

PENGEMBANGAN WISATA HALAL OLEH PEMERINTAH SINGAPURA UNTUK MENARIK MINAT WISATAWAN INDONESIA

Oleh: Dian Safitri

Email: Diansafitri947@gmail.com

Pembimbing: Faisyal Rani, S.IP., MA

Jurusan Hubungan Internasional
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Universitas Riau

Kampus Bina Widya Jl. H.R. Soebrantas Km 12,5 Simpang Baru
Pekanbaru 28293 Telp/Fax. 0761-63277

Abstract

The Singapore Tourism Board (STB) is a legal entity under the Singapore Ministry of Trade and Industry. Development of Singapore's tourism sector, one of the service sectors and the country's main economic pillar, and conduct marketing and promotion of Singapore as a tourist destination. Singapore is stepping up its services to Muslim travelers with a major campaign to be launched. The purpose of the study is to explain and find out the development of halal tourism by the Singapore government to attract Indonesian Muslim tourists. The research method used is qualitative by connecting the causes and effects that occur using library research techniques. This study collects data through secondary data.

The results of this study can be concluded that these places to eat get certification from MUIS (Majlis Ugama Islam Singapore). Tourists can easily visit Halal places to eat all over Singapore. In addition, there are also many mosques and prayer rooms throughout Singapore for visitors to worship while on vacation. This guide provides useful information for holidays in Singapore.

The Singapore Tourism Board (STB) announced that it will be working with booking platform Have Halal Will Travel (HHWT) and research firm CrescentRating on a range of tourism products and marketing assurance targeting of Muslim Travelers across Asia. The STB with CrescentRating that details not only halal dining offerings in Singapore, but also the hidden cultural activities and local Malay entrepreneurs and business owners that tourists can discover, said Fazal Bahardeen, CEO of CrescentRating & Halaltrip.

Keywords: halal tourism, Singapore, Indonesian Muslim tourists

PENDAHULUAN

Singapura merupakan negara yang berada di kawasan Asia Tenggara yang lokasinya sangat dekat dengan Indonesia. Negara ini terletak di 137 km sebelah utara garis khatulistiwa dan berbatasan langsung dengan ujung selatan Semenanjung Malaysia yang berbatasan dengan Kepulauan Riau (Indonesia) dan Johor Darul Takzim (Malaysia). Singapura terdiri dari pulau utama yaitu Pulau Ujong atau yang biasa disebut Pulau Singapura dan dikelilingi lebih dari 50 pulau lainnya.

Letak Singapura yang berada diantara dua negara yang berbatasan langsung dengan perairan sangatlah memberi keuntungan tersendiri. Karena posisinya yang begitu strategis membuat negara ini memiliki pelabuhan yang sangat ramai dan menjadi salah satu pusat perdagangan dunia yang secara tidak langsung membuat Singapura menjadi salah satu negara yang sektor ekonominya berkembang pesat setiap tahunnya..

Selain dengan lokasi strategisnya, Singapura juga memiliki fasilitas infrastruktur yang juga terus berkembang pesat, memiliki budaya yang dapat diterima dengan baik oleh masyarakat internasional dan tentunya memiliki destinasi pariwisata yang memiliki kontribusi besar terhadap kesuksesan yang menjadikan negaranya sebagai daerah tujuan pariwisata unggulan di kawasan Asia yang dibuktikan dengan semakin meningkatnya jumlah wisatawan mancanegara yang datang ke Singapura setiap tahunnya. Hal tersebut tentu saja tidak lepas dari peran pemerintah Singapura yang terus bekerja keras mencari inovasi baru guna mempromosikan dan meningkatkan pariwisata di negaranya.

Singapura merupakan negara yang kaya akan budaya dan ditempati berbagai macam etnis seperti Melayu, Tionghoa, Arab dan India. Akan tetapi dari sekian banyaknya perbedaan budaya dan etnis yang dimiliki oleh negaranya justru menjadikan Singapura memiliki daya tarik sendiri untuk industry pariwisatanya. Karena ragam budaya itulah

Singapura mampu menyuguhkan beraneka ragam destinasi pariwisata yang saat ini dapat dikatakan sebagai destinasi wisata kelas dunia. Dari setiap etnis yang dimiliki, mereka juga memiliki cara tersendiri guna memperkenalkan etnis mereka masing – masing seperti halnya etnis Tionghoa yang menjadikan daerah *Chinatown* sebagai tempat untuk menampilkan unsur kebudayaan China sekaligus tempat untuk mencari mata pencaharian dengan berjualan makanan tradisional China dan menjual berbagai macam cinderamata khususnya yang bercirikan etnis China. Selain itu di *Chinatown* juga terdapat beberapa tempat yang menjadi bukti multikulturalnya Singapura seperti bangunan masjid yang dibangun oleh orang India, masjid yang dibangun masyarakat muslim Malaysia, kuil dan gereja yang notabene berdiri berdekatan.¹

Untuk sektor industri pariwisata sendiri Singapura memiliki STB (*Singapore Tourism Board*) yang merupakan badan yang berada dibawah kendali departemen peindustrian dan perdagangan Singapura dan dikelola oleh dewan pariwisata. Pada tahun 1964² didirikan Dewan Promosi Pariwisata Singapura dan pada tahun 1997 diganti nama dengan dewan Pariwisata Singapura (*Singapore Tourism Board*). Dewan itu sekarang mengawasi seluruh sisi pariwisata, termasuk alokasi sumber dana dan perencanaan strategis jangka panjang. Dewan itu mendirikan kantor di seluruh dunia untuk memasarkan secara aktif tujuan Singapura.

STB didirikan dengan tujuan untuk mengembangkan berbagai bidang yang dianggap mampu untuk memajukan perekonomian negaranya baik melalui sektor pariwisata, pendidikan, dan kesehatan. Sektor

¹Passion made possible, *Chinatown*. Diakses dari <https://www.visitsingapore.com/see-do-singapore/places-to-see/chinatown/> pada 2 juli 2021 pukul 15.45 WIB.

²Dewan pariwisata Singapura, diakses dari http://p2k.itbu.ac.id/ind/3073-2950/Singapore-Tourism-Board_151593_itbu_singapore-tourism-board-itbu.html pada 19 oktober 2021 pukul 19:39 WIB.

– sektor tersebut pada dasarnya dijadikan sebagai *brand image* oleh Singapura guna menarik wisatawan untuk mengunjungi Singapura.³Selain itu STB sendiri juga memiliki tugas yaitu sebagai pengkoordinasi agen maskapai penerbangan, travel dan biro pariwisata, dan segala macam usaha perhotelan yang ada di Singapura. Tidak hanya itu, sampai saat ini STB juga memegang kendali penuh atas alokasi sumber dana dan perencanaan strategis jangka panjang pariwisata Singapura. Oleh karena itu guna memperluas usahanya STB mendirikan 22 kantor regional dan masing – masing 2 kantor pemasaran di 5 benua.

Singapura saat ini tengah genjar mengembangkan pariwisata halal, pemerintah singapura serius untuk mengembangkan segmen ini. untuk meningkatkan industri pariwisata singapura sebagai negara tujuan wisata terpopuler mememanfaatkan pariwisata halal untuk menarik minat wisatawan muslim mancanegara terutama wisatawan muslim indonesia. Melalui STB singapura ingin memperkenalkan bahwa singapura sebagai destinasi wisata yang ramah terhadap wisatawan muslim. Singapura sudah banyak menyediakan food court halal dan tempat ibadah umat islam dibeberapa destinasi wisata.⁴

Pariwisata halal tidak jauh berbeda dengan pariwisata pada umumnya. Program pariwisata ini merupakan bagian dari industri pariwisata yang ditujukan untuk wisatawan muslim. Pelayanan yang diberikan kepada wisatawan dalam pariwisata halal harus didasarkan pada aturan – aturan Islam.Beberapa contoh bentuk pelayanan tersebut adalah restoran yang memiliki sertifikasi halal dan tidak menggunakan

daging babi sebagai bahan makanan, tidak menyediakan alkohol, menggunakan daging sapi dan ayam yang disembelih menurut aturan Islam, menyediakan fasilitas beribadah, dll.

Pariwisata Halal menurut Kementrian pariwisata merupakan wisata halal yang merujuk pada layanan tambahan amenitas, atraksi, dan aksesibilitas yang ditujukan dan diberikan untuk memenuhi pengalaman, kebutuhan, dan keinginan wisatawan muslim⁵.Adapun definisi mengenai wisata halal menurut Peraturan Gubernur NTB No 51 tahun 2015 adalah : Wisata halal adalah kegiatan kunjungan wisata dengan destinasi dan industri pariwisata yang menyiapkan fasilitas produk, pelayanan, dan pengelolaan pariwisata yang memenuhi unsure syariah. Harus adanya penggolongan untuk usaha hotel biasa dan hotel syariah yang dinilai memenuhi seluruh kriteria mutlak untuk melayani kebutuhan minimal wisatawan muslim. Kriteria mutlak adalah ketentuan dan persyaratan minimal tentang produk, pelayanan, dan pengelolaan yang wajib dipenuhi dan dilaksanakan oleh pengusaha hotel sehingga dapat diakui sebagai hotel syariah dan memperoleh sertifikat halal baik dalam segi fasilitas maupun bahan makanan yang dimiliki.⁶

wisata halal adalah pariwisata yang melayani liburan dengan menyesuaikan gaya liburan yang sesuai dengan kebutuhan dan permintaan traveler muslim. Selain itu, produk wisata halal bukan hanya dapat dinikmati oleh wisatawan muslim, namun juga dapat dinikmati oleh semua kalangan non muslim karena konsep pariwisata halal tidak hanya

³Singapore tourism board, *overview*.Diakses dari <https://www.stb.gov.sg/content/stb/en/about-stb/overview.html> pada 1 juli 2021 pukul 12.21 WIB.

⁴Jawapos.com, singapura serius garap wisata halal, 26 November 2019. Diakses dari <https://www.jawapos.com/wisata-dan-kuliner/26/11/2019/singapura-serius-garap-wisata-halal/?amp> pada 23 Oktober 2021 Pukul 17:00 WIB.

⁵Kementrian pariwisata, potensi pengembangan wisata halal di indonesia, 2021. diakses dari <https://kemenparekraf.go.id/ragam-pariwisata/Potensi-Pengembangan-Wisata-Halal-di-Indonesia>. Pada 19 september 2021 pukul 19:26 WIB.

⁶Berita Daerah Provinsi nusa tenggara barat, *peraturan gubernur nusa tenggara barat nomor 51 tahun 2015 tentang wisata halal*, 2015. http://jdih.ntbprov.go.id/sites/default/files/produk_hukum/BD%20Pergub%20Wisata%20Halal.pdf pada 7 juli 2021 pukul 02.25 WIB.

berhubungan dengan produk makanan dan minuman halal tetapi juga berkaitan dengan pelayanan yang halal terutama yang berhubungan dengan interaksi antara pria dan wanita yang dapat berdampak positif pada kesehatan seperti contohnya menyediakan fasilitas kolam renang dan spa yang terpisah untuk pria dan wanita.

Wisata halal merupakan konsep pariwisata yang memiliki potensi besar untuk dikembangkan. Hingga akhir tahun 2015, pertumbuhan industri wisata halal dapat dikatakan sebagai pertumbuhan terbesar dibandingkan dengan jenis pariwisata pada umumnya, karena pariwisata halal tumbuh 100% lebih cepat dan akan menjadi sebuah generator besar bisnis langsung jangka panjang dengan pendapatan maksimum yang diprediksikan mencapai \$ 200 Milyar pada tahun 2020.⁷

Melalui promosi yang terus dilakukan oleh STB, sampai saat ini Singapura telah mampu meningkatkan jumlah wisatawan yang berkunjung ke negaranya. Seperti yang dikatakan oleh *Regional Director Asean & Oceania STB*, Kenneth Lim di Jakarta tanggal 13 Maret 2014 lalu bahwa Indonesia sendiri merupakan negara penting yang dijadikan sebagai pangsa utama STB dalam menarik minat wisatawan untuk mengunjungi negaranya, "*Indonesia secara berkelanjutan menjadi pasar utama bagi Singapura sebagai target utama pengunjung wisatawan kami. Untuk terus menarik wisatawan Indonesia, kami menghadirkan sederetan hiburan dan atraksi menarik. Sangat penting bagi STB selaku badan pariwisata Singapura untuk tetap dekat dengan pasar Indonesia dan terus mencari peluang menarik untuk membawa sebagian dari pengalaman destinasi kami kepada para konsumen di Indonesia*".⁸

⁷Ahmad rosyidi syahid, *wisata halal: pengertian, prinsip dan prospeknya*, 2016. Diakses dari <https://studipariwisata.com/referensi/pariwisata-halal/> pada 07 juli 2021 pukul 08.45 WIB

⁸Travel Kompas. *Indonesia pasar utama pariwisata singapura*. 2014. Di akses dari

Hal tersebut dikarenakan lokasi Indonesia yang dekat dengan Singapura dan terdapat tidak kurang dari 500 penerbangan ke Singapura dalam seminggu. Selain itu melalui studi yang dilakukan oleh STB, diketahui bahwa wisatawan Indonesia bersifat konsumtif bertipe borders yang artinya wisatawan Indonesia senang berlibur untuk menikmati waktu bersama keluarga dan teman – teman guna mempererat tali silaturahmi.⁹ Hasil studi tersebut sampai saat ini masih dijadikan STB sebagai panutan dalam menentukan tema promosi setiap tahunnya. Promosi – promosi yang dilakukan oleh STB sendiri adalah antara lain dengan cara melakukan kampanye dengan slogan yang baru setiap tahunnya yang dilakukan diberbagai negara termasuk Indonesia, melakukan promosi melalui event tahunan yang memang sengaja dibuka untuk umum sehingga wisatawan mancanegara lebih tertarik untuk mengetahui kebudayaan yang dimiliki oleh Singapura.¹⁰ Selain itu untuk lebih menarik perhatian wisatawan muslim khususnya wisatawan Indonesia, STB meluncurkan buku panduan perjalanan halal bagi wisatawan muslim. Dalam buku tersebut hal paling penting yang menjadi fokus utama STB adalah memberikan informasi kepada wisatawan muslim Indonesia mengenai tempat pariwisata yang terkait dengan sejarah Islam, lokasi masjid & mushola, dan berbagai tempat di Singapura yang menyediakan berbagai

<https://travel.kompas.com/read/2014/03/13/1716096/Indonesia.Pasar.Utama.Pariwisata.Singapura> pada 6 juli 2021 pukul 12.53 WIB.

⁹Utami Evi Riyani, *kampanye terbaru Singapore tourism board*, 2015. Diakses dari <https://travel.okezone.com/read/2015/09/23/406/1219939/kampanye-terbaru-singapore-tourism-board> pada 6 juli 2021 pukul 13.45 WIB.

¹⁰Kompas.com, *begini cara singapura memajukan wisata*, 2015. Di akses dari <https://travel.kompas.com/read/2015/03/19/081100527/Begini.Cara.Singapura.Memajukan.Wisatawan.Pada> 23 juni 2021 pukul 14.25 WIB.

macam makanan yang telah disertifikasi halal oleh Lembaga Sertifikasi Halal.¹¹

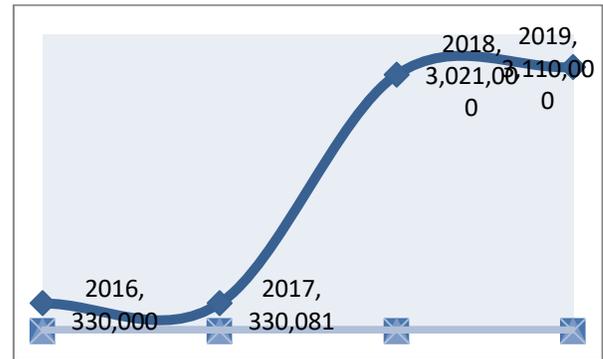
Bukti yang paling konkrit mengenai keberhasilan STB dalam mempromosikan pariwisata negaranya adalah dengan semakin meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan mancanegara khususnya Indonesia ke Singapura. Berdasarkan data statistik tahunan pariwisata Singapura, kunjungan wisatawan dari Indonesia terus meningkat yakni pada tahun 2005 berjumlah 1,813 juta pengunjung, pada tahun 2006 berjumlah 1,922 juta pengunjung dan pada tahun 2007 berjumlah 1,962 juta pengunjung.

Namun pada tahun 2008 pariwisata Singapura mengalami kemunduran dikarenakan oleh krisis global yang melanda banyak negara di dunia yang mengakibatkan penurunan jumlah wisatawan sekitar 200 ribu pengunjung yakni menjadi 1,765 juta pengunjung dan sampai tahun 2009 jumlah wisatawan masih terus mengalami penurunan hingga berkurang 20 ribu pengunjung.

Setelah melakukan berbagai rangkaian promosi pasca krisis global, pada tahun 2010 total wisatawan dari Indonesia adalah 2,305 juta, tahun 2011 meningkat lagi menjadi 2,592 juta pengunjung, tahun 2013 3,089 juta pengunjung, turun 9% dari total pengunjung tahun 2012, pada tahun 2014 total pengunjung mengalami kenaikan lagi, tetapi pada awal tahun 2015 jumlah wisatawan Indonesia yang mengunjungi Singapura mengalami penurunan hingga 14%¹¹, walaupun pada pertengahan tahunnya jumlah wisatawan tersebut kembali meningkat. Tentu saja penurunan jumlah wisatawan tersebut menjadi cambuk bagi pemerintah Singapura untuk meningkatkan kembali minat wisatawan Indonesia untuk mengunjungi negaranya.

¹¹Passion made possible, *panduan wisata*. Diakses dari https://www.visitsingapore.com/id_id/travel-guide-tips/?cmp=SEM_STB-DC21-625-SGAOSearchInt2122_ID_DC_EN_%2Bwisatawan+%2BSingapura_NA_NONE_BMM-Tourist pada 26 juni 2021 pukul 00.07 WIB

Tabel 1. Jumlah Kunjungan Wisatawan Muslim Indonesia Ke Singapura



Sumber : detikTravel, Kontan.co.id, Panorama.id, Republika.co.id.

Pada Desember 2016 kunjungan wisatawan Indonesia ke Singapura mencapai jumlah 330 ribu, meningkat 11% dibanding periode yang sama tahun 2015. Kunjungan yang meningkat juga diiringi dengan pendapatan pariwisata, di mana turis yang datang tak sekadar berfoto saja tapi juga melakukan banyak aktivitas wisata.¹² Desember 2017 mencatat kunjungan wisatawan dari Indonesia tertinggi dan mencapai 330.081 pengunjung.¹³ pada 2018 naik 2% yaitu 3.021 juta wisatawan dibanding tahun sebelumnya¹⁴. Wisatawan Indonesia masih tercatat terbesar kedua bagi Singapura, dengan 3,11 juta wisatawan pada 2019.¹⁵ Data

¹²Kurnia yustiana, *tahun 2016 makin banyak turis Indonesia berkunjung ke Singapura*, 28 februari 2017. Diakses dari <https://travel.detik.com/travel-news/d-3434045/tahun-2016-makin-banyak-turis-indonesia-liburan-ke-singapura> pada 27 juli 2021 pukul 21.29 WIB

¹³Panorama.id, *singapura capai rekor kunjungan tertinggi pada tahun 2017*, 15 februari 2018. Diakses dari <https://panorama.id/travel-updates/singapura-capai-rekor-kunjungan-tertinggi-di-2017> pada 30 juli 2021 pukul 11.21 WIB.

¹⁴Ratih waseso, *Indonesia jadi pasar terbesar pariwisata Singapura*, 14 februari 2019. Diakses dari <https://nasional.kontan.co.id/news/indonesia-jadi-pasar-terbesar-kedua-pariwisata-disingapura> pada 30 juli 2021 pukul 13.44 WIB

¹⁵Santi sopia, *wisatawan Indonesia ke Singapura masuk tiga besar*, 18 februari 2020. Diakses dari <https://www.republika.co.id/berita/q5wdct380/wisatawan-indonesia-ke-singapura-masuk-tiga-besar> pada 31 juli 2021 pukul 01.22 WIB

tersebut menunjukkan kenaikan kunjungan wisatawan Indonesia yang sangat fantastis, ini bukti bahwa Singapura berhasil menjadikan negaranya ramah muslim sehingga kunjungan semakin meningkat.

Pertumbuhan wisata halal yang cepat tidak lain didukung oleh kebutuhan masyarakat muslim yang ingin berwisata tanpa harus khawatir dengan kehalalan makanan dan fasilitas umum yang mereka pakai. Selain itu saat ini jumlah wisatawan muslim juga meningkat di berbagai negara. Oleh karena itu saat ini banyak negara yang mulai menerapkan program wisata halal karena wisata halal dirasa akan terus mengalami peningkatan, dan tentu saja wisata halal dapat dinikmati oleh berbagai kalangan, tidak hanya dari kalangan muslim.

KERANGKA TEORI

Pada penelitian ini penulis menggunakan perspektif **konstruktivisme**. Asal mula perspektif konstruktivisme bermula dari kritik perspektif-perspektif positivis – teori kritis dan posmodernisme – yang berkembang sekitar tahun 1980an, terhadap sikap rasionalis yang diadopsi oleh perspektif neorealisme dan neoliberalisme.

Konstruktivisme meyakini akan adanya peran individu yang telah terstrukturisasi seperti yang dikemukakan oleh perspektif rasionalis. Selain itu, konstruktivisme juga menerima aspek ontologis yang dibawa oleh reflektivisme. Dalam kaitannya dengan hal tersebut, maka konstruktivisme seringkali disebut sebagai *middle ground theory* dalam studi Hubungan Internasional itu sendiri. Seperti halnya kaum teori kritis dan posmodernis yang menganggap bahwa dunia sosial bukanlah sesuatu yang given melainkan terbentuk dari hasil konstruksi pikiran manusia.

Penelitian ini menggunakan **level analisa Negara-bangsa** (*nation-state*) adalah konsep tentang negara modern yang terkait

erat dengan paham kebangsaan atau nasionalisme. Seperti telah didefinisikan di atas, satu Negara dikatakan telah memenuhi syarat sebagai sebuah Negara modern, setidaknya memenuhi syarat pokok selain faktor kewilayahan dan penduduk yang merupakan modal sebuah bangsa sebelum menjadi sebuah Negara bangsa maka syarat yang lain adalah adanya batas-batas teritorial wilayah, pemerintah yang sah, dan adanya pengakuan dari Negara lain.¹⁶

Pada Penelitian ini penulis menggunakan **Teori city branding**. Teori ini sendiri pertama kali diutarakan oleh Simon Anholt dalam bukunya berjudul "*Brand New Justice*" pada tahun 2003. Menurut Simon¹⁷, *city branding* merupakan sebuah gagasan tentang bagaimana mengaplikasikan sebuah identitas yang biasanya digunakan untuk suatu produk, menjadi sebuah identitas tempat (*place branding*) yang diinginkan oleh para pemangku kepentingan terkait dan menjadi nilai lebih dalam pandangan seorang konsumen. *City branding* membentuk suatu citra baik untuk sebuah kota maupun Negara. Oleh karena itu, adanya *city branding* tidak hanya menguntungkan orang yang datang berkunjung ke kota itu saja, namun juga berdampak positif bagi masyarakat yang bertempat tinggal di kota tersebut. Dampak positif dapat dirasakan di semua sektor, mulai dari pelayanan publik, kesehatan hingga ekonomi.

City branding dapat membentuk citra positif dibenak wisatawan, karena akan mempengaruhi cara perilaku wisatawan, sebelum, selama dan sesudah mengunjungi suatu destinasi. Suatu kota atau negara harus mengemukakan merek yang kuat, sehingga

¹⁶Dede Rosyada, *pendidikan kewargaan (civic education) : demokrasi, hak asasi manusia, dan masyarakat madani* (Jakarta: kencana, 2005) hlm. 35.

¹⁷Anholt, Simon. 2007. *Competitive Identity : The New Brand Management Nations, Cities, and Regions*. USA. Palgrave Macmillan.

dapat membentuk sebuah citra, hal ini diperkuat oleh Kavaratzis dan Ashworth¹⁸.

Pada penelitian ini penulis menggunakan konsep mengenai *halal tourism*, *halal tourism* menurut Mohamed Battour dan Mohd Nazari Ismail (2016) mengatakan bahwa “*any tourism object or action which is permissible according to Islamic teachings to use or engage by Muslims in tourism industry*”. Artinya bahwa dalam konteks wisata halal basis yang digunakan adalah syaria Islam (*Islamic law*) dalam pelayanan dan produk wisata yang tidak hanya di negara Islam, tetapi juga negara non-Islam. Wisata halal bisa mencakup halal hotel, halal restaurant, halal resort and halal trip. Sementara kata halal bisa diartikan *that which is permitted, with respect to which no restriction exists, and the doing of which the law-giver, Allah, is allowed*”. (Al-Qaradawi, 2013). Menurut hukum Islam, halal berarti hal yang dapat diizinkan (*permissible or lawful*). Untuk kata Islam dalam konteks pariwisata adalah *precisely applied only to that which relates directly to the faith and its doctrines (such as Islamic law/Shariah, Islamic values, principles and beliefs, Islamic worship)* (Douglass&Shaikh, 2004).

kemunculan wisata halal tidak bisa dilepaskan dari perkembangan wisata religi dan wisata syariah. Tren perkembangan wisata halal yang positif memberikan harapan bahwa wisata jenis ini akan berkembang dengan baik di masa mendatang.¹⁹

HASIL DAN PEMBAHASAN

¹⁸Kavaratzis, M., & Ashworth, G. J. (2005). City branding: An effective assertion of identity or a transitory marketing trick? *Tijdschrift Voor Economische En Sociale Geografie*, 96(5), 506–514

¹⁹Fatkurrohman, *konsep dan ruang lingkup wisata halal*, 23 agustus 2018. Diakses dari <https://wisatahalal.sv.ugm.ac.id/2018/08/23/konsep-dan-ruang-lingkup-wisata-halal/> pada 23 januari 2022 pukul 23,00 WIB

Wisata Halal Singapura

Pertumbuhan wisatawan Muslim adalah segmen baru yang muncul dalam sektor perjalanan, yang akan mempengaruhi industri pariwisata global. Menurut Pew Research, 1 dari 3 orang lahir antara tahun 1990 dan 2030 akan menjadi Muslim. Oleh karena itu, populasi Muslim bisa meningkat menjadi 2,2miliar pada tahun 2030²⁰

Islam terbukti memiliki pengaruh yang cukup besar terhadap sistem sosial dan politik di tiga negara pertama, selain mempengaruhi industri pariwisata. Hal ini juga menimbulkan serangkaian tuntutan khusus dari penganutnya, tercermin dalam sebuah gerakan yang disebut pariwisata Islami yang meliputi pengembangan produk dan upaya pemasaran yang dirancang untuk dan diarahkan pada umat Islam. Kegiatan empat negara di lapangan ditinjau, mengungkapkan apresiasi terhadap volume dan nilai pasar Muslim. Namun, ada tantangan yang harus diatasi jika prospek pertumbuhan di masa depan ingin diwujudkan sepenuhnya.

Ada ambiguitas definisi tentang frasa pariwisata halal dan pariwisata Islam (Hamza, Chouhoud, & Tantawi, 2012; Neveu,2010), sering digunakan secara bergantian, tetapi mereka biasanya merujuk pada perjalanan yang dilakukan oleh umat Islam yang berusaha untuk mematuhi prinsip-prinsip dan praktik iman ketika jauh dari rumah. Ibadah haji merupakan salah satu rukunIslam dan jutaan orang memasuki Arab Saudi untuk menyelesaikannya dan terlibat dalam perjalanan yang diilhami agama yang dikenal sebagai umrah (Eickeleman & Piscatori,1990). Motivasi yang mendasari perjalanan lain belum tentu spiritual, namun ada keinginan untuk berperilaku dengan cara yang dianggap diperbolehkan, atau halal, sesuai dengan hukum syariah yang terutama berasal dari

²⁰Pew Research Centre, *Forum on Religious and Public Life (2014); The Future of the Global Muslim Population; Washington, DC USA, Pew Research, https://www.pewforum.org/diakses tanggal 02 November 2021 pukul 20.00 Wib*

interpretasi kitab suci Al-Qur'an dan Sunnah atau kehidupan, tindakan dan Ajaran Nabi Muhammad dicatat dalam kitab-kitabhadits.

Istilah seperti pariwisata halal, bagaimanapun, menyiratkan keseragaman yang mungkin menyesatkan. Tingkat religiusitas dan kemauan untuk mengabaikan batasan-batasan Islam akan bervariasi di seluruh dan di dalam komunitas Muslim (Mukhtar & Butt, 2012; Zamani-Farahani & Musa, 2012). Ada juga kenyataan praktis yang harus dihadapi saat bepergian yang mungkin membuat sulit untuk mempertahankan rutinitas sehari-hari yang meliputi doa dan di etrezim.

Mengingat kekuatan yang melekat untuk melayani wisatawan Muslim, negara-negara anggota OKI memiliki kesempatan unik untuk mendapatkan bagian yang lebih besar dari segmen yang berkembang ini dan meningkatkan keseluruhan kedatangan wisatawan ke tempat tujuan. Kedatangan pengunjung Muslim diperkirakan mencapai 116 juta pada tahun 2014, dan diproyeksikan akan tumbuh menjadi 178 juta pada tahun 2020. Ini merupakan sekitar 11,4 persen dari total kedatangan pengunjung diproyeksikan pada tahun 2020. Mengingat bahwa pada tahun 2020 umat Islam populasi akan menjadi sekitar 26 persen dari populasi dunia, pasar perjalanan Muslim pertumbuhan yang berkelanjutan setelah tahun 2020. Pertumbuhan populasi Muslim di seluruh dunia ini di kelas menengah dan populasi yang lebih muda berarti bahwa wisatawan Muslim menjadi segmen yang signifikan dalam sektor perjalanan dan pariwisata global.

Namun, saat ini hanya Malaysia, Indonesia, dan UEA memiliki program yang digerakkan oleh Organisasi Pariwisata Nasional (NTO) untuk membidik pasar Muslim Friendly Tourism. Pada tahun 2014, kunjungan wisatawan muslim ke destinasi OKI sekitar 64 juta, yaitu 55,3 persen dari total wisatawan muslim. Pada tingkat pertumbuhan saat ini, ini diproyeksikan mencapai 98 juta pada tahun 2020. Namun, dengan menerapkan rekomendasi yang

terkandung dalam penelitian ini, negara-negara anggota dapat mempercepat pertumbuhan ini untuk mencapai jumlah kedatangan yang lebih tinggi pada tahun 2020. Direkomendasikan untuk menargetkan 100 juta kedatangan pengunjung Muslim ke tujuan OKI pada tahun 2020.

Tabel 2. Kunjungan Inbound Muslim Visitor Periode 2010 sd 2020

Total Muslim Visitor Arrivals (millions)	Year 2010	Year 2014	Year 2020	Growth Forecast (2015-2020)
Total Muslim Visitor Arrivals (millions)	98	116	180	54,50
Total Muslim Visitor Arrivals to OIC (millions)	53	64	98	51,87
Total Muslim Visitor Arrivals to non-OIC (millions)	45	52	82	57,75

Sumber : CrescentRating (2015)

Persentase pengunjung Muslim ke negara-negara anggota OKI pada tahun 2014 adalah 33,8 persen dari total kedatangan ke tujuan OKI, dan ini akan meningkat menjadi 39,1 persen pada tahun 2020. Negara-negara GCC tetap menjadi kelompok wisatawan Muslim terbesar yang berkontribusi sekitar 40 persen dari total pengeluaran. Negara-negara Asia Tenggara seperti Indonesia, Malaysia dan Singapura berkontribusi sekitar 10 persen dari total. Iran dan Turki mewakili 16 persen dari pariwisata Muslim global pengeluaran.

Sekitar 37 persen dari kedatangan pengunjung Muslim berasal dari negara-negara non-OKI. Ini termasuk Inggris, Jerman, Prancis, Belgia, dan AS. Negara-negara OKI teratas dalam hal kedatangan pengunjung muslim adalah :

1. Arab Saudi
2. Turki
3. Malaysia
4. Uni Emirat Arab
5. Kazakstan
6. Tunisia
7. Mesir
8. Yordania.

Kedatangan pengunjung Muslim intra-OKI pada tahun 2014 adalah 51 juta. Ini menyumbang 80 persen dari total kedatangan pengunjung Muslim ke negara-negara anggota OKI. Ini diproyeksikan meningkat menjadi 79 juta pada tahun 2020 dan menyumbang 81% total kedatangan pengunjung Muslim. Pada tahun 2014, 69 persen dari total Muslim pengunjung outbound dari negara OKI mengunjungi destinasi OKI. Sebagai perbandingan, hanya 30 persen pengunjung Muslim outbound dari negara-negara non-OKI pergi ke tujuan OKI. Ini adalah area yang harus ditargetkan oleh negara-negara anggota OKI; wisatawan Muslim dari negara-negara non-OKI.

Berdasarkan faktor demografi, wisatawan muslim memiliki potensi yang cukup besar, seperti negara-negara seperti Indonesia, Malaysia, Brunei Darussalam, Turki, dan Timur Tengah negara yang memiliki penduduk muslim yang sangat besar dengan tipikal anak muda/produktif, berpendidikan, dan pendapatan yang besar. Tumbuhnya segmen wisata muslim memunculkan sejumlah istilah yang digunakan untuk merujuk ke segmen ini. Ini termasuk Wisata Islam, Wisata Halal, sesuai Syariah pariwisata dan jasa dan lain-lain. Dalam penelitian ini istilah “Muslim Friendly Tourism” (MFT) telah digunakan berdasarkan analisis yang disajikan dalam Bab 1. MFT didefinisikan sebagai “Sadar Halal” musafir, bepergian untuk tujuan apa pun, yang halal (diperbolehkan).

Untuk membantu negara-negara anggota OKI untuk membangun strategi yang koheren di seluruh nilai rantai layanan perjalanan, kerangka konseptual untuk MFT telah disajikan dalam penelitian ini. Ini terdiri dari tiga komponen; kebutuhan berbasis agama, tema sisi permintaan dan penawaran. Enam kebutuhan berbasis iman telah diidentifikasi dalam penelitian ini. Ini adalah makanan halal, Salaah (Doa), WC ramah pemakaian air, pelayanan dan fasilitas Ramadhan, fasilitas non halal kegiatan dan fasilitas rekreasi dengan privasi. Studi ini menyajikan segmentasi dari Wisatawan muslim menjadi 3 kategori berdasarkan kebutuhan tersebut; berlatih keras, berlatih dan tidak berlatih. Temuan kunci di bidang kebutuhan berbasis agama adalah inkonsistensi dalam cara gerai makanan halal dijamin halal. Beberapa negara seperti Malaysia memiliki program sertifikasi halal yang kuat, yang membantu pengunjung mengidentifikasi gerai Halal melalui tampilan logo Halal.

Namun, ini tidak tersebar luas di sebagian besar negara anggota OKI lainnya. Rekomendasi dari studi dalam hal ini adalah untuk mengembangkan dan menyepakati cara standar untuk mengidentifikasi gerai makanan halal dinegara-negara anggota. Institut Standar dan Metrologi untuk Negara-negara Islam (SMIIC) dapat berperan dalam merampingkan identifikasi restoran halal di seluruh negara anggota OKI. Fasilitas Salaah (Doa) umumnya tersedia di negara-negara anggota OKI. Namun, kebersihan, fasilitas untuk wanita dan tingkat pemeliharaan fasilitas sholat di tempat-tempat seperti Jalan Raya, Pusat Perbelanjaan, dll. tidak konsisten di seluruh negara bagian. Di sebagian besar Destinasi OKI, penggunaan air di toilet umumnya tersedia. Namun untuk memastikan diterima kualitas bagi pengunjung, disarankan agar pedoman umum dasar OKI diterapkan untuk keduanya fasilitas salat dan toilet ramah air di tempat-tempat wisata.

Sebagai negara muslim, pelayanan dan fasilitas Ramadhan menjadi salah satu

kekuatan anggota OKInegara bagian. Dengan demikian, tema Ramadhan dapat dikembangkan untuk menarik pengunjung Muslim ketujuan. Fasilitas tanpa kegiatan non halal dan fasilitas rekreasi dengan privasi adalah tidak tersebar luas di sebagian besar negara anggota OKI. Ada sub-segmen wisatawan Muslim yang mencari layanan dan fasilitas tersebut. Beberapa negara anggota OKI dapat melihat menargetkan sub-segmen ini, seperti yang dilakukan beberapa resor di Turki untuk liburan pantai. Tema kunci sisi permintaan mengacu pada alasan dan motivasi untuk bepergian. Empat perjalanan utama alasan telah diidentifikasi; keagamaan, rekreasi, bisnis, dan medis. mayoritas muslim perjalanan adalah untuk Kenyamanan (termasuk Mengunjungi Teman dan Kerabat (VFR)) yang mencakup sekitar 75 persen perjalanan. Perjalanan religi mencapai sekitar 10 persen dari total Pengunjung Muslim dan terutama perjalanan haji dan umrah.

Laporan *Global Muslim Travel Index 2015* (GMTI 2015) menempatkan Singapura sebagai No. 1 Tujuan ramah Muslim di antara negara-negara non-OKI. Dengan kedatangan Muslim merupakan sekitar 20 persen dari total kedatangan pada tahun 2014, ini adalah contoh yang baik tentang bagaimana sebuah destinasi mengelola kebutuhan pengunjung Muslim dan non-Muslim.

Kekuatan utama Singapura terletak pada populasi Muslim lokalnya. Dengan sekitar 15 persen dari berpenduduk Muslim, Singapura telah mampu mengembangkan makanan Halal yang kuat dan Ekosistem layanan ramah Muslim. Singapura memiliki salah satu sertifikasi Halal terkuat badan-badan di antara negara-negara non-OKI. Singapore Tourism Board menerbitkan pengunjung Muslim panduan pada tahun 2010. Tantangan utama bagi Singapura adalah persaingan yang muncul dari negara-negara seperti Jepang, Korea dan Taiwan yang menargetkan pasar sumber utama Singapura; yaitu Malaysia dan Indonesia.

Peringkat *Master Card and Crescent (2015) di Global Muslim Travel Index* (GMTI) melaporkan bahwa pada tahun 2014 ada 108 juta wisatawan muslim mewakili 10% dari seluruh industri pariwisata dan di segmen ini memiliki pengeluaran nilai US\$ 145 miliar. Pada tahun 2020 diperkirakan jumlah wisatawan muslim akan meningkat menjadi 150 juta wisatawan dan mewakili 11 persen dari pariwisata segmen industri yang diperkirakan menghabiskan US\$200 miliar. Tetapi Indonesia masih menduduki peringkat ke enam destinasi wisata halal dunia, di bawah Malaysia dan Thailand.

Berdasarkan *Global Muslim Travel Index (GMTI) 2015* dalam Destination Organization of Islamic Cooperation (OIC), Malaysia (indeks 83,8), Turki (skor indeks 73,8), Arab Saudi (skor indeks 71,3), Indonesia (skor indeks 67,5) menduduki peringkat keenam setelah Qatar (skor indeks 68,2). Sedangkan Singapura menjadi tujuan utama destinasi non-OKI, dimana Thailand, Inggris, Afrika Selatan, dan Prancis juga termasuk.

Pariwisata halal diperkirakan menghasilkan US\$200 juta pada tahun 2020, kompas.com telah melaporkan. Melihat potensi tersebut, tiga negara di Asia Tenggara, yakni Indonesia, Malaysia, dan Thailand aktif mempromosikan wisata halal. Namun, Singapura berpotensi menjadi pesaing baru di sektor pariwisata halal.²¹

Pengembangan Wisata Halal oleh Pemerintah Singapura

Tidak sulit bagi Singapura untuk mengembangkan wisata halal karena 5 persen penduduk negara itu beragama Islam dan Melayu. Juga Pemerintah Singapura telah menunjukkan minat yang serius untuk

²¹Jakarta Post, *Singapore could be asias next halal destination*, <https://www.thejakartapost.com/travel/2019/09/07/singapore-could-be-asias-next-halal-destination.html>, September 9, 2019 diakses tanggal 06 November 2021 pukul 09.00 Wib

mengembangkan segmen ini, mencontohkan food court di Bandara Internasional Changi yang memiliki area halal dan non-halal yang terpisah. Industri pariwisata halal Singapura sedang berkembang dan bahwa pemerintah telah meminta hotel untuk menyediakan fasilitas sholat, restoran bersertifikat halal dan banyak lagi. Wisatawan terbanyak berasal dari China dan Indonesia, dengan Indonesia menempati peringkat kedua setelah China sebagai penyumbang wisatawan terbesar. Tidak mengherankan melihat Singapura berusaha mengakomodasi pelancong Muslim.

Besarnya jumlah masyarakat Muslim di Singapura berimbas pada banyaknya ragam pilihan makanan halal (atau hidangan yang memenuhi syariat Islam) yang tersedia di negara ini. Daftar ini menampilkan beragam pilihan kuliner, mulai dari hidangan Melayu hingga Indonesia, Barat hingga Tionghoa.

Cita rasa mancanegara halal

Makanan halal di Singapura tidak hanya berkisar pada hidangan Asia. Pengunjung dapat menjajal hidangan prasmanan untuk mencoba berbagai pilihan rasa di satu tempat. Inilah sejumlah loka bersantap yang pasti menggugah selera. Aqua Marine yang berlokasi di Marina Mandarin Singapura menyuguhkan hidangan prasmanan yang terdiri dari hidangan khas Asia dan Barat. Restoran tersebut juga dikenal sebagai surga bagi pecinta seafood. Suguhan prasmanan halal lain yang patut dicoba adalah Straits Kitchen di Grand Hyatt Singapore. Hidangan khas setempat seperti nasi ayam, *laksa* (mi berkuah santan pedas), dan masih banyak lagi di dalam restoran bernuansa pasar modern. Kudapan yang digemari masyarakat setempat serta suguhan khas bercita rasa modern dapat dijumpai di Asian Market Café yang memfokuskan diri pada hidangan khas Tionghoa, Melayu, India, dan Jepang. Juga mencoba hidangan khas Singapura, yakni chilli crab Singapura.

Bepergian di dalam kota itu nyaman; ada beberapa pilihan transportasi umum yang dapat dicairkan dengan mudah. Ada banyak

tempat wisata bersejarah yang tersebar di seluruh Singapura terutama di Distrik Bersejarah, Kampong Glam (Arab Street), Chinatown, Orchard Road dan Little India.

Bandara terdekat

Bandara Changi yang melayani Singapura merupakan salah satu bandara tersibuk di Asia Tenggara. Dari bandara kota dapat diakses dengan berbagai moda transportasi. Terminal bus terletak di basement terminal 1, 2 dan 3. Bus tersedia mulai pukul 06.00 hingga 12.00 dan tarif sekali jalan dapat mencapai \$2. Sebuah stasiun kereta bawah tanah terletak di antara terminal 2 dan 3 tetapi para pelancong harus mengganti kereta di stasiun Tanah Merah dengan kereta yang menuju kota. Menyewa taksi adalah cara terbaik untuk bepergian dari bandara ke kota. Pada siang hari, perjalanan sekali jalan ke kota dapat menghabiskan biaya antara \$20-30.

Restoran Halal Singapura

Ada banyak restoran halal di Singapura yang menawarkan berbagai masakan. Beberapa restoran halal terbaik di Singapura termasuk Perdana Muslim Seafood, Al-Azhar Restaurant, BBQ Chicken, Botak's Favourites, dll. Sebagian besar rantai makanan internasional di Singapura bersertifikat halal seperti Pizza Hut, Long John Silver, Mc Donald, Biji Kopi, dll.

Masjid di Singapura

Singapura memiliki lebih dari 70 masjid. Masjid Omar Kampong Melaka adalah masjid tertua di Singapura. Masjid Sultan adalah masjid agung yang terletak di Jalan Arab. Masjid-masjid besar lainnya di kota ini termasuk Masjid Malabar, Masjid Abdul Gaffoor, Masjid Hajjah Fatimah, dll. Masjid-masjid ini terletak di lokasi utama dan dapat terlihat dengan mudah. Pengunjung juga dapat menanyakan kepada penduduk setempat tentang alamat masjid-masjid di Singapura. Hal yang Dapat Dilakukan dan Dilihat di Singapura adalah mengunjungi :

- a. Masjid Sultan
- b. Singapore Zoo
- c. Sentosa Island
- d. Night Safari
- e. Bukit Timah Nature Reserve
- f. Jurong Bird Park
- g. National Orchid Garden
- h. Singapore Botanical Gardens
- i. Gardens By The Bay
- j. Singapore City Gallery
- k. Esplanade
- l. Jendela Gallery
- m. National Museum of Singapore
- n. Peranakan Museum
- o. Marina Bay
- p. MacRitchie Nature Trail

Singapura meningkatkan pelayanannya untuk pelancong Muslim dengan kampanye besar yang akan diluncurkan. Berbagi berita dalam sesi panel kemarin di ATF 2020, *Singapore Tourism Board* (STB) mengumumkan bahwa mereka akan bekerja sama dengan platform pemesanan *Have Halal Will Travel* (HHWT) dan perusahaan riset CrescentRating pada serangkaian produk pariwisata dan penargetan jaminan pemasaran Pelancong Muslim di seluruh Asia.²²

Proyek STB ini termasuk buku panduan setebal 44 halaman yang dikembangkan dengan CrescentRating yang merinci tidak hanya penawaran makan halal di Singapura, tetapi juga aktivitas budaya tersembunyi dan pengusaha dan pemilik bisnis Melayu lokal yang dapat ditemukan wisatawan, ungkap Fazal Bahardeen, CEO CrescentRating & Halaltrip. Buku ini akan dirilis paling cepat bulan depan dalam bahasa Inggris, dan selanjutnya akan diterbitkan dalam Bahasa Melayu dan Bahasa Indonesia.

Sementara itu, HHWT akan hadir dengan sejumlah brand partnership untuk mengembangkan promosi online dan produk

wisata yang menyasar kaum milenial dan keluarga muslim. Salah satu pendirinya Mikhail Melvin Goh menyatakan membawa beberapa mitra besar untuk proyek selama setahun ini dengan STB. Ini termasuk Klook, yang dapat mengarahkan wisatawan Muslim ke atraksi dan vendor (Singapura), dan Traveloka untuk pasar Indonesia. Peluncuran ini bertujuan untuk membuat Singapura “lebih mudah ditemukan” bagi wisatawan Muslim di wilayah tersebut. Menurut Crescent Rating, segmen ini memegang bobot signifikan dalam keseimbangan pariwisata Singapura, terhitung sekitar 18 hingga 20 persen dari keseluruhan kedatangan. Di antara negara-negara mayoritas non-Muslim di Asia, Singapura menempati urutan pertama dengan jarak yang jauh.

Selain itu, mungkin banyak persepsi jika di Cina Town tidak ramah Muslim. Padahal, tersedia tempat halal, baik dari segi tempat ibadah maupun makanannya. Kalau food court tersedia gerai Muslim Melayu Halal Food, Indian, cruise Japanese, Korea Meksiko, Australia yang semuanya tersertifikasi halal. STB melihat tren wisata halal sudah kian diminati. Semakin ramai dan banyak yang mencari tahu di internet tentang tur wisata halal.²³

Pengembangan Fasilitas Ramah Muslim oleh Pemerintahan Singapura

Singapura Ramah Muslim

Muslim membentuk 14 persen dari populasi Singapuradan tidak mengherankan jika negara pulau ini menawarkan banyakberbagai pengalaman pariwisata ramah Muslim. Banyak dari ini telah disertifikasi Halal oleh MUIS, juga dikenal sebagai Dewan Agama Islam Singapura (Majlis Ulama Islam Singapura). Pengunjungjuga dapat

²²TTG Asia, *Singapore, Singapore tourism board sharpens focus to tap halal travel boom*, <https://www.ttgasia.com/2020/01/17/singapore-tourism-board-sharpens-focus-to-tap-halal-travel-boom/> diakses tanggal 05 November 2021 pukul 17.00 Wib

²³Republika, *Singapura Promosikan Ramah Muslim* <https://gayahidup.republika.co.id/berita/q5whrj380/stb-promosikan-singapura-ramah-muslim> diakses tanggal 06 November 2021 pukul 12.00 Wib

mempertimbangkan tempat makan milik Muslim di seluruh kota. Selanjutnya, masjid dan musolla di sekitar pulau memungkinkan untuk memenuhi kebutuhan pengunjung seperti kewajiban agama saat sedang berlibur. Aplikasi MuslimSG dan ikuti @halalSG di Twitter untuk pertanyaan terkait Halal apa pun saat berada di Singapura.

Majelis Ulama Islam Singapura (MUIS)

Singapura adalah rumah bagi berbagai macam masakan Halal, dari Jepang, Cina, Korea hingga Timur Tengah, Barat, dan lainnya. Makanan cepat saji terbanyak rantai di Singapura bersertifikat Halal oleh MUIS. Untuk perbaikan cepat, kepala beberapa dari mereka seperti McDonald's, Burger King, KFC, Long John Silver, Popeyes dan Texas Chicken. Metropolis memiliki banyak restoran Halal yang telah dibuat dengan mudah diidentifikasi dalam panduan ini dengan dua logo Halal yang berbeda.

Tempat Bersertifikat Halal

Tempat makan berlogo ini menunjukkan bahwa mereka telah disertifikasi Halal oleh Majelis Ulama Islam Singapura (MUIS), juga dikenal sebagai Dewan Agama Islam Singapura. MUIS adalah otoritas Islam yang bertanggung jawab atas urusan Muslim di Singapura. Majelis Ulama Islam Singapura (MUIS) menyediakan layanan Sertifikasi Halal dan mengatur industri Halal Singapura.

Restoran yang disertai dengan logo Halal ini menunjukkan bahwa, sementara mereka tidak boleh telah bersertifikat Halal oleh MUIS, mereka masih Halal dan aman untuk dimakan. Dalam hal ini, restoran tersebut milik Muslim atau menggunakan bahan-bahan 100% Halal dan sering dilindungi oleh Muslim lokal.

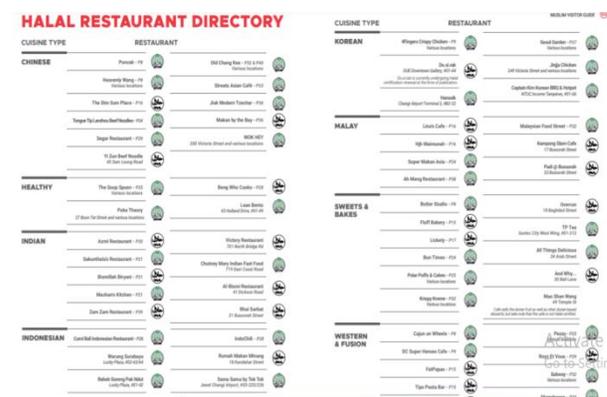
Makanan Halal di Hawker Center

Pusat jajanan adalah pemandangan yang akrab di kota, dikenali oleh banyak orang kios-kios berjejer bersebelahan. Juga disebut dengan baik oleh penduduk setempat sebagai kopitiam, ini adalah kompleks makanan yang menawarkan berbagai jenis masakan. Pengunjung dapat menemukan kios Halal dengan melihat MUIS Logo bersertifikat halal. Meskipun berbagi tempat makan yang sama, pengunjung dapat dipastikan bahwa warung Halal diidentifikasi dengan warna yang berbeda peralatan makan dan memiliki tempat cuci dan baki yang terpisah.

Fasilitas Ibadah

Singapura menawarkan banyak hal yang menakutkan masjid dan musholla yang nyaman (ruang sholat yang ditunjuk di tempat umum) jika pengunjung perlu istirahat dari jalan-jalan untuk melakukan sholat harian. Semua masjid menyediakan area sholat dan wudhu dengan privasi serta pakaian sholat wanita.

Gambar Restoran Halal di Singapura

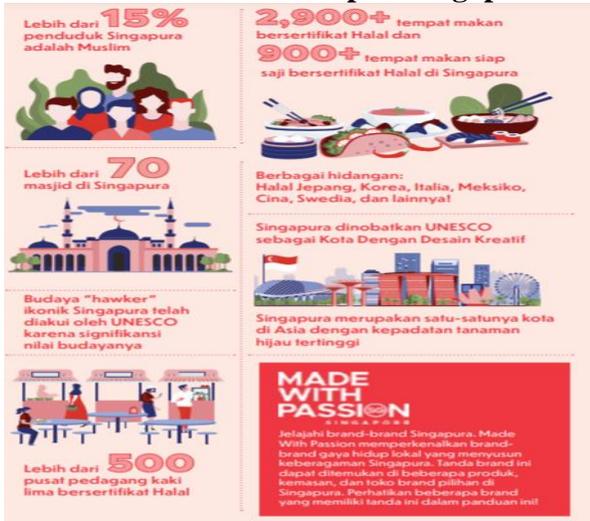


Sumber :halaltrip.com

Sebanyak 15 persen dari penduduk Singapura adalah pemeluk agama Islam dan tidak heran jika Singapura memiliki banyak kuliner yang dapat dinikmati oleh wisatawan Muslim tanpa rasa khawatir. Tempat-tempat makan tersebut mendapatkan sertifikasi dari MUIS (Majelis Ulama Islam Singapura). Wisatawan dapat dengan mudah mengunjungi tempat-tempat makan Halal di seluruh

Singapura. Selain itu, masjid dan musholla juga banyak terdapat di seluruh Singapura bagi pengunjung untuk menunaikan ibadah saat liburan. Panduan ini memberikan informasi yang bermanfaat untuk liburan di Singapura juga dapat mengunduh aplikasi MuslimSG dan mengikuti @halalSG di Twitter untuk segala informasi Halal selama berada di Singapura.

Gambar Halal trip di Singapura



Sumber :halaltrip.com

KESIMPULAN

Dalam ini akan berisi kesimpulan yang diambil dari setiap bab yang telah dibahas sebelumnya dan juga akan berisi penutup.

Singapore Tourism Board (STB) adalah badan hukum di bawah Kementerian Perdagangan dan Industri Singapura. Ini memperjuangkan pengembangan sektor pariwisata Singapura, salah satu sektor jasa dan pilar ekonomi utama negara itu, dan melakukan pemasaran dan promosi Singapura sebagai tujuan wisata. Sektor pariwisata saat ini berkontribusi 4 persen terhadap produk domestik bruto Singapura. Sektor pariwisata Singapura pada Kuartal Pertama (Q1) di tahun 2021 mencatat penurunan International Visitor Arrivals (IVA) dan Tourism Receipts (TR) di tengah Pandemi covid19.

Dari Januari hingga Maret 2021, IVA turun 97,4 persen dibandingkan periode yang sama tahun lalu menjadi 69.000 pengunjung. TR berada di S\$0,4 miliar, turun 90,1 persen dibandingkan periode yang sama tahun lalu. Penurunan TR dapat diamati di semua komponen. Pendapatan kamar hotel yang diumumkan untuk Kuartal Pertama (Q1) 2021 adalah S\$199 juta, penurunan tahun-ke-tahun sebesar 70,5 persen. Tingkat Hunian Rata-rata (AOR) turun 14,4 poin persentase menjadi 43,6 persen sementara Average Room Rate (ARR) turun 32,0 persen menjadi S\$146, menghasilkan penurunan RevPAR sebesar 48,8 persen menjadi S\$64.

Singapura meningkatkan pelayanannya untuk pelancong Muslim dengan kampanye besar yang akan diluncurkan. Berbagi berita dalam sesi panel di ATF 2020, Singapore Tourism Board (STB) mengumumkan bahwa mereka akan bekerja sama dengan platform pemesanan Have Halal Will Travel (HHWT) dan perusahaan riset Crescent Rating pada serangkaian produk pariwisata dan penargetan jaminan pemasaran Pelancong Muslim di seluruh Asia.

Sebagai salah satu bukti keseriusan singapura mengembangkan wisata halal, Singapura sebagai Negara minoritas muslim ialah pemerintah Singapura sudah membangun fasilitas yang ramah muslim seperti di bandara canghi terdapat fasilitas mushola di sejumlah terminal. Fasilitas di mushola tersebut sudah dilengkapi al-Qur'an, mukenah bagi wanita serta menunjukkan arah kiblat dengan ruangan yang nyaman.

MasterCard-Crescent Rating 2015, sebuah survei yang dilakukan oleh Global Muslim Travel Index (GMTI) menyatakan bahwa Singapura menempati urutan pertama dalam hal keramahan terhadap wisatawan muslim. Survei yang dilaksanakan oleh GMTI tersebut meliputi beberapa kriteria antara lain tempat menginap, pilihan msenu makanan halal, kemudahan mencari tempat beribadah dan juga Lembaga Sertifikasi Halal yang dimiliki oleh Singapura.

Proyek STB ini termasuk buku panduan setebal 44 halaman yang dikembangkan dengan CrescentRating yang merinci tidak hanya penawaran makan halal di Singapura, tetapi juga aktivitas budaya tersembunyi dan pengusaha dan pemilik bisnis Melayu lokal yang dapat ditemukan wisatawan, ungkap Fazal Bahardeen, CEO CrescentRating & Halaltrip.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

Cheriatna, Bisnis Wisata Halal, 2018. Gema Insani : Jakarta 2018.

Dede rosyada, *pendidikan kewargaan (civic education) : demokrasi, hak asasi manusia, dan masyarakat madani* (Jakarta: kencana, 2005)

Artikel Jurnal:

Anholt, Simon.2007. Competitive Identity : The New Brand Management Nations, Cities, and Regions. USA.Palgrave Macmillan.

Braun, E., Kavaratzis, M., & Zenker, S. 2010. *My City-My Brand: The Role of Residents in Place Branding*. Journal of Place Management and Development, 6(1), 1–13

Qu, H., Kim, L. H., & Im, H. H. (2011). *A model of destination branding: Integrating the concepts of the branding and destination image*. Tourism Management, 32(3), 465– 476

Kavaratzis, M., & Ashworth, G. J. (2005). City branding: An effective assertion of identity or a transitory marketing trick? Tijdschrift Voor Economische En Sociale Geografie, 96(5), 506–514

Website:

Marcheilla Ariesta Putri Hangoro, *Cuma seukuran semuat singapura jadi Negara ekonomi terdepan dunia*, 2015. Diakses dari [https://www.merdeka.com/dunia/cuma-seukuran-semut-singapura-jadi-negara-](https://www.merdeka.com/dunia/cuma-seukuran-semut-singapura-jadi-negara-ekonomi-terdepan-dunia.html)

[ekonomi-terdepan-dunia.html](https://www.merdeka.com/dunia/cuma-seukuran-semut-singapura-jadi-negara-ekonomi-terdepan-dunia.html) pada 1 juli 2021 Pukul 15.23 WIB.

Passion made possible, *Chinatown*. Diakses dari <https://www.visitsingapore.com/see-do-singapore/places-to-see/chinatown/> pada 2 juli 2021 pukul 15.45 WIB.

Dewan pariwisata Singapura, diakses dari http://p2k.itbu.ac.id/ind/3073-2950/Singapore-Tourism-Board_151593_itbu_singapore-tourism-board-itbu.html pada 19 oktober 2021 pukul 19:39 WIB.

Singapore tourism board, *overview*.Diakses dari <https://www.stb.gov.sg/content/stb/en/about-stb/overview.html> pada 1 juli 2021 pukul 12.21 WIB.

Jawapos.com, singapura serius garap wisata halal, 26 November 2019. Diakses dari <https://www.jawapos.com/wisata-dan-kuliner/26/11/2019/singapura-serius-garap-wisata-halal/?amp> pada 23 Oktober 2021 Pukul 17:00 WIB.

Kementrian pariwisata, potensi pengembangan wisata halal di indonesia, 2021. diakses dari <https://kemenparekraf.go.id/ragam-pariwisata/Potensi-Pengembangan-Wisata-Halal-di-Indonesia>. Pada 19 september 2021 pukul 19:26 WIB.

Berita Daerah Provinsi nusa tenggara barat, *peraturan gubernur nusa tenggara barat nomor 51 tahun 2015 tentang wisata halal*, 2015. http://jdih.ntbprov.go.id/sites/default/files/produk_hukum/BD%20Pergub%20Wisata%20Halal.pdf pada 7 juli 2021 pukul 02.25 WIB.

Ahmad rosyidi syahid, *wisata halal: pengertian, prinsip dan prospeknya*, 2016. Diakses dari <https://studipariwisata.com/referensi/pariwisata-halal/> pada 07 juli 2021 pukul 08.45 WIB

Travel kompas. *Indonesia pasar utama pariwisata singapura*. 2014. Di akses dari <https://travel.kompas.com/read/2014/03/13/1716096/Indonesia.Pasar.Utama.Pariwisata.Singapura> pada 6 juli 2021 pukul 12.53 WIB.

- Utami Evi Riyani, *kampanye terbaru Singapore tourism board*, 2015. Diakses dari <https://travel.okezone.com/read/2015/09/23/406/1219939/kampanye-terbaru-singapore-tourism-board> pada 6 juli 2021 pukul 13.45 WIB.
- Kompas.com, *begini cara singapura memanjakan wisata*, 2015. Di akses dari <https://travel.kompas.com/read/2015/03/19/081100527/Begini.Cara.Singapura.Memanjakan.Wisatawan.Pada> 23 juni 2021 pukul 14.25 WIB.
- Passion made possible, *panduan wisata*. Diakses dari https://www.visitsingapore.com/id_id/travel-guide-tips/?cmp=SEM_STB-DC21-625-SGAOSearchInt2122_ID_DC_EN_%2Bwisatawan+%2BSingapura_NA_NONE_BM M-Tourist pada 26 juni 2021 pukul 00.07 WIB
- Kurnia yustiana, *tahun 2016 makin banyak turis Indonesia berkunjung ke singapura*, 28 februari 2017. Diakses dari <https://travel.detik.com/travel-news/d-3434045/tahun-2016-makin-banyak-turis-indonesia-liburan-ke-singapura> pada 27 juli 2021 pukul 21.29 WIB
- Panorama.id, *singapura capai rekor kunjungan tertinggi pada tahun 2017*, 15 februari 2018. Diakses dari <https://panorama.id/travel-updates/singapura-capai-rekor-kunjungan-tertinggi-di-2017> pada 30 juli 2021 pukul 11.21 WIB.
- Ratih waseso, *Indonesia jadi pasar terbesar pariwisata singapura*, 14 februari 2019. Diakses dari <https://nasional.kontan.co.id/news/indonesia-jadi-pasar-terbesar-kedua-pariwisata-disingapura> pada 30 juli 2021 pukul 13.44 WIB
- Santi sopia, *wisatawan Indonesia ke singapura masuk tiga besar*, 18 februari 2020. Diakses dari <https://www.republika.co.id/berita/q5wdct380/wisatawan-indonesia-ke-singapura-masuk-tiga-besar> pada 31 juli 2021 pukul 01.22 WIB
- Fatkurrohman, *konsep dan ruang lingkup wisata halal*, 23 agustus 2018. Diakses dari <https://wisatahalal.sv.ugm.ac.id/2018/08/23/konsep-dan-ruang-lingkup-wisata-halal/> pada 23 januari 2022 pukul 23,00 WIB
- Pew Research Centre, *Forum on Religious and Public Life (2014); The Future of the Global Muslim Population; Washington, DC USA, Pew Research*, <https://www.pewforum.org/> diakses tanggal 02 November 2021 pukul 20.00 Wib
- Jakarta Post, *Singapore could be asias next halal destination*, <https://www.thejakartapost.com/travel/2019/09/07/singapore-could-be-asias-next-halal-destination.html>, September 9, 2019 diakses tanggal 06 November 2021 pukul 09.00 Wib
- Halaltrip, *Singapore*, <https://www.halaltrip.com/city-guide-details/275/singapore/> diakses tanggal 05 November 2021 pukul 17.00 Wib
- TTG Asia, *Singapore, Singapore tourism board sharpens focus to tap halal travel boom*, <https://www.ttgasia.com/2020/01/17/singapore-tourism-board-sharpens-focus-to-tap-halal-travel-boom/> diakses tanggal 05 November 2021 pukul 17.00 Wib
- Republika, *Singapura Promosikan Ramah Muslim* <https://gayahidup.republika.co.id/berita/q5whrj380/stb-promosikan-singapura-ramah-muslim> diakses tanggal 06 November 2021 pukul 12.00 Wib

S