan Non Islam.

ABSTRACT

The notions of establishing Islamic Tourism Standard is emerging. The mobility of Muslim travelers to tourism destinations demands some requirement that different from other common standards. This demand was based on the three Islam characteristics: 1) require halal assurance in all aspects of life; 2) require the Prayer/Shalat as a daily routine activities that should not be abandoned; 3) have the strong spirit of brotherhood/ sisterhood and peace. Hence, these notion should be understood by the tourism stakeholders. Bandung as a fast growing tourism destination in Indonesia has attracted many tourists, mostly from Muslim countries, such as Malaysia and some Middle East Countries. As a capital city of West Java, Bandung has positioned itself as a big and vibrant city that shares the places for people from many ethnics background. There is also some efforts in establishing the Islamic tourism standard in Bandung, such as the establishment of Sharia hotel, the Islamic travel agencies, etc. This study is trying to explore the notion of Islamic standard practiced from other countries and how the Non-Islam people perceived this concept. Thus, this study was analysed on the sociolinguistic perspective. We draw some examples of Islamic Standardization implementation and gain opinion from non Islam point of view. Hence, we interview the Christian religious leader to give opinion on the Islamic tourism stadard. Therefore, from their perceptions, we could understand how they perceived and received the Islamic Tourism Standard as a basic reference for establishing the Tourism Standard in Indonesia.

Key words: Islamic Tourism Standard, Sociolinguistic, Islam and Non-Islam Perspective.

1. PENDAHULUAN

Standardisasi dalam pariwisata adalah upaya untuk mengembangkan fasilitas, prosedur, dan tindakan dengan cara tertentu untuk memastikan bahwa kualitas layanan yang diberikan kepada pelanggan telah memenuhi kebutuhan wisatawan dengan baik. Bagi wisatawan muslim, kebutuhan standarisasi jasa pariwisata sangat berbeda dari jenis wisatawan internasional lainnya. Kebutuhan untuk beribadah dan fasilitas ibadah yang dilakukan sehari-hari terkadang tidak dapat diakomodasi oleh industri pariwisata internasional. Misalnya, penyediaan makanan halal, penyediaan fasilitas terpisah untuk pria dan wanita, fasilitas ibadah, dan lain sebagainya adalah beberapa poin yang belum dipertimbangkan sepenuhnya dalam penerapan standar pariwisata internasional. Sebagai contoh, dalam industri akomodasi yang mengembangkan standarisasi internasional memasukan komponen penilaian penyediaan minuman beralkohol

sebagai salah satu komponen standar hotelnya untuk menentukan klasifikasi kelas bintang. Terdapat pula hotel yang tidak menunjukkan arah Kiblat di dalam kamar hotel untuk menunjukkan arah Shalat bagi umat Islam. Restoran juga tidak seluruhnya memiliki sertifikasi halal yang dikeluarkan oleh lembaga yang berwenang. Selain itu, dalam dunia usaha perjalanan wisata internasional, pihak *tour operator* terkadang tidak memasukan waktu untuk berhenti beribadah agar peserta wisata menjalankan Shalat Lima Waktu. Beberapa hal tersebut adalah beberapa contoh standarisasi pariwisata internasional yang belum seluruhnya dapat mengakomodasi kebutuhan dan kepentingan wisatawan muslim dalam melakukan perjalanan wisata. Hal tersebut juga mengindikasikan terbentuknya gagasan untuk mengembangkan standarisasi pariwisata Islami untuk wisatawan muslim.

Gagasan pengembangan standar pariwisata Islam juga muncul karena

pertumbuhan wisatawan Muslim yang pesat sehingga tingkat kebutuhan untuk membangun standar pariwisata menjadi lebih penting. Terkait dengan hal tersebut, terdapat banyak negara yang mulai memperhatikan untuk mengembangkan standardisasi pariwisata untuk wisatawan muslim. Bahkan, tidak hanya Negara Islam yang mengembangkan standardisasi pariwisata Islami, namun negara-negara Non-Islam juga mengembangkannya. Sebagai contoh Thailand memiliki Bandara Internasional yang terkenal dengan sebutan “*Moslem Friendly Airport*” atau Bandara yang bersahabat bagi wisatawan Muslim karena menyediakan fasilitas Mushalla. Selain itu, Jepang pada tahun 2014 ini juga tengah mengembangkan pariwisata Islami dengan mengusung tema :*Visit Japan for Muslim Travellers*”, yang gencar dipromosikan dalam media sosial *youtube*.

Sementara itu, Indonesia merupakan negara yang mayoritas populasinya adalah muslim dan Indonesia juga tengah menggencarkan pengembangan pariwisatanya. Saat ini, industri pariwisata Indonesia, juga memiliki upaya yang kuat untuk mengembangkan standardisasi Islam pada fasilitas pariwisata. Indonesia menggunakan terminologi wisata syariah untuk mengembangkan standardisasi dalam pengembangan pariwisata Islami ini. Sebagai negara yang multietnik, Indonesia memiliki keragaman budaya, bahasa, dan termasuk agama. Oleh sebab itu, penelitian ini bermaksud untuk mengetahui perspektif dari masyarakat non-Islam tentang gagasan penerapan standardisasi pariwisata Islami yang diterapkan di Indonesia.

2. STUDI LITERATUR

A. Pariwisata Islami

The World Tourism Organization (UNWTO, 2009) memperkirakan bahwa wisatawan yang berasal dari Timur Tengah mengeluarkan biaya sebesar US\$ 12 miliar untuk melakukan perjalanan wisata setiap tahun. Angka tersebut dihasilkan dari pasar

wisatawan negara-negara Arab yang berjumlah mencapai 10% dari total pasar wisatawan dunia dan memiliki pengeluaran wisatawan yang lebih tinggi dari wisatawan internasional lainnya dengan selisih antara 10% - 50% lebih tinggi dibandingkan negara lain. Menurut *Deloitte’s Hospitality Vision Series – Global Performance Review Report* (2008), pendapatan dan pertumbuhan ekonomi di kawasan Timur Tengah semakin meningkat dan melampaui negara-negara di kawasan Eropa dan Asia. Bahkan angka pertumbuhan hampir mencapai 20% di tahun 2013 ini. Artinya, pertumbuhan wisatawan Timur Tengah yang mayoritas muslim menjadi sangat meningkat dan memegang peranan yang sangat penting.

Hal ini berimplikasi pada permintaan terhadap fasilitas yang memiliki standardisasi islami atau *shariaa compliance tourism facilities*, meliputi hotel, restaurant, agen perjalanan wisata, dan lain sebagainya. Apalagi, para wisatawan muslim melakukan perjalanan ke berbagai negara, baik negara islam maupun yang bukan negara islam. Kesadaran untuk menyediakan fasilitas wisata yang berstandardisasi islami menjadi semakin tinggi.

Hal ini sejalan dengan pemikiran CEO MKG Hospitality, Vanguelis Panayotis (2008) yang menyatakan bahwa “*Muslims, particularly (Gulf Corporation Council) GCC travellers represent a vital market segment. Not only are they one of the most lucrative, with over \$12 billion spent on leisure travel alone, but they are also consciously-driven. ... Sharia hotels however are not just a niche market for Middle Easterners. They can and should cater for other segments, such as Muslims living in Europe, the US, North Africa and Asia, as well as non-Islamic markets.*”. (<http://www.global-islamic-finance.com/2008/12/shariah-compliant-hotels-diversifying.html>). Menurutnya, Muslim, khususnya wisatawan anggota

Badan Perusahaan Teluk (GCC) merupakan segmen pasar yang vital. Mereka merupakan pangsa pasar potensial karena pengeluaran wisata mencapai USD 12 Miliar, dan mereka sangat sadar akan berwisata sekaligus menjalankan ibadah dalam perjalanannya (*consciously driven*). Terkait dengan industri pariwisata, ketersediaan hotel syariah yang merupakan hotel berstandarisasi Islam, tidak hanya disediakan untuk wisatawan yang berasal dari Timur Tengah. Namun, keberadaannya dapat digunakan pula untuk segmen pasar Muslim yang berada di Eropa, Amerika Utara, dan Asia, dan juga yang tinggal di negara-negara non-Islam.

Hal ini menimbulkan gagasan tentang konsep pariwisata islami (*islamic tourism*). Dogan (2010) menjelaskan bahwa "*Islamic tourism covers tourism activities by Muslims in seaside destinations for the purposes of relaxation and entertainment in hospitality enterprises that apply Islamic principles*". Menurutnya, pariwisata Islam meliputi aktivitas yang dilaksanakan oleh muslim di destinasi untuk tujuan relaksasi dan hiburan yang disajikan oleh perusahaan *hospitality* yang menerapkan prinsip-prinsip islami. Prinsip-prinsip tersebut meliputi apa pemberlakuan konsep *halal* dalam setiap perjalanan wisata yang dilakukan, atau dikenal dengan istilah *halal tourism*. Konsep Halal (bahasa Arab), berarti diperkenankan/diperbolehkan. Konsep ini tidak hanya diterapkan untuk makanan, namun juga termasuk kosmetik, vaksin, dan pariwisata (Handerson, 2010). Hal ini juga termasuk menyediakan paket wisata dan destinasi yang menyediakan kebutuhan umat muslim saat menjalankan kegiatan wisata.

Artikel ini akan membahas beberapa praktik penerapan prinsip-prinsip Islami dalam pariwisata di negara-negara Islam dan non-Islam, yang meliputi: 1) Penggunaan istilah Islam - Arab dalam iklan Pariwisata dan paket tour 2) Tampilan gambar atribut Muslim, seperti

pakaian, Masjid, dan lain-lain dalam media komunikasi yang digunakan.

B. Sociolinguistics

Sosiolinguistik adalah ilmu interdisipliner antara sosiologi dan linguistik dua ilmu empiris yang bersangkutan sangat erat. (Chaer : 2,2004). Bahasa sebagai objek dalam studi sosiolinguistik dipandang sebagai sarana interaksi atau komunikasi dalam masyarakat. Setiap kegiatan masyarakat tidak akan terlepas dari penggunaan bahasa.

Komunikasi pada hakekatnya adalah proses pertukaran informasi. Definisi komunikasi dalam kamus bahasa adalah "*suatu proses dimana informasi pertukaran antara individu melalui sistem umum dari simbol , tanda-tanda , atau perilaku*." Webster New Collegiate Dictionary (1981 : 225).

Berdasarkan definisi tersebut, ada tiga komponen yang harus digunakan dalam setiap proses komunikasi, yaitu (1) peserta, pengirim dan penerima, (2) informasi yang dikomunikasikan, (3) alat-alat yang digunakan dalam komunikasi. Pihak yang terlibat dalam proses komunikasi harus dua orang atau kelompok orang , mereka adalah pengirim dan penerima. Informasi yang disampaikan harus persepsi atau ide , sementara alat yang dapat digunakan adalah simbol seperti bahasa.

Salah satu studi sosiolinguistik adalah komunikasi antarbudaya yang didefinisikan sebagai pertukaran proses ide antara orang-orang atau kelompok orang dari budaya yang berbeda . Makalah ini membahas dialog tentang standarisasi pariwisata Islam yang disajikan dalam bentuk persepsi dua kelompok agama yang berbeda . Agama adalah bagian dari budaya. Seperti yang dinyatakan oleh Mulyana (2001 : 5) " Ketika komunikasi terjadi antara orang-orang kebangsaan yang berbeda , ras , bahasa, agama , tingkat pendidikan , status sosial atau bahkan jenis kelamin, komunikasi ini disebut komunikasi antarbudaya . "

3. METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Kajian ini berupa analisis terhadap implementasi standardisasi yang berbasis pada kajian pustaka dan wawancara mendalam. Kajian pustaka dalam hal ini menggunakan beberapa sumber, seperti buku-buku dan situs-situs internet. Sedangkan wawancara mendalam digunakan untuk mendapatkan pandangan dari informan mengenai masalah ini.

4. PEMBAHASAN

4.1. KEBUTUHAN AKAN JAMINAN KEHALALAN

Dialog yang dijelaskan dalam penelitian ini ditunjukkan melalui bagaimana Negara Non - Islam menanggapi turis Muslim. Kajian terhadap perspektif negara Non-Islam tentang pengaturan dan pengembangan pariwisata Islami serta pemaknaan terhadap konsep pariwisata halal. Dalam hal ini, kita bisa belajar dari negara-negara lain, seperti Selandia Baru yang memberikan usulan kepada pemerintah untuk mempertimbangkan kajian Syariah dalam industri pariwisata Jepang, sebagai negara non Islam juga telah mempertimbangkan tentang konsep pariwisata halal. Bahkan Jepang memiliki sebuah organisasi yaitu Asosiasi Halal Jepang (*Japan Halal Association/JHA*) yang merupakan

organisasi nirlaba yang berkecimpung untuk menanggapi kebutuhan masyarakat Muslim di negara ini. Organisasi tersebut juga mengembangkan lembaga sertifikasi halal, serta dilengkapi dengan staf profesional yang memiliki pengetahuan dan keterampilan yang baik untuk menguji tingkat ke-halal-an dari makanan yang akan disajikan bagi wisatawan muslim.

Label-label yang menggunakan istilah-istilah islami sangat dituntut dalam pariwisata islami sebagai jaminan kenyamanan dan ketenangan bagi para turis muslim dari berbagai penjuru di seluruh dunia saat mereka melakukan perjalanan wisata. Untuk mengapresiasi masalah ini, beberapa negara non-Islam telah menginterpretasikan kebutuhan para wisatawan muslim terutama yang berasal dari Negara islam melalui pelayanan barang dan jasa sesuai dengan Syariah. Tujuannya agar wisatawan Muslim berminat dan merasa nyaman dengan adanya label halal. Untuk menunjukkan kekhususan pariwisata Islami, maka para pelaku jasa perjalanan menawarkan jasa mereka dengan menggunakan kalimat yang mengandung kata halal atau Islam. Hal ini mereka tampilkan dalam iklan yang ada di dalam situs-situs internet.

Sebagai contoh iklan-iklan yang menawarkan paket wisata Islami berikut ini.

Halal Honeymoon - Halal Friendly Honeymoon - Serendipity

www.serendipity.travel/honeymoon - United Kingdom

Halal Honeymoon in Morocco. Morocco, and in particular Marrakech are popular destinations for Muslim traveller, but for something a little different check out ...

- [Crescent Tours - global online booking website for Halal Holidays](#)
- [GoHalalPlanet - Vietnam](#)
- [Serendipity Tailormade - UK based Halal Friendly Tour Operator](#)
- [Gembira Tour Phuket Muslim Travel Agency](#)
- [İspatur - Authorized Travel Agency in Turkey](#)
- [HolidayForMuslims.Com](#)

Kata yang digunakan untuk mempromosikan pariwisata Islami adalah kata yang memiliki nuansa Arab, seperti

contoh di atas, kata-kata yang digunakan adalah "halal", "Muslim". Meskipun umat islam datang dari berbagai penjuru dunia

dengan berbagai bahasa dan ada bahasa Inggris sebagai bahasa Internasional yang paling banyak digunakan di dunia, akan tetapi umat islam memiliki bahasa Arab sebagai bahasa pemersatu. Walaupun tidak semua umat Islam di seluruh dunia dapat berbahasa Arab tetapi ada beberapa istilah tertentu yang dipahami oleh seluruh umat islam di dunia. Kosakata itu lah yang menjadi modal para pelaku industry pariwisata untuk mempromosikan jasanya (service).

Sebagai contoh mari kita bandingkan frase berikut. Frase manakah yang langsung mudah dipahami oleh turis muslim?

- a. Halal Tour
- b. Permitted Tour
- c. Kosher Tour

Turis muslim akan langsung memahami frase ‘Halal Tour’, karena kata halal adalah familiar bagi setiap muslim

sebagai “syarat wajib” dalam segala aspek kehidupannya. Sedangkan *permitted* dapat dimaknai lain yaitu izin yang dikeluarkan oleh otoritas setempat. Sementara kata *kosher*, yang bermakna halal dalam bahasa ibrani, belum tentu semua orang memahaminya kecuali oleh orang-orang Yahudi yang mempraktekkan agamanya.

4.2. SHALAT SEBAGAI KEGIATAN WAJIB

Sangatlah penting bagi pelaku industri pariwisata Islami untuk memasukan waktu shalat dalam jadwal perjalanan wisata. Jika memungkinkan rute disesuaikan dengan waktu-waktu shalat, yaitu rute yang melewati mesjid atau mushola. Fasilitas-fasilitas beribadah pun bagian penting yang harus diperhatikan dalam fasilitas hotel misalnya.

Sebagai contoh, di bawah ini adalah jadwal perjalanan wisata yang dibuat oleh salah satu agen pariwisata islami di Jepang.

SCHEDULED VISIT MAIN CITY

	Day	Flight	Flight No	Time	Schedule	Meal
1	DAY 1				Depart to Osaka, Japan. Arrive at Osaka Kansai Int'l Airport. Transfer to hotel. Dinner and rest. Overnight at Osaka.	Dinner
2	DAY 2				(Breakfast) 8:00am, Visit to Kiyomizudera (Sannenzaka area) 12:00pm Lunch (Hala Menu Set) and salat. Watch Kimono Show at Nishijin-ori, Visit to Toei Uzumasa Eiga-mura & Arashiyama Back to hotel. Dinner. Overnight at Osaka.	B/fast Lunch Dinner

Shalat dimasukan ke dalam jadwal kunjungan, dan waktunya disesuaikan

dengan jadwal shalat, yaitu saat makan siang. Contoh lain, diambil dari iklan

perjalanan wisata bagi umat Islam di Jepang yang juga menunjukkan kepedulian terhadap kebutuhan ibadah Muslim.

*Miyako is also providing training to its Japanese staff with a focus of halal tourism. We understand the concern of Muslim traveler to Japan about food, **praying facilities** and all aspects that would enable them to fulfill their religious belief, and our company's goal is to ensure high quality holidays in Japan based on halal standards by providing Muslim travelers with maximum convenience during their trip. If you think of traveling to Japan please contact Japan`s number one Halal tourism agency Miyako . We believe we can satisfy your requirements!*

4.3. SEMANGAT PERSAUDARAAN YANG SANGAT KUAT

Islam sangat mementingkan persaudaraan (*brotherhood and sisterhood*), ini terbukti dalam interaksi antarumat islam yang saling menyapa dengan menggunakan kata saudara-saudaraku (*brother and sister*). Mengucapkan salam pun sangat penting dalam islam, yaitu 'Assalamualaikum' yang dicontohkan oleh nabi yang bermakna kedamaian. Keutamaan

mengucapkan salam dan menjawabnya merupakan etiket pergaulan dalam islam. Para pemandu wisata di Spanyol terbiasa mengucapkan assalamualaikum kepada turis-turis muslim yang dapat dikenali melalui asal negara wisatawan yang mayoritas penduduknya beragama islam maupun melalui pakaian yang dikenakan wisatawan tersebut. Industri pariwisata Islami harus menganggap kebajikan ini sebagai elemen penting untuk dipertimbangkan, seperti yang Anda lihat di iklan di bawah ini.

Welcome to Japan
brothers and sisters !



Assalamu alikum

Miyako International Tourist co.,Ltd is the only one travel agent in Japan offering inbound halal tourism. We can take care of Muslim travelers by planning their trip and arranging their tour in Japan.

<http://www.halal-tour.com/>

4.4. PRAKTEK DI INDONESIA

Indonesia mempromosikan "Label Halal" untuk memberikan jaminan yang kuat untuk semua Muslim Indonesia dan juga di seluruh dunia. Label dikeluarkan

oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan berdasarkan informasi dari Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia, pada tahun 2001, bahwa pemerintah akan membuat standar halal untuk makanan dan

pariwisata. Sehingga, Indonesia bisa mengikuti langkah Malaysia, Singapura dan Filipina dalam melaksanakan standardisasi pariwisata islami. Contoh lain dari praktek Pariwisata Halal di Indonesia ditemukan di Bali. Walaupun

sebagian besar penduduk Bali adalah Hindu, gagasan memberikan pariwisata Halal pun berkembang. Contohnya, <http://balimuslimtours.com/>, dengan iklan di bawah ini:



Bali Muslim Tours menyediakan makanan halal serta memperhatikan waktu sholat dan kegiatan untuk wisatawan Muslim. Bahkan mereka pun mempromosikan bahwa mereka memiliki sopir yang akan membantu mereka untuk menemukan Mesjid untuk beribadah selama perjalanan. Penggunaan gambar muslim yang mengenakan pakaian muslim juga salah satu usaha untuk mempromosikan bahwa jasa perjalanan ini mengedepankan persaudaraan di antara sesama Muslim.

4.5. DIALOG DENGAN PEMANGKU KEPENTINGAN NON-MUSLIM

Perspektif non-Islam diperoleh melalui wawancara mendalam dengan Pastor / Pendeta gereja Presbyterian Kristen. Namanya Rev. Emiritus Immanuel makanan Halal dan label makanan halal, pendapatnya adalah bahwa hal itu baik-baik saja dan sebagai seorang nasrani, ia sangat memahami dan memiliki rasa hormat terhadap pelabelan dan penyediaan makanan Halal. Dia mengatakan bahwa orang harus menghormati label dan penyediaan makanan Halal karena digunakan dan dimaksudkan untuk dilaksanakan oleh orang-orang Muslim.

Wahyu Nugroho, Pemimpin Gereja Kristen Jawa di Bandung. Kami bertanya beberapa pertanyaan mengenai 3 hal yang berhubungan dengan standardisasi Pariwisata Islami, 1) penyediaan makanan halal; 2) pelaksanaan Hotel Syariah dan fasilitas pemisahan pria dan wanita di hotel; 3) pelaksanaan perbankan syariah yang mendukung kegiatan moneter di bidang pariwisata serta sektor ekonomi lainnya.

Dalam wawancara, ia memosisikan dirinya untuk memberikan pendapat pribadi sebagai seorang nasrani dan warga yang berada dalam masyarakat multikultural. Mengenai isu pertama penyediaan

Dia juga menunjuk saling menghormati antara umat Islam dan Non Islam dalam menggunakan fasilitas makanan dan minuman selama bulan puasa. Menurut dia, umat Kristen harus menghormati umat Muslim selama bulan puasa dengan tidak makan atau minum di depan mereka selama Ramadhan. Namun, ia juga memberikan pendapat bahwa restoran atau kafe juga harus buka dan dapat melayani

orang lain yang tidak berpuasa selama waktu itu. Selama mereka masih memiliki menghormati bulan suci dengan tidak begitu terbuka dalam melayani orang-orang yang tidak berpuasa. Dalam hal ini ia menunjukkan bahwa restoran dan kafe mungkin mempekerjakan orang yang mencari nafkah dari restoran dan kafe. Oleh karena itu orang-orang yang tidak berpuasa dan makan di restoran bisa memberikan pendapatan untuk bisnis mereka.

Isu kedua adalah tentang hotel berbasis Syariah dan pemisahan antara laki-laki dan perempuan yang termasuk ke dalam fasilitas hotel. Pendapatnya bahwa umat Kristen juga harus menghormati aturan hotel Syariah. Jika umat Kristen merasa aturan tersebut tidak cocok bagi mereka, mereka harus mencari hotel lain untuk menginap. Intinya adalah bahwa jika seorang umat Kristen menggunakan Hotel berbasis Syariah, maka mereka harus mengikuti dan menghormati aturan tersebut. Sebagai contoh, jika hotel meminta suami dan istri untuk menunjukkan kartu identitas, maka mereka selama menginap, mereka tidak boleh merasa terganggu karena aturan itu.

Isu ketiga adalah tentang sistem perbankan syariah. Atas dasar pertimbangan tersebut, dia juga menunjukkan bahwa orang Kristen harus menghormati penggunaan jenis sistem perbankan macam ini. Ada juga orang non-Islam yang menjadi anggota dari sistem perbankan syariah dan tidak ada masalah. Sebagai kesimpulan ia mengatakan bahwa pendapatnya berdasarkan pemahamannya sebagai orang yang hidup di dunia Kristen. Namun, kita juga harus mencatat bahwa Kristen juga memiliki banyak golongan yang berbeda dan mungkin memiliki perspektif yang berbeda. Namun, sebagai warga negara yang hidup di sebuah negara, kita harus memiliki gagasan toleran dan menghormati satu sama lain sehingga orang bisa hidup dengan damai.

5. SIMPULAN

Perhatian terhadap pendirian standardisasi untuk pariwisata Islami dimunculkan. Meskipun Indonesia bukan negara Islam, tetapi mayoritas penduduk di Indonesia adalah muslim. Oleh karena itu, Indonesia sudah akrab dengan istilah-istilah Islami untuk menjamin wisatawan muslim. Namun Indonesia juga harus belajar dari negara-negara lain dalam melaksanakan standardisasi pariwisata Islami, serta, mengumpulkan informasi dari orang-orang multikultural yang tinggal di negara ini.

Penelitian ini telah mengumpulkan informasi dari negara-negara lain yang menggunakan frase untuk mempromosikan Pariwisata Islami. Oleh karena itu, kami telah mengomunikasikan beberapa frase bagi para pemangku kepentingan non-Islam. Pelajaran yang diperoleh dari penelitian ini adalah bahwa sebenarnya bahwa industri pariwisata di Indonesia sudah menggunakan 3 karakteristik dalam beberapa produk wisata yang sama dengan yang telah dilakukan di berbagai negara.

Selain itu, perspektif Non-Islam terhadap gagasan ini adalah positif. Kebutuhan untuk hidup rukun dan toleran menjadi nuansa yang menginspirasi hidup bagi orang-orang multi-etnis yang tinggal di Indonesia

6. Daftar Pustaka

- Chaer, Abdul. Agustina Leoni. 2004. *Sociolinguistik, Perkenalan Awal*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Chaer, Abdul. 1994. *Linguistik Umum*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- Doğan, M. (2011). Türkiye’ deislamiturizmingelişimi: 2002-2009. In Political Economy, Crises and Development. In, Şiriner, İ., Morady, F., Mika, J., Aydın, M., Koç, Ş. A., Kapucu, H. &Doğan, E. (eds.), 471-487. İstanbul: IJOPEC Publication

HALABASE PTE LTD. Halal Tourism.
[Online]. Available:
[http://halbase.com/articles/
Halal%20Tourism.pdf](http://halbase.com/articles/Halal%20Tourism.pdf)

Hoed, B. 2008. *Semiotik dan Dinamika
Sosial Budaya*. Depok: FIB UI.

<http://www.halal-tour.com/>

[http://www.republika.co.id/berita/nasional/
umum/12/08/31/m9mc3j-
alhamdulillah-indonesia-segera-
miliki-paket-wisata-halal](http://www.republika.co.id/berita/nasional/umum/12/08/31/m9mc3j-alhamdulillah-indonesia-segera-miliki-paket-wisata-halal)

<http://balimuslimtours.com/index.php>

www.serendipity.travel/honeymoon

J. C. Henderson, 2010. "Sharia-compliant hotel," *Tourism and Hospitality Research*, vol. 10, no. 3, pp. 246-254, 2010

Mulyana, Deddy. Jalaludin Rakhmat (Ed). 2001. *Komunikasi Antarbudaya*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.

Scollon, Ron. Suzanne Wong Scollon. 1995. *Intercultural Communication*. Cambridge: Blackwell Publisher.
Sumarsono, Paina Partana. 2002. *Sosiolinguistik*. Yogyakarta: Sabda

Webster's New Collegiate Dictionary