



Pelancongan Islam: Suatu tinjauan konseptual dan relevannya di Malaysia

Jabil Mapjabil¹, Ratna Roshida Abd Razak², Mazdi Marzuki³, Rosmiza Mohd Zainol⁴

¹Unit Penyelidikan Etnografi dan Pembangunan, Fakulti Kemanusiaan, Seni dan Warisan, Universiti Malaysia Sabah, ²Pusat Pengajian Ilmu Kemanusiaan, Universiti Sains Malaysia, ³Jabatan Geografi, Fakulti Sains Kemanusiaan, Universiti Pendidikan Sultan Idris, ⁴Pusat Pengajian Sosial Pembangunan dan Persekitaran, Fakulti Sains Sosial dan Kemanusiaan, Universiti Kebangsaan Malaysia

Correspondence: Jabil Mapjabil (email: jabil@ums.edu.my)

Abstrak

Peristiwa 9/11 membawa suatu dimensi baru dalam perkembangan Pelancongan Islam di peringkat global. Selepas tahun 2001, trend penganjuran persidangan antarabangsa dan penerbitan dalam Pelancongan Islam semakin mendapat perhatian serius dalam kalangan sarjana. Selain itu, pola dan aliran ketibaan pelancong antarabangsa telah berubah dan memberikan manfaat kepada pembangunan pelancongan di negara Islam. Pelancongan Islam sering dikaitkan dengan pelancongan budaya, keagamaan dan spiritual. Sehingga kini, tidak terdapat satu pengertian yang khusus tentang konsep pelancongan Islam. Kepentingan dan keperluan perjalanan dalam Islam ditegaskan dalam beberapa surah Al-Quran. Ia turut berkait rapat dengan beberapa konsep perjalanan dalam Islam seperti haji, umrah, *rihlah*, *ziyara* dan *tabligh*. Daripada perspektif Islam, konsep pelancongan dilihat dalam spektrum yang lebih luas. Ia adalah suatu ibadah, manifestasi dalam menghayati kebesaran ciptaan Ilahi dan mendapatkan keredhaanNya. Pelancongan Islam melibatkan tiga komponen utama iaitu ekonomi, kebudayaan dan keagamaan konservatif. Dalam konteks implikasinya kepada Malaysia, penubuhan Pusat Pelancongan Islam pada awal tahun 2010 menjadi platform terbaik dalam memperkasakan pembangunan sektor pelancongan Islam negara. Sorotan konsep dan teoretikal ini diharap menjadi asas dan rujukan berguna untuk pengkajian lanjutan tentang pelbagai isu pelancongan Islam di Malaysia khususnya dan dunia amnya.

Katakunci: Islam, konsep, Malaysia, pelancongan, pelancongan Islam, teoritikal

Islamic tourism: A conceptual review and its relevance in Malaysia

Abstract

Islamic tourism is often associated with the tourism of culture, religion and spirituality. The 9/11 incident has brought about a new dimension in global Islamic tourism for since then not only have international conferences and publications on Islamic tourism garnered serious attention among scholars but also that the pattern and arrival flow of international tourists have undergone a shift in favour of Islamic countries. While to date a single conceptualization of Islamic tourism is yet to be arrived at, the significance and need for embarking on a journey in Islam are stated in the Quran and relate very closely with several concepts of journeying in Islam like performing the *haji*, *umrah*, *rihlah*, *ziyara* and *tabligh*. From the Islamic perspective, the concept of tourism can be seen in a broader spectrum of being a pious deed, a manifestation in understanding and empathizing with the greatness of Allah's creations, and in seeking for His mercy and blessings. Islamic tourism involves three major components namely the economy, culture and religion. In the context of its implications to Malaysia, the founding of Islamic Tourism Center in the early 2010 has become a sound platform for solidifying the sectoral development of Islamic

tourism in the country. It is to this end that this conceptual review would offer useful ground information and pointers.

Keywords : concept of Islamic tourism, Islam, Islamic Tourism Center, Malaysia, religious tourism, tourism

Pengenalan

Pelancongan berasaskan keagamaan adalah salah satu segmen pelancongan alternatif yang mempunyai kelompok pengkaji dan pengamalannya sendiri. Dalam beberapa literatur, ia turut disenaraikan sebagai salah satu ciri tarikan dalam pelancongan budaya (Wood, 1984; ECTARC, 1989; Kadir Din, 1997 dan Anwar Din, 2008). Terdapat beberapa sarjana yang menggunakan konsep pelancongan spiritual dalam kajian mereka (Tilson, 2005; Haq & Jackson, 2009, Haq & Ho, 2010 dan Okhovat, 2010). Menurut Haq dan Ho (2010), penerimaan terhadap perkembangan pelancongan spiritual dan pengiktirafannya dalam kalangan ahli akademik dapat diteliti melalui trend penganjuran persidangan dan penerbitan khusus berkaitan dengannya. Universiti Lincoln di Britain telah menganjurkan siri persidangan antarabangnya yang pertama bertajuk *Tourism: The Spiritual Dimension*. Selepas itu, pada bulan September 2006, hasil persidangan *The International Conference on Religious Tourism* yang diadakan di Cyprus menjelaskan bahawa pelancongan berasaskan keagamaan dan spiritual memberikan pulangan sehingga mencecah US\$18 bilion setahun. Seterusnya, *The Journal of Management, Spiritual and Religion* telah menerbitkan edisi khas *Managing Spiritual and Religious Tourism* dalam bulan Mei 2009.

Peristiwa 9 September 2001 membawa impak dimensi baru terhadap idea pelancongan keagamaan dengan kemunculan konsep pelancongan Islam. Di sesetengah negara khususnya di Timur Tengah dan Afrika Utara, pelancongan Islam adalah bentuk pelancongan alternatif yang popular dan telah dibangunkan sejak dahulu lagi. Negara Mesir, Maghribi, Iran dan Pakistan adalah antara negara yang memberikan penekanan serius dan khusus terhadap pelancongan Islam dalam agenda dan pelan pembangunan negara mereka (Jabil Mapjabil et al., 2010). Kementerian Pelancongan Pakistan berusaha untuk menarik pelancong asing dengan mempromosikan pelancongan Islam dan pelancongan kesihatan di negara ini dan bukannya menawarkan akses yang bebas kepada penjualan minuman keras dan amalan tidak bermoral lain yang menjadi sumber keseronokan di Barat (Azeem, 2009). Amana Bakr (2008) melaporkan bahawa pihak berkuasa Iran amat komited dan bersetuju untuk mempermudah urusan permohonan visa khususnya dalam kalangan anggota lapan negara membangun (D-8) bagi mendorong penduduk dari negara berkenaan melancong ke Iran. Negara D-8 dianggotai oleh Iran, Mesir, Pakistan, Bangladesh, Indonesia, Malaysia, Nigeria dan Turki. Sehubungan itu, impak terhadap pembangunan dan penyelidikan pelancongan Islam mula mendapat perhatian serius dalam kalangan sarjana dengan penerbitan majalah *Islamic Tourism* buat pertama kalinya pada tahun 2003.

Usaha untuk mencari penyelesaian terhadap persoalan bentuk dan matlamat pelancongan Islam baru sahaja bermula ketika serangan pengganas terhadap New York dan Washington berlaku pada tahun 2001. Ironinya, jangkaan bahawa sektor pelancongan di negara Arab dan dunia Islam akan merosot secara mendadak selepas peristiwa 9/11 nampaknya meleset. Sebaliknya, pola aliran ketibaan pelancong global telah berubah secara dramatik. Bilangan pelancong dari Amerika Utara, Eropah dan Jepun ke Timur Tengah telah mengalami penurunan yang ketara. Sebaliknya, lebih ramai pelancong dari negara Arab yang mula menghabiskan percutian mereka di negara Islam dan Arab terutamanya Lubnan, Syria, Emiriyah Arab Bersatu (UAE), Bahrain dan Mesir (Al-Hamarneh, 2004). Pada tahun 2003, ketibaan pelancong dalam kalangan negara Islam adalah 89.1 juta orang ataupun 12.8% daripada keseluruhan jumlah pelancong di seluruh dunia. Ia telah menjana pendapatan sebanyak US\$48.5 bilion. Pada tahun 2008, angka ini didapati terus meningkat iaitu seramai 130.5 juta orang pelancong telah berkunjung ke 57 buah negara Islam yang menganggotai Pertubuhan Negara-Negara Islam Sedunia (OIC). Ia adalah suatu peningkatan yang memberangsangkan iaitu sekitar 46% berbanding tahun 2003. Manakala dari segi pendapatan pula, ia turut mencatatkan peningkatan lebih dua kali ganda iaitu US\$102.8 bilion (SESRIC, 2010).

Negara Islam mempunyai kemampuan untuk mendominasi pasaran pelancongan di peringkat antarabangsa. Menurut Horn (2000), wilayah Negara Islam meliputi 30% daripada penduduk dunia menjelang tahun 2025. Daripada 38 buah negara Islam yang terlibat secara serius dalam pembangunan sektor pelancongan, hanya 10 negara yang benar-benar memberikan impak dan sumbangan yang besar di peringkat global iaitu Turki, Malaysia, Mesir, Maghribi, Indonesia, Arab Saudi, Lubnan, Tunisia, Syria dan Emiriyah Arab Bersatu (UAE). Sebagai contoh, Lubnan yang mencatatkan pertumbuhan sektor pelancongan sebanyak 31%. Sehubungan itu, Malaysia sebagai salah sebuah negara anggota OIC jelas cemerlang apabila menduduki tempat kedua selepas Turki sama ada daripada segi bilangan ketibaan pelancong mahupun hasil yang dijana dari sektor pelancongan. Pada tahun 2008 misalnya, Malaysia mencatatkan hampir 22 juta orang pelancong atau 16% daripada keseluruhan bilangan pelancong dalam kalangan negara Islam. Di samping itu, hasil pendapatan sebanyak US\$15 billion yang diperolehi adalah 15% daripada keseluruhan pendapatan dari sektor pelancongan dalam kalangan negara OIC. Kumpulan 10 negara ini membentuk sebahagian besar pendapatan dari keseluruhan negara Islam dalam sektor pelancongan iaitu US\$87.8 bilion ataupun 85.4% (SESRIC, 2010).

Pelancongan Islam: Takrif dan konseptual

Sejak konsep pelancongan Islam mula diperkenalkan, cabaran utamanya ialah memberikan suatu takrif yang jelas, tepat dan diterima umum. Persoalannya, adakah ia dapat menjelaskan atau mencakupi konsep ziarah ke tempat-tempat suci atau keagamaan bagi pelbagai agama? Selain itu, adakah ia berteraskan kepada perspektif budaya dan ciri sejarah Islam semata-mata? Dengan kata lain, adakah ia hanya melibatkan pelancong Islam atau mungkinkah ia bermaksud pelancongan antara komuniti Islam sahaja?

Secara umumnya, pelancongan Islam adalah pelancongan berasaskan keagamaan dan ada kaitan dengan perjalanan atau kunjungan ke tempat-tempat suci pada pelbagai musim sepanjang tahun. Namun, skop pelancongan Islam adalah jauh lebih luas. Menurut Noor Shakirah Mat Akhir (2010), untuk memastikan pelancongan adalah berlandaskan falsafah Islam, niat atau tujuan perjalanan adalah mustahak. Ia perlulah dilakukan dengan niat yang betul dan dilaksanakan mengikut syariat Islam. Dengan kata lain, konsep pelancongan Islam tidak boleh hanya dijustifikasikan sewenang-wenangnya dengan menggunakan satu atau dua konsep sahaja. Ia turut mencakupi semua jenis pelancongan yang bertujuan menghormati serta menghargai prinsip-prinsip keagamaan, menjejaki tamadun lama dan warisannya, melawat bandar dan negara untuk mengenalinya, berehat atau untuk tujuan rekreasi dan rawatan. Pelancongan Islam berbeza dengan pelancongan budaya tetapi saling berkaitan dengannya. Kebanyakan pengusaha, pengkaji dan perancang dalam bidang pelancongan budaya menganggap aspek sejarah, etnik, kesenian, muzium dan apa sahaja yang dilakukan oleh manusia adalah budaya (Anwar Din, 2008). Menurut Dadpour (2009), perjalanan yang melibatkan elemen keagamaan lazimnya dilakukan untuk tujuan yang khusus seperti penyucian, pemulihan dan upacara kesyukuran yang agak berbeza dengan motivasi jenis pelancongan yang lain. Meskipun lawatan ke tempat-tempat suci adalah menjadi teras kepada pelancongan keagamaan termasuklah pelancongan Islam, tetapi ia bukanlah hanya aktiviti itu sahaja. Produk sokongan kepada pelancongan keagamaan boleh dibangunkan untuk kemudahan pelancong dan manfaat komuniti tempatan.

Perbincangan tentang konseptual disiplin ilmu pelancongan Islam secara akademik relatifnya masih baru. Shakry (2001) menjelaskan bahawa maksud “Islam” dalam konteks pelancongan terbahagi kepada beberapa perkara yang boleh dirangkumkan dalam tiga komponen utama iaitu; pertama, pembaharuan terhadap budaya Islam dan penyebaran budaya Islam itu sendiri; kedua, manfaat dari sudut ekonomi kepada masyarakat Islam dan ketiga adalah memperkukuhkan jati diri serta keyakinan, identiti dan kepercayaan serta menangani masalah stereotaip yang wujud dalam masyarakat Islam. Kemunculan konsep pelancongan Islam ini ditegaskan oleh Shakry (2001) seperti berikut;

Not to replace existing tourist activity in our areas but opening up new and exciting opportunities for growth as well as marketing a new type of commodity for which

we are convinced there is an urgent need. Furthermore, Islamic tourism will restrict sectarian disagreement among Islamic schools of thought and opinion and among people generally.

Suatu aspek yang penting dalam membincangkan tentang konsep pelancongan Islam adalah perbezaannya yang ketara berbanding pelancongan komersial. Pada umumnya, pelancongan komersial lebih mengutamakan keuntungan serta kepuasan pelanggan berbanding pelancongan Islam yang meletakkan keredhaan Allah S.W.T sebagai matlamat utama (Graburn, 1977). Terdapat beberapa perkara sepanjang tempoh perjalanan berkenaan yang harus dijaga agar tidak melanggar syariat Islam, antaranya tidak meninggalkan solat, bertanggungjawab terhadap penjagaan persekitaran kawasan yang dilawati, memastikan makanan yang dimakan adalah halal, memakai pakaian yang menutup aurat, menggunakan sumber yang halal untuk segala perbelanjaan perjalanan dan melakukan aktiviti yang tidak bertentangan dengan syiar Islam di sepanjang tempoh perjalanan tersebut (Noor Shakirah Mat Akhir, 2010).

Menurut perspektif Islam, konsep pelancongan adalah melibatkan perjalanan seseorang individu keluar dari tempat kediaman untuk suatu tempoh yang tertentu dengan tujuan keagamaan ataupun spiritual. Terdapat beberapa surah dalam Al-Quran yang menegaskan tentang seruan, keperluan dan kepentingan perjalanan untuk pelbagai tujuan seperti spiritual, fizikal dan sosial. Antaranya, Al-Imran : 137; Al-An'am: 11; Al-Nahl, 36; Al-Naml : 69, Al-Hajj : 46 dan Al-Mulk: 15 (Yusuf Ali, 2005). Ia dapat dikaitkan dengan beberapa bentuk perjalanan dalam Islam seperti *hajj*, *umrah*, *rihlah* dan *ziyara* (Mohamed, 1996; Bhardwaj, 1998; Kessler, 1992 dan Timohty & Iverson, 2006). Daripada sudut yang lebih luas lagi, sebaik sahaja seseorang itu melangkah keluar meninggalkan rumah dengan niat kerana Allah S.W.T ia telah menjadi suatu ibadah. Haji (*hajj*) adalah ibadah yang difardhukan kepada umat Islam yang berkemampuan. Ia dilaksanakan pada bulan Zulhijjah dalam kalendar Islam dengan melibatkan perjalanan ke kota suci Mekah dan Madinah di Arab Saudi. Umrah pula adalah perjalanan ke tanah suci, amalan yang disunatkan kepada orang Islam dan boleh dilakukan sepanjang tahun (Mohamed, 1996 dan Haq & Jackson, 2009). Konsep *rihlah* adalah pengembaraan yang dilakukan untuk tujuan menimba ilmu pengetahuan, perdagangan, kesihatan ataupun penyelidikan (Mohamed, 1996 dan Kessler, 1992).

Ziyara dapat diklasifikasikan kepada dua bentuk iaitu melibatkan perjalanan yang dilakukan semata-mata untuk mengetahui dan menghayati pembangunan spiritual dengan melawat atau berjumpa dengan sarjana Islam, menghadiri festival keagamaan, seminar atau lain-lain acara berkaitan agama Islam (Bhardwaj, 1998). Kategori kedua pula melibatkan ziarah yang dilakukan ke tempat-tempat suci dengan tujuan mencari penyelesaian terhadap permasalahan hidup (Bhardwaj, 1998 dan Timothy & Iverson, 2006). Terdapat satu lagi aktiviti perjalanan untuk tujuan keagamaan dalam Islam iaitu *tabligh*. Konsep *tabligh* adalah suatu bentuk perjalanan yang boleh dikaitkan dengan *ziyara* (Abd A-Sahib, 2008; Sikand, 2006 dan Timohty & Iverson, 2006). Ia adalah suatu tradisi yang melibatkan perjalanan lelaki Islam keluar dari tempat kediaman mereka dan menetap sementara di sebuah masjid dalam suatu tempoh yang tertentu untuk bertemu dengan masyarakat Islam di sekitarnya. Mereka berpesan dan mengingatkan orang Islam tentang amalan dan ajaran Islam serta hikmah di sebaliknya. Selepas suatu tempoh tertentu, mereka akan bergerak dan berpindah ke masjid lain untuk meneruskan amalan spiritual untuk pembangunan diri dan masyarakat sekitarnya.

Pada masa kini, pelancongan Islam mula berganjak ke suatu dimensi yang berbeza dengan penganjuran festival, forum dan persidangan antarabangsa. Ia adalah suatu platform yang mempertemukan bukan sahaja orang Islam tetapi yang bukan Islam untuk berkongsi idea, profesionalisme, intelektual, kepakaran dan pengetahuan tentang ajaran dan prinsip Islam. Sebagai contoh, penganjuran *International Islamic Tourism Conference & Travel Mart 2010* di Kuala Lumpur, Malaysia yang turut melibatkan penyertaan orang bukan Islam dalam persidangan yang membincangkan tentang isu dan pembangunan pelancongan Islam di samping menyertai pameran sekaligus mengetahui tentang konsep pengeluaran, bentuk dan strategi pemasaran produk halal di peringkat domestik dan antarabangsa.

Sebagai rumusan, pelancongan Islam melibatkan perjalanan seseorang keluar daripada rumah untuk masa yang singkat tetapi tidak kurang daripada 24 jam dengan tujuan dan niat yang berlandaskan falsafah Islam serta destinasi yang dituju ada kaitan dengan program serta tarikan pelancongan yang mematuhi syariat dan bersifat Islamik.

Pelancongan Islam: Perspektif teoretikal

Pelancongan dan Islam adalah bersepadu sifatnya dengan aspek politik, ekonomi, perundangan dan dasar sosial. Berdasarkan sudut pandangan Islam, pelancongan itu adalah sebahagian daripada *addin* (cara hidup) dan mengembara itu sendiri sifatnya amat asas dalam kehidupan manusia dan ia menepati fitrah kejadian manusia, sebagaimana yang dijelaskan dalam Surah 29, ayat 20; Q22:46 yang antara lain menyeru manusia untuk berjalan, bermusafir atau melakukan ziarah atau lawatan untuk melihat sendiri bagaimana Allah menjadikan manusia dan mematakannya kemudian akan dihidupkan semula di akhirat kelak.

Dalam Surah Ali Imran : 137 yang bermaksud “*Sesungguhnya telah berlalu sebelum kamu sunnah-sunnah Allah, kerana itu berjalanlah kamu di muka bumi dan perhatikanlah bagaimana akibat orang-orang yang mendustakan (rasul-rasul)*”. Manakala melalui Surah Al An’am : 11 yang bermaksud “*Katakanlah, berjalanlah di muka bumi kemudian perhatikanlah bagaimana kesudahan orang-orang yang mendustakan itu*” menerangkan kepada umat manusia tentang ketentuan Allah yang telah berlaku yang menjelaskan kepada manusia antara lain tentang kebesaran-Nya. Untuk melihat keadaan ini, seharusnya manusia perlu melakukan ziarah atau lawatan ke tempat-tempat tersebut dan melihat kesan atau peninggalan sebagaimana kesudahan mereka yang tidak mengikut agama Allah.

Perkara yang sama disebut dalam Surah Annahl: 36 yang maksud firman-Nya: “*Maka berjalanlah kamu di muka bumi dan perhatikanlah bagaimana kesudahan orang-orang yang mendustakan (rasul-rasul)*” dan dalam Surah Annaml: 69 yang maksud firman-Nya ialah “*Katakanlah, berjalanlah kamu (di muka) bumi, lalu perhatikanlah bagaimana akibat orang-orang yang berdosa*”. Jelaslah kepada umat manusia bahawa seruan berjalan atau melakukan lawatan atau melancong adalah sesuatu yang dituntut oleh Islam sebagaimana dijelaskan lagi dalam firman-Nya dalam Surah al-Ankabit: 20 yang bermaksud “*Katakanlah, berjalanlah di (muka) bumi, maka perhatikanlah bagaimana Allah menciptakan (manusia) dari permulaannya, kemudian Allah menjadikannya sekali lagi. Sesungguhnya Allah Maha Kuasa atas segala sesuatu*”.

Pengembaraan dan pelancongan dalam Islam adalah aktiviti yang mempunyai tujuan serta matlamat akhir yang ingin dicapai iaitu dari segi fizikal, sosial dan matlamat spiritual / kerohanian. Ia jauh berbeza dengan konsep pelancongan menurut perspektif Barat yang menjadikan hedonism sebagai asas dalam mencapai matlamat untuk menjayakan pelancongan menerusi 4’s (*sun, sea, sand dan sex*). Sebaliknya, Islam melihat pelancongan sebagai suatu bentuk penghayatan dan pemikiran dalam mencari keredhaan Allah S.W.T. Sebagai contoh, alkohol, pelacuran, pergaulan bebas di antara lelaki dan perempuan, perjudian dan seumpamanya adalah dilarang dalam Islam (Kadir Din, 1989).

Untuk memahami konsep pelancongan Islam, pengertian konsep pelancongan pendidikan yang dikemukakan oleh Ritchie (2006) boleh digunakan sebagai perbandingan. Ritchie (2006) telah mengemukakan suatu model yang menetengahkan konsep *tourism first* dan *education first*. Dalam Islam, ia melangkaui spektrum yang lebih luas. Malah, apapun perbuatan termasuklah dalam konteks perjalanan / pelancongan ia tetap akan terletak dalam mana-mana hukum wajib, sunat, harus, makruh dan haram. Secara dasarnya, dalam pelancongan Islam, dapat dikatakan konsep *tourism first* dan *spiritual first* turut boleh diteliti. Namun begitu, ia bergantung kepada niat seseorang individu itu. Sebagai contoh, perjalanan sekumpulan peserta pakej umrah 14 hari dari Malaysia. Tujuan (niat) utama / primer mereka berkunjung ke Mekah dan Madinah adalah untuk menunaikan umrah semata-mata. Ia boleh dikategorikan sebagai *spiritual first*. Namun dalam tempoh dua minggu di sana, pihak agensi pelancongan juga membawa mereka melawat ke tempat-tempat menarik seperti tinggalan dan monumen sejarah Islam, pusat membeli-belah dan mengalami sendiri suasana kehidupan orang Arab di padang

pasir. Maka, pelancongan boleh dianggap sebagai tujuan sekunder mereka. Berbeza dengan kes sekumpulan peserta dari Malaysia yang menyertai pakej ke Guangzhou, China selama 5 hari. Tujuan utama mereka ke sana adalah untuk melancong sambil membeli-belah. Dalam kes ini, ia dikategorikan sebagai *tourism first*. Namun begitu, sepanjang di Guangzhou, pihak agensi turut membawa mereka ke destinasi tarikan Islam seperti masjid tertua iaitu Masjid Huaisheng serta beberapa tinggalan dan monumen sejarah kedatangan Islam di China. Dalam hal ini, aspek spiritual dianggap sebagai tujuan sekunder perjalanan tersebut.

Komponen-komponen utama dalam pelancongan Islam

Menurut Al-Hamarneh (2004), pelancongan Islam boleh diteliti dalam tiga aspek iaitu konteks ekonomi, kebudayaan dan keagamaan.

Komponen ekonomi

Dalam konteks pelancongan Islam, konsep ekonomi menjelaskan tentang pelebaran dan perluasan sektor pelancongan dalam kalangan negara Islam, membangunkan destinasi pelancongan yang baru ataupun memperkukuhkan destinasi sedia ada, selain daripada memperteguhkan institusi yang terlibat dan membangunkan sektor pelancongan serta mewujudkan rangkaian kerjasama yang lebih erat dalam kalangan negara Islam. Ini adalah perlu demi untuk menjadikan pelancongan sebagai wadah ke arah membangunkan ekonomi negara Islam. Kekuatan yang ada pada setiap negara Islam terutamanya kestabilan politik serta kehidupan yang harmoni ditambah pula dengan keunikan produk pelancongan yang disediakan sewajarnya mampu menarik perhatian dan minat daripada pelancong di seluruh dunia yang tentu sekali berharap akan dapat menikmati kelainan apabila berkunjung ke negara Islam. Menurut Stephenson et al. (2010), kini muncul trend baru yang berkembang di rantau ini terhadap keperluan dalam pelaburan, amalan perniagaan serta skim kewangan yang berasaskan prinsip syariat Islam.

Kepentingan pelancongan antara negara-negara Arab didapati semakin ketara selepas jatuhnya pasaran pelancongan antarabangsa kesan daripada serangan 11 September 2001. Negara Arab seperti Mesir, Lubnan, Syria, Bahrain dan UAE mampu menangani kembali krisis pelancongan dengan cepat dengan kemampuan mereka dalam menarik lebih ramai pelancong dari negara Arab dan pada masa yang sama mengurangkan pergantungan mereka di pasaran Eropah dan Amerika. Sebaliknya, negara Arab seperti Tunisia, Maghribi dan Yaman yang sangat bergantung kepada pasaran Eropah telah mengalami kemerosotan yang teruk. Serangan keganasan di Jerba dan Casa Blanca serta konflik Maghribi-Sepanyol di Pulau Laila dan situasi keselamatan yang tidak stabil di Yaman secara langsung mengukuhkan trend negatif ini.

Implikasi pemulihan utama ini adalah kesan daripada pergerakan pelancong Arab dan negara Islam lain untuk memenuhi struktur pendapatan antarabangsa, seterusnya melalui strategi yang sedia ada untuk kembali menjadi lebih insentif melalui kerjasama dan kordinasi antara negara Arab dan antara negara Islam dalam sektor pelancongan. Sebagai contoh, Persidangan Islam antara Menteri Pelancongan (ICMT) dan Penasihat Menteri Pelancongan Arab (ACMT) adalah contoh dari intensifikasi tersebut. Pertemuan pertama ICMT di Iran pada bulan Oktober 2000 dan pertemuan kedua di Malaysia pada bulan Oktober 2001. Seterusnya, pertemuan ketiga diadakan di Riyadh pada bulan Oktober 2002. Sebanyak 57 negara yang menghadiri pertemuan tersebut. Sehubungan itu, Deklarasi Riyadh diterima kerana ia merupakan sebuah program kerja yang pragmatik dan berorientasikan kepada perancangan pada masa depan.

Antara saranan utama dari deklarasi itu adalah meringankan penggunaan visa, pelaburan dan mengurangkan sekatan antara negara-negara Islam. Selain itu, usahasama pemasaran, bantuan kewangan, pertemuan pakar yang berpengalaman, kebangkitan kembali warisan budaya Islam dan kod umum adalah antara agenda yang turut ditekankan. Pasaran baharu dan pembangunan destinasi pelancongan alternatif yang baharu merupakan elemen utama dalam konsep pembangunan ekonomi. Turki, Iran dan negara-

negara Asia telah menjadi pasaran eksport pelancongan yang penting untuk UAE dan Mesir. Manakala negara-negara Teluk Parsi menjadi pasaran eksport pelancongan yang penting untuk Malaysia dan Indonesia. Sehubungan itu, kajian menunjukkan kedatangan pelancong dari Timur Tengah ke Malaysia didorong oleh reputasi negara ini sebagai destinasi pelancongan yang aman dan faktor melanjutkan pendidikan di institut pengajian tinggi (Aboali & Badaruddin, 2009). Selain itu, Malaysia dikenali dalam kalangan negara Arab dan negara Islam sebagai destinasi produk halal yang terkenal.

Komponen kebudayaan

Konsep kebudayaan dalam pelancongan Islam menekankan isu-isu Islamik dalam program pelancongan dan tapak warisan Islam kontemporari yang boleh dilawat oleh pelancong Islam. Ia turut merangkumi matlamat dan idea yang menghuraikan kemasukan elemen agama dan budaya Islam dalam program pelancongan. Terdapat usaha untuk mengorientasikan semula destinasi pelancongan dengan menengahkan warisan budaya Islam. Pihak berkuasa pelancongan tempatan dan operator pelancongan perlu memberikan perhatian kepada warisan budaya Islam seperti kesan keramat, makam dan kawasan tinggalan peperangan, laluan awal para jemaah haji pada zaman dahulu dan memasukkan kesemua aspek berkenaan ke dalam pakej pelancongan yang istimewa. Terdapat penganjur pelancongan di negara-negara Islam lain turut menawarkan diri untuk bekerja sama dalam program yang serupa. Kawasan Islam seperti Mu'ta dan Mazar di Jordan, Qum di Iran, kawasan mubaligh Islam di Oman, pelbagai kuil di Maghribi, masjid tua di Bosnia dan beberapa bandar bersejarah dari Samarkand dan Bukhara telah disenaraikan dalam program promosi pelancongan di Arab dan negara Islam. Konsep pembudayaan yang cuba untuk dihidupkan kembali ialah budaya Islam dan budaya Arab agar lebih sehati dengan budaya masyarakat masa kini seperti mana usaha dalam proses globalisasi budaya yang didominasi oleh *McDonaldization* atau *Cocalization*.

Masih terlalu banyak kelemahan dalam memahami budaya Arabisasi dan Islamisasi sebagai proses globalisasi budaya yang dikenali bagi tujuan pelancongan iaitu untuk menentukan dan melindungi budaya sendiri dan warisan budaya. Persoalannya, adakah industri pelancongan berkemampuan untuk melaksanakan peranannya dalam menyumbang kepada penyelesaian dalam menonjolkan pelancongan berteraskan Islam dalam sektor pelancongan global? Usaha mengkomodifikasikan budaya kebangsaan kepada barangan pengguna yang unik secara global dan melalui cara ini dapat membantu menyelamatkan budaya tersebut. Pengubahsuaian budaya asli dan nasional adalah salah satu topik yang paling kontroversi dalam memahami konsep pelancongan pada era globalisasi neo-liberal ini.

Komponen keagamaan konservatif

Konsep keagamaan konservatif adalah bermatlamatkan kepada pengubahsuaian terhadap tafsiran industri pelancongan dari kacamata agama Islam itu sendiri. Pelbagai pandangan dalam perbincangan tentang masa depan pelancongan di negara Arab dan dunia Islam serta beberapa amalan pengurusan hotel menunjukkan bahawa pelaksanaannya semakin diberikan perhatian yang serius. Idea ini berdasarkan kepada tafsiran konservatif dan pemahaman Islam. Penggabungan unsur-unsur dari gaya hidup Islam yang konservatif dengan industri pelancongan moden seterusnya mewujudkan pilihan pelancongan, ruangan dan persekitaran yang baharu. Antaranya, isu penjualan arak, perjudian, pelacuran dan seumpamanya yang jelas bertentangan dengan syariat Islam itu sendiri. Hotel dan resort yang berkonsepkan Islam adalah destinasi pilihan pelancong beragama Islam. Resort Islamik yang dimiliki dan dibiayai oleh institusi kewangan Islam adalah berkonsepkan bebas alkohol, tiada aktiviti dalaman seperti disko dan kelab malam, pengasingan mengikut gender di tempat aktiviti sukan, pakaian yang menutup aurat, kemudahan tempat solat dan program hiburan berunsurkan Islam. Kebanyakan elemen dari konsep ini telah diterapkan dalam bidang pelancongan domestik di Arab Saudi dan Iran. Di Barat, wujud respon yang positif terhadap keprihatinan tentang keperluan pelancong beragama Islam dengan menyediakan informasi tentang lokasi masjid dan makanan halal (Okhovat, 2010).

Bagi mendapat kelebihan kepada perniagaan perhotelan berorientasikan Islamik, beberapa pelaksanaan berdasarkan elemen Islamik-konservatif harus diubah suai mengikut pasaran dan tuntutan semasa seperti tempat ruang solat, peraturan Islamik di hotel-hotel di Sharjah, tempat tetamu perempuan di Pearl Movenpick - Dubai Media City, pengkhususan masa khas untuk wanita di spa secara meluas ditekankan, restoran bebas alkohol dan sebagainya. Untuk pertumbuhan pasaran pelancongan konservatif sesama negara Arab dan antara negara Islam, pelaksanaan konsep agama-konservatif dalam perancangan pelancongan adalah sebagai pilihan tambahan dalam pelancongan utama yang boleh memberi kesan ekonomi dan sosial yang positif. Selain itu, jenis pelancongan lain untuk Islam yang melihat kepada kepelbagaian (liberal) dan bukan-Islam harus juga menjadi pilihan. Dubai - Sharja adalah contoh yang menarik dalam konteks ini. Dubai adalah berimejkan antarabangsa, liberal serta lokasi aktiviti membeli-belah dan beriadah pada waktu lapang. Sharja pula adalah sebuah bandar yang terletak hanya beberapa kilometer di sebelah utara Dubai yang mempunyai tempat penginapan yang bebas alkohol dan budaya yang lebih konservatif dan berasaskan konsep pelancongan rekreasi.

Implikasi dan kerelevanan pelancongan Islam terhadap Malaysia

Dalam konteks pengalaman Malaysia, penubuhan Pusat Pelancongan Islam pada awal tahun 2010 di bawah Kementerian Pelancongan Malaysia adalah platform terbaik dalam memperkasakan sektor pelancongan Islam di negara ini. Keprihatinan Malaysia menerapkan nilai-nilai Islam dalam pengurusan pentadbiran negara, memacu pertumbuhan hub dan produk halal serta pembinaan infrastruktur dan mercu tanda berkonsepkan seni bina Islam menjadi aset yang penting kepada produk pelancongan Islam negara. Potensi pelancongan Islam di Malaysia terbuka luas kerana dasar liberal di negara ini yang menawarkan keselesaan dalam pelbagai aspek seperti mudah mendapatkan produk makanan halal, kemudahan tempat beribadat, pelancongan berasaskan kesihatan, kepelbagaian budaya dan warisan, aman serta kaya dengan sumber alam semula jadi, pulau dan pusat membeli-belah. Selain itu, promosi program pelancongan yang progresif dan konsisten bagi pasaran negara Timur Tengah dan negara Islam lain adalah langkah yang bijak dan futuristik. Penganjuran *The World Islamic Tourism Conference and Expo 2008* (Putrajaya), *Global Islamic Tourism Exhibition and Conference 2009* (Petaling Jaya) dan *International Islamic Tourism Conference & Travel Mart 2010* (Kuala Lumpur) menunjukkan komitmen kerajaan negara ini dalam usaha merealisasikan Malaysia sebagai destinasi pelancongan Islam yang tersohor di rantau Asia Pasifik khususnya dan dunia amnya (Jabil Mapjabil et al., 2010).

Kepesatan pembangunan sektor pelancongan Islam pada masa kini bukan sahaja penting untuk pembangunan sosioekonomi sesebuah negara, malahan turut berpotensi untuk merangsang aktiviti ekonomi lain seperti pertanian, ekonomi berteraskan produk halal dan perkhidmatan. Oleh itu, ia mendorong kepada langkah untuk mempelbagaikan produk pelancongan sebagai keutamaan di dalam persaingan untuk faedah ekonomi sesebuah negara. Pelancong Islam di seluruh dunia menyumbang sebanyak tujuh peratus daripada kira-kira AS\$2.5 trilion (RM8.5 trilion) yang dibelanjakan setahun sepanjang percutian mereka. Malaysia merupakan sebuah negara membangun yang menjadi tumpuan pelancong Islam dari serata dunia. Ia dikenali sebagai destinasi percutian yang popular kerana imejnya sebagai sebuah negara Islam, aman dan pesat membangun. Keprihatinan negara dalam menerapkan elemen dan seni bina Islam dalam pembangunan prasarannya turut menjadi faktor minat pelancong untuk berkunjung ke Malaysia. Statistik menunjukkan sepanjang Januari hingga Oktober tahun lalu, kemasukan pelancong asing ke Malaysia terus meningkat iaitu seramai 19.15 juta berbanding 18.15 juta tahun sebelumnya. Malah, pelancong dari negara Islam turut menjadi penyumbang kepada peningkatan itu dengan jumlah seramai 4.48 juta orang. Dari segi sumbangan pendapatan, kemasukan pelancong dari Asia Barat sahaja mencecah RM942.2 juta (2006); RM1.4 bilion (2007) dan RM1.5 bilion (2008) (Berita Harian Online, 14 Disember 2009).

Tragedi 11 September yang berlaku di Amerika Syarikat memberi kesan yang ketara kepada pasaran pelancongan Islam yang semakin lebih besar. Jumlah kemasukan pelancong Asia Barat meningkat mendadak, iaitu daripada 186,821 orang pada 2006 kepada 245,302; pada 2008 (264,338) dan Januari -

September 2009 (252,756 orang). Justeru itu, Malaysia memiliki potensi yang besar untuk dijadikan sebagai destinasi pilihan pelancongan Islam di peringkat antarabangsa. Dalam tempoh Rancangan Malaysia Ke-9, usaha bersepadu dipacu ke arah merealisasikan potensi industri pelancongan bagi meningkatkan sumbangannya kepada sektor perkhidmatan secara khusus dan ekonomi secara keseluruhannya. Untuk meningkatkan lagi daya tarikan negara sebagai destinasi pelancongan utama, kerajaan telah memperuntukkan RM858 juta bagi pelaksanaan pelbagai program pelancongan, termasuk penyediaan dan peningkatan kemudahan. Penyediaan pelbagai kemudahan bukan sahaja dapat memenuhi permintaan pengunjung dan pelancong malah dapat meningkatkan imej sesuatu kawasan sebagai destinasi pelancongan Islam. Pembangunan infrastruktur merupakan faktor penting dalam menentukan aliran kemasukan pelancong dan perkembangan industri seterusnya. Tarikan seni bina Islam sahaja belum memadai untuk memikat hati pelancong kerana tarikan itu harus dilengkapi pula dengan kemudahan pelancongan lain berserta infrastruktur yang baik. Kemudahan infrastruktur yang mencukupi, cekap dan berkesan akan memudahkan pergerakan pelancongan atau ketersampaian ke destinasi berkenaan. Kesukaran perjalanan akan menyekat keinginan pelancong untuk menikmati ciri tarikan pelancongan, termasuklah kemudahan penginapan dan makan minum yang berdekatan dengan tempat peranginan tersebut (Mathieson dan Wall, 1991:123-124).

Sehubungan dengan itu, terdapat beberapa perkara yang perlu diberikan perhatian yang serius bagi memastikan ketibaan pelancong terus meningkat dan memberangsangkan. Antaranya ialah isu seperti insiden pelancong ditipu oleh pemandu teksi, masalah kebersihan gerai makan dan restoran, kelemahan sistem pengangkutan awam, pencemaran sungai dan kawasan rekreasi, harga tidak berpatutan dan seumpamanya. Aduan daripada pelancong mesti dilihat sebagai cara terbaik untuk memajukan industri pelancongan negara. Cabaran dalam merealisasikan pelancongan Islam juga dapat dilihat dalam konteks kemahiran komunikasi dalam Bahasa Inggeris. Penggunaan Bahasa Inggeris selain daripada bahasa lain seperti Arab, Cina, Urdu dan sebagainya akan memberi kelebihan kerana ramai pelancong dari Timur Tengah dan Asia Barat berminat untuk melancong ke negara ini.

Faktor keselamatan adalah perkara yang turut mempengaruhi kedatangan pelancong asing ke Malaysia. Pelancong yang rasional biasanya hanya akan memilih destinasi pelancongan yang selamat dan aman sahaja. Tidak ada seorang pelancong pun yang sanggup mengambil risiko yang mungkin membawa maut dan kerugian terhadap diri sendiri. Sebagai contoh, insiden pengeboman salah sebuah hotel di Pulau Bali, Indonesia pada tahun 2002 yang mengorbankan ratusan nyawa pelancong asing. Peristiwa ini telah mengakibatkan sektor pelancongan di Bali mengalami kemerosotan drastik dalam tempoh tersebut. Hal ini membuktikan bahawa faktor keselamatan amat penting dan sebagai pemangkin untuk mengembangkan sektor pelancongan di sesebuah negara. Selain itu, kebanjiran pendatang asing yang datang bekerja di Malaysia menjadi satu lagi masalah dalam konteks peningkatan kes jenayah. Sesetengah daripada mereka sanggup melakukan jenayah seperti mencuri, meragut, merompak, menculik dan membunuh. Berdasarkan perangkaan, daripada lebih kurang 46,000 orang pesalah yang ditempatkan di pusat tahanan di negara ini, 35 peratus daripadanya adalah warga asing yang melakukan pelbagai kes jenayah termasuklah dadah, rompak, bunuh, rogol, peras ugut dan ragut (Utusan Malaysia Online, 24 Julai 2007).

Kesimpulan

Konsep pelancongan Islam adalah trend semasa dalam arena pelancongan antarabangsa. Ia didorong oleh impak daripada isu global yang melibatkan sikap pesimistik dan provokatif sesetengah pihak terhadap sebahagian kelompok masyarakat Islam. Pada masa yang sama, usaha dalam menghalusi dan memberikan pengertian yang tepat, jelas dan dapat diterima umum terhadap konsep pelancongan Islam akan terus menjadi agenda perdebatan di meja persidangan baik di peringkat nasional, serantau mahupun global. Prioriti harus diberikan kepada tindakan yang proaktif dalam meningkatkan penyertaan semua kelas sosial dengan penekanan terhadap etika pelancongan yang selaras dengan nilai-nilai kemanusiaan. Selain itu, pembangunan infrastruktur asas yang menghormati dan mematuhi etika, tatasusila dan nilai-

nilai pelancongan Islam tetap dianggap penting. Ringkasnya, sorotan konsep dan teoritikal ini diharap boleh menjadi asas dan rujukan yang berguna untuk pengkajian lanjutan tentang pelbagai isu pelancongan Islam di Malaysia khususnya dan dunia amnya.

Rujukan

- Abd Al-SAHib Shakiri (2008) *Islamic Tourism Prospect For World Peace*. TCPH Limited.
- Al-Hamarneh A (2004) "Islamic Tourism" - A Long Term Strategy of Tourist Industries in the Arab World After 9/11? [Cited 25/4/2011]. Available from: [http://www.staff.uni-mainz.de/alhamarn/Islamic&20Tourism %20Tourism-&paper%20for%20B](http://www.staff.uni-mainz.de/alhamarn/Islamic&20Tourism%20Tourism-&paper%20for%20B).
- Al-Quran.
- Amena Bakr (2008) Iran develops Islamic tourism sector. *The National*. [Cited 28/2/2011]. Available from: <http://www.thenational.ae/article/20080609/BUSINESS/600933625/-1/NEWS>. 9 June 2008.
- Anwar Din (2008) Pelancongan budaya di Malaysia: Konsep dan senario. In: Yahaya Ibrahim, Sulong Mohamad, Habibah Ahmad (eds) *Pelancongan Malaysia: Isu pembangunan, budaya, komuniti dan persetempatan*. Penerbit UUM, Sintok.
- Azeem D (2009) JUI-F minister to lunch Islamic Tourism in Pakistan. *The International News*. [Cited 28/2/2011]. Available from: <http://thenews.com.pk/print1.asp?id=169497>. 28 Mac 2009.
- Bhardwaj SM (1998) Non-Hajj pilgrimage in Islam: A neglected dimension of religious circulation. *Journal of Cultural Geography* 17 (2), 69-87.
- Dadpour R (2009) An analysis of the gap between cultural and religious tourism in Iran: A case study on Mashad. *Proceedings of 2nd National Symposium on Tourism Research*, pp.76-82. Universiti Sains Malaysia, Penang.
- ECTARC (1989) *Contribution to the drafting of a charter for cultural tourism*. European Center for Traditional and Regional Cultures, Wales.
- Graburn NH (1977) Tourism: The sacred journey. In: Smith V (ed) *Hosts and guests: The Anthropology of Tourism*, pp.17-31. University of Pennsylvania Press, Philadelphia.
- Haq F, Ho YW (2010) Is spiritual tourism a new strategy for marketing Islam? *Journal of Islamic Marketing* 1 (2), 136-148.
- Haq F, Jackson J (2009) Spiritual journey to Hajj: Australian and Pakistani experience and expectations. *Journal of Management, Spirituality and Religion* 6 (2), 136-148.
- Horn R (2000) Border bordeloss. *Time Asia*, 21 August.
- Islamic Tourism Magazine (2006) *Islamic tourism: Definition and scope*. [Cited 25/3/2011]. Available from: <http://www.chnpress.com/new/?section=1&id=1793>.
- Jabil Mapjabil, Ahmad Tharmizzie Mat Jusoh, Ruzanna Syamimi Ramli (2010) Pelancongan Islam: Suatu tinjauan konseptual dan kerelevanannya di Malaysia. *Prosiding Persidangan Antarabangsa Islam Dalam Masyarakat Malaysia* (PAIMM 2010), pp.395-404. Universiti Malaya.
- Kadir Din (1989) Islam and tourism: Patterns, issues and options. *Annals of Tourism Research* 16(4), 542-563.
- Kadir Din (1997) Tourism and cultural development in Malaysia: Issues for a new agenda. In: Yamashita S, Kadir H Din, Eades JS (eds) *Tourism and cultural development in Asia and Oceania*, pp.104-118. UKM Publisher, Bangi.
- Kessler CS (1992) Review essay for Pilgrim's progress: The travellers of Islam. *Annals of Tourism Research* 18 (1), 147-53.
- Mohamed Mamdouh N (1996) *Hajj to Umra: From A to Z*. Amana Publications.
- Noor Shakirah Mat Akhir (2010) Islamic tourism: A conceptual framework. *Proceedings of Regional Conference on Tourism Research* (RCTR 2010). Universiti Sains Malaysia, Penang.
- Okhovat H (2010) A study on religious tourism industry management: Case study of Islamic Republic of Iran. *International Journal of Academic Research* 2 (5), 302-307.

- Ritchie BW (2006) *Managing educational tourism*. Viva Books Private Limited, India.
- Shakry AS (2001) Finally-at last! A magazine for Islamic tourism and here's why. *Islamic Tourism* **1**, 77.
- Sikand Y (2006) The tablighi jama'at and politics: A critical re-appraisal. *The Muslim World* **96** (1), 175-195.
- Statistical, Economic and Social Research and Training Centre for Islamic Countries (SESRIC) (2010) Organization of Islamic Conference.
- Stephenson ML, Russell KA, Edgar D (2010) Islamic hospitality in the UAE: Indigenization of products and human capital. *Journal of Islamic Marketing* **1** (1), 9-24.
- Tilson DJ (2005) Religious-spiritual tourism and promotional campaigning: A church-state partnership for St. James and Spain. *Journal of Hospitality & Leisure Marketing* **12**(1/2), 9-40.
- Timothy DJ, Iverson T (2006) Tourism and Islam: Considerations of culture and duty. In: Timothy DJ, Olsen DH (eds) *Religion and spiritual journeys*, pp.186-205. Routledge, New York, NY.
- Wood RE (1984) Ethnic tourism, the state and cultural change in Southeast Asia. *Annals of Tourism Research* **11**, 186-197.
- Yusuf Ali A (2005) *The meaning of the Holy Quran*. Secretariat for Asia Assembly of Ulama, Selangor Darul Ehsan, Malaysia.