



conference proceeding



SIMPORIUM NUSANTARA⁹

THE 9TH REGIONAL SYMPOSIUM OF THE MALAY ARCHIPELAGO
Revisit Islamic Civilization and Built Environment In The Malay World

11 & 12 December 2012
Al-Khawarizmi Lecture Hall
UiTM(Perak)

Organized by:
Centre for Knowledge & Understanding of Tropical Architecture & Interior (KUTAI)
Centre for Islamic Thought & Understanding (CITU)
Centre for Architecture, Planning & Surveying (FSPU)
Faculty of Architecture, Planning & Surveying (FAPS)
Universiti Teknologi MARA (Perak)
<http://perak.uitm.edu.my/simpora9>



KUTAI



FSPU

MEMBUDAYAKAN PELANCONGAN ISLAM DI MALAYSIA: STRATEGI DAN ISU

Lina Munirah Kamarudin^a, Hairul Nizam Ismail^b

^{a, b}Jabatan Perancangan Bandar dan Wilayah, Fakulti Alam Bina, Universiti Teknologi Malaysia, Malaysia
linamunirah@gmail.com, b-hairul@utm.my

Abstrak

Pelancongan Islam merupakan salah satu produk pelancongan baru yang telah wujud dan diperkenalkan bukan sahaja di Malaysia malah di seluruh negara secara meluas. Penubuhan *Islamic Tourism Centre* (ITC) pada 2009 telah merencanakan lagi pembangunan pelancongan Islam di Malaysia di mana pelbagai strategi telah dirancang dan dijalankan oleh pelbagai pihak bagi membangun dan menjayakan produk pelancongan ini. Antara strategi berkenaan termasuklah seperti penganjuran acara pelancongan Islam di peringkat nasional dan antarabangsa, pembangunan produk dan warisan pelancongan Islam yang berpotensi untuk dipasarkan, serta penerapan nilai dan budaya murni di kalangan masyarakat Malaysia. Walaubagaimanapun, masih wujud isu di dalam perancangan dan pelaksanaan pelancongan ini. Isu ini seringkali dibangkitkan dan diperkatakan di mana ia sedikit sebanyak telah memberi impak terhadap kelancaran pembangunan dan pelaksanaan pelancongan Islam di Malaysia. Kertas ini menghujah dengan lebih lanjut strategi dan isu yang wujud di dalam pembangunan pelancongan Islam di Malaysia dengan menggunakan kaedah pengumpulan data sekunder.

Kata kunci: Malaysia, Pelancongan Islam, strategi dan isu.

1. Pengenalan

Pelancongan merupakan industri kedua terbesar yang menyumbang kepada pendapatan Malaysia sejak tahun 1990-an. Malaysia telah menubuhkan Jabatan Pelancongan pada tahun 1959 bagi memastikan industri pelancongan di Malaysia berkembang selaras dengan pembangunan negara. Pada 1974, Malaysia telah menubuhkan *Tourism Development Corporation* (TDC). Walaubagaimanapun, Malaysia tidak meletakkan sepenuh perhatian kepada industri pelancongan kerana lebih fokus terhadap sektor berat dan petroleum yang merupakan industri terbesar yang menyumbang pendapatan utama negara pada ketika itu. Sejak berlakunya kegawatan ekonomi pada tahun 1980-an, kerajaan telah berusaha untuk mengenalpasti sektor dan industri lain yang mampu menjana pendapatan bagi mengurangkan masalah ini. Semenjak itu, industri pelancongan telah dikenalpasti sebagai industri tertier yang mampu menjana dan menyumbang pendapatan lumayan untuk negara.

Oleh yang demikian, Malaysia telah menjalankan pelbagai usaha untuk meningkatkan industri pelancongan agar ia dapat memberi keuntungan kepada negara. Sehubungan dengan itu, Malaysia telah menubuhkan Kementerian Kebudayaan, Pelancongan dan Warisan pada 1987 bagi meningkatkan dan menyusun semula struktur industri pelancongan agar lebih sistematik. Pada 2004, kementerian ini telah dibahagikan kepada dua kementerian iaitu Kementerian Pelancongan dan Kementerian Budaya dan Warisan. Ia bertujuan bagi memastikan kerajaan dapat memberi fokus sepenuhnya terhadap pembangunan dan pergerakan industri pelancongan di mana Pelancongan Malaysia telah ditubuhkan bagi memikul tanggungjawab untuk mempromosikan Malaysia ke serata dunia.

Sesuai dengan tema 'Malaysia Truly Asia', industri pelancongan telah diberi tumpuan di dalam Rancangan Malaysia Kesepuluh apabila industri ini dimasukkan di dalam antara dua belas industri yang berpotensi menjana pendapatan tinggi terhadap bidang utama ekonomi negara (RMK-10). Semenjak itu, pembangunan dan pergerakan industri pelancongan dilihat semakin rancak di mana satu unit khas iaitu Unit Transformasi Ekonomi telah ditubuhkan merancang dan menyelaras pelaksanaan dan pembangunan industri ini.

Selain daripada produk pelancongan sedia ada yang ditawarkan, pelancongan Islam pula dilihat sebagai salah satu produk pelancongan baru yang berpotensi untuk berkembang dan semakin mendapat permintaan ramai termasuklah dari pelancong domestik mahupun antarabangsa. Tren pelancongan Islam kini dilihat semakin berkembang secara pantas di mana permintaan dan penawaran terhadap pelancongan ini sering meningkat dari semasa ke semasa. Sejajar dengan perkembangan pelancongan Islam yang semakin meluas di negara-negara Islam, Malaysia telah mewujudkan Tahun Melawat Kelantan 2012 dan Tahun Melawat Perak 2012 bagi menggalakkan lagi para pelancong menikmati keindahan dan tarikan produk pelancongan ini. Walau bagaimanapun, kejadian 11 September 2001 telah menyebabkan pemikiran sekular barat telah merebak (Din, 1989; Henderson, 2003; Nogués-

Pedregal, 2012) dengan menyatakan bahawa Islam adalah penganut. Di samping itu, turut wujud percanggahan aktiviti di antara komuniti Islam dan pelancong antarabangsa (Henderson, 2003) di mana berpunca daripada amalan agama dan budaya kedua-dua belah pihak. Meskipun wujud konflik di antara komuniti dan pelancong antarabangsa, namun, ia tidak mematahkan semangat negara-negara Islam untuk terus membangun di mana sistem pemerintahan secara Islam disesuaikan dengan aktiviti yang tidak mendatangkan kemudaratan kepada komuniti dan pelancong. Sebagai contoh, negeri Kelantan telah melancarkan Kota Bharu sebagai bandaraya Islam dengan slogan “Membangun Bersama Islam” (Suhana & Marsitah, 2009) di mana program Tahun Melawat Kelantan 2012 telah mensasarkan ketibaan pelancong seramai 15 000 pelancong dalam dan luar negara (Utusan, 2012). Walaubagaimanapun, masih terdapat isu dan cabaran dalam membangunkan pelancongan Islam (Ahmad et al., 2011). Oleh yang demikian, kertas ini akan membincangkan strategi dan isu yang wujud di dalam pelancongan Islam di Malaysia di mana data yang diperoleh adalah merupakan data sekunder.

2. Pelancongan Islam di Dunia dan Malaysia

Berdasarkan *World Tourism Organization* (WTO), melancong bermaksud seseorang yang melakukan perjalanan dan tinggal di sesebuah kawasan di luar kawasan tempat tinggal dan persekitaran biasa mereka dalam tempoh masa melebihi 24 jam tetapi tidak melebihi satu tahun, atas tujuan untuk bercuti, perniagaan, rekreasi atau lain-lain tujuan yang bukan memerlukan mereka untuk bekerja di negara atau destinasi berkenaan (Laderlah, Rahman, Awang, & Man, 2011). Negara-negara Islam merupakan salah satu destinasi yang sering menjadi perhatian pelancong ketika ini berikutan berkembangnya permintaan terhadap perjalanan pelancongan yang menitikberatkan ciri-ciri Islam. Meskipun negara-negara Islam yang dahulunya dikenali sebagai sebuah negara yang mundur, negara peperangan dan tiada produk pelancongan tertentu (Din, 1989) namun negara-negara ini kini sedang pesat membangun untuk mencipta nama di persada dunia. Pelancongan Islam telah berkembang di serata dunia dengan wujudnya penubuhan *Organization of Islamic Conference* (OIC) pada 1966 di mana ahlinya terdiri daripada 57 buah negara. Persidangan OIC pada tahun 2000 telah berbincang mengenai aktiviti pelancongan yang perlu diperkenalkan di antara negara-negara Islam yang pada ketika itu bertujuan untuk meningkatkan ekonomi negara-negara berkenaan (İhsanoğlu, 2009) dan seterusnya perbentangan pemantapan pelaksanaan pelancongan Islam diadakan pada 2001 dan 2008 yang bertempat di Kuala Lumpur (Henderson, 2010; Utusan, 2001). Pada tahun 2004, sebanyak empat negara telah diklasifikasikan sebagai negara-negara Islam yang menerima jumlah kedatangan pelancong terbanyak sekaligus mendominasi industri pelancongan di antara negara-negara Islam yang lain iaitu Maghribi, Mesir, Turki dan Malaysia (Bhuiyan, Siwar, Ismail, & Islam, 2011; Henderson, 2003; Laderlah et al., 2011).

Pelancongan Islam di Malaysia semakin berkembang dengan wujudnya Islamic Tourism Centre (ITC) yang ditubuhkan pada tahun 2009 di mana organisasi ini merupakan salah sebuah organisasi di bawah penyeliaan Kementerian Pelancongan yang bertanggungjawab untuk membangun dan mempromosi produk pelancongan Islam di Malaysia. ITC mendefinisikan pelancongan Islam adalah:

“sebagai apa jua aktiviti, acara, pengalaman, atau kelonggaran yang dijalankan dalam keadaan perjalanan yang patuh dengan ajaran Islam, bertujuan untuk mengalami pengalaman cara kehidupan Islam dan mengeksplorasi sejarah, seni, budaya dan warisan Islam”

3. Konsep Pelancongan Islam

Islam bukan sahaja merupakan pegangan agama bagi seseorang malah ia juga merangkumi panduan hidup manusia sepanjang zaman. Pelancongan di dalam Islam merupakan satu ibadah di mana ia perlu dilakukan dengan niat yang baik dan mengelakkan melakukan perkara yang dilarang. Pelancongan Islam juga mempunyai karakteristik tersendiri iaitu fleksibel, rasional, mudah dan seimbang (Laderlah et al., 2011). Terdapat pelbagai pendapat mengenai pelancongan Islam. Konsep pelancongan Islam dilihat masih samar di mana masih tiada konsep yang jelas untuk menyatakan apakah konsep sebenar pelancongan ini (Duman, 2011). Islam dikatakan bergabung dengan kehidupan dan keagamaan (Hashim, Murphy, & Hashim, 2007) di mana pelancongan berkaitan dengan pelbagai aspek di dalam Islam iaitu pelancong melakukan perjalanan kerana mencari keredhaan Allah dan sebagai rekreasi untuk diri mereka (Bhuiyan et al., 2011). Selain itu, pelancongan Islam dilihat sebagai salah satu aktiviti yang dilakukan secara sengaja dengan tujuan menghargai keindahan ciptaan tuhan melalui pemerhatian terhadap tanda, sejarah dan tarikan buatan manusia yang merupakan hadiah paling besar dari tuhan (Din, 1989). Islam juga menggalakkan umatnya untuk mengembara bagi membolehkan mereka menghargai ciptaan Tuhan, mengeratkan silaturrahim dan menimba ilmu seperti yang telah termaktub di dalam ayat Al-Quran Surah Al-Ankabut ayat 20

yang bermaksud “Mengembaralah kamu di muka bumi, serta lihatlah bagaimana Allah akan memulakan ciptaan itu semula (pada hari akhirat) dalam bentuk kejadian yang baru”

Selain itu, konsep pelancongan Islam lebih bercirikan ekonomi, budaya dan keagamaan. Dari segi konsep ekonomi, pelancongan Islam dilihat sebagai medium yang mampu menjalin kerjasama erat di antara institusi kerajaan seluruh dunia. Ia juga dapat meningkatkan aktiviti pelancongan sesama umat Islam di samping turut menyumbang kepada kewujudan destinasi produk pelancongan baru. Manakala dari konsep budaya, pelancongan Islam dapat membantu memelihara dan memulihara produk warisan Islam yang semakin dilupakan di samping turut mewujudkan produk pelancongan baru yang bertemakan ciri-ciri keIslaman. Konsep pelancongan Islam yang berteraskan keagamaan pula adalah di mana pelancongan ini dilakukan untuk memahami agama Islam berasaskan interpretasi dan pemahaman konservatif terhadap Islam. Apabila pemikiran konservatif ini digabungkan dengan kehidupan industri pelancongan yang moden, maka akan wujudlah satu pilihan produk pelancongan yang baru berbeza dari produk yang sedia ada (Al-Hamarneh, 2012; Al-Hamarneh & Steiner, 2004)

Pelancongan Islam juga merupakan pelancongan yang berkonsepkan keagamaan di mana aktiviti yang dilakukan semasa perjalanan adalah bercirikan ajaran Islam seperti larangan kepada alkohol, memelihara solat lima waktu dan mendapatkan makanan Halal sepanjang percutian. Oleh yang demikian, budaya kehidupan masyarakat Islam dapat diketengahkan dengan wujudnya pelancongan Islam (Al-Harmaneh, 2012). Henderson (2003) menyatakan bahawa perjalanan pelancongan Islam adalah bermula apabila umat Islam melakukan perjalanan ke Mekah bagi menunaikan Haji atau Umrah selaras dengan tuntutan rukun Islam yang kelima. Di Malaysia, pelancongan Islam telah dilaksanakan berdasarkan tiga konsep iaitu pelancongan keagamaan, pelancongan budaya dan pelancongan spiritual. Ketiga-tiga konsep ini digabungkan untuk menyediakan tarikan kepada para pelancong. Berbeza dengan negara bukan Muslim, Malaysia dan kebanyakan negara Muslim lain telah dianugerahkan keindahan ciptaan alam semulajadi yang berperanan penting untuk menarik lebih ramai pelancong (Laderlah et al., 2011).

PERBINCANGAN

Malaysia bijak dalam mencari peluang untuk membangunkan industri pelancongan dan pelbagai strategi diatur bagi meningkatkan jumlah kedatangan pelancong dan pendapatan pelancongan setiap tahun. Berdasarkan pada Jadual 1, jumlah kedatangan pelancong dan jumlah pendapatan dari sektor pelancongan dilihat berkembang dengan baik. Walaubagaimanapun, sasaran untuk menerima 25 juta pelancong dan anggaran perolehan RM60 bilion pendapatan pada tahun 2011 tidak tercapai berikutan berlaku pelbagai fenomena dunia seperti tsunami di Jepun, gempa bumi di Indonesia, pergolakan politik di Timur Tengah dan banjir teruk di Thailand. Hal ini telah menyebabkan Malaysia mengalami penurunan pelancong dari Jepun sebanyak tujuh peratus dan 14.8 peratus penurunan dari pelancong Indonesia.

Secara terperinci, Jadual 2 menunjukkan sepuluh penduduk negara antarabangsa tertinggi yang melawat Malaysia. Malaysia menerima pelancong yang ramai dari negara-negara berdekatan seperti Singapura, Indonesia, Thailand dan Brunei diikuti dengan negara-negara Asia lain. Rakyat United Kingdom juga telah memulakan perjalanan ke Malaysia di mana dianggarkan populasi umat Islam Britain akan meningkat lima kali ganda dalam tempoh 40 tahun iaitu dari 1990 sehingga 2030 berikutan faktor migrasi. Faktor migrasi dan kadar kelahiran umat Islam yang tinggi di sana bermaksud seorang dari sepuluh warga British adalah merupakan umat Islam. Jangkaan ini bermakna umat Islam di United Kingdom akan mengatasi jumlah populasi penduduk Islam di Kuwait pada 2030. Hal ini demikian, dapat dilihat bahawa penduduk United Kingdom cenderung untuk perjalanan mereka ke negara-negara Asia yang berkonsepkan pelancongan Islam setelah memenuhi keinginan mereka terhadap tarikan berkonsepkan barat.

Jadual 1. Jumlah Kedatangan Pelancong dan Pendapatan Pelancongan di Malaysia (2001 – 2011)

Tahun	Jumlah Kedatangan (RM/Juta)	Jumlah Pendapatan Pelancongan (RM/Bilion)
2011	24.7	58.7
2010	24.6	56.5
2009	23.6	53.4
2008	22.0	49.5
2007	20.9	46.0
2006	17.5	36.2
2005	16.4	31.9
2004	15.7	29.6

The 9th Regional Symposium of The Malay Archipelago 2012 (SIMPOSIUM NUSANTARA 9 2012)
11-12 December 2012, Perak, MALAYSIA

2003	10.6	21.2
2002	13.3	25.7
2001	12.8	24.2

Sumber: Kementerian Pelancongan Malaysia

Jadual 2. Jumlah Kedatangan Pelancong Berdasarkan Negara (2008 – 2011)

Negara	2008	2009	2010	2011
Singapura	11,003,492	12,733,082	13,042,004	13,372,647
Indonesia	2,428,605	2,405,360	2,506,509	2,134,381
Thailand	1,493,789	1,449,262	1,458,678	1,442,048
Brunei	1,085,115	1,061,357	1,124,406	1,239,404
China	949,864	1,019,756	1,130,261	1,250,536
India	550,738	589,838	690,849	693,056
Australia	427,076	533,382	580,695	558,411
Filipina	397,884	447,470	486,790	362,101
United Kingdom	370,591	435,091	429,965	403,940
Jepun	433,462	395,746	415,881	386,974
JUMLAH	11,003,492	12,733,082	13,042,004	13,372,647

Sumber: Kementerian Pelancongan Malaysia

Perkembangan umat Islam di dunia dilihat semakin pesat di mana peratus perkembangan akan bertambah dua kali ganda berbanding penduduk bukan Islam dengan kadar pertumbuhan 1.5 peratus setiap tahun berbeza 0.7 peratus untuk bukan Islam. Berdasarkan laporan ‘Masa Depan Populasi Islam Global’ pada 2011, meramalkan bahawa penduduk Islam akan meliputi kira-kira 26.4 peratus dari penduduk dunia iaitu 8.3 bilion pada 2030. Meningkatnya taraf ekonomi dan faktor pendidikan merupakan faktor utama yang menyumbang kepada peningkatan ini. Jadual 3 menunjukkan populasi penduduk Islam dunia pada 2011 yang didominasi oleh benua Asia diikuti benua Afrika. Populasi umat Islam dunia yang meliputi 28.73 peratus atau merangkumi 1,977.24 juta penduduk menunjukkan bahawa telah wujud pasaran terhadap pelancongan Islam di sebalik kekaburan terhadap definisi dan konsep permintaan dan penawarannya.

Jadual 3. Jumlah Populasi Penduduk Islam Dunia 2011

Benua	Jumlah Populasi Penduduk (Juta)	Populasi Penduduk Islam (Juta)	Populasi Penduduk Islam (Juta)
Afrika	1051.4	52.39%	554.32
Asia	4239.1	32%	1356.28
Eropah	740.01	7.6%	56.04
Amerika Utara	346.2	2.2%	7.61
Amerika Selatan	595.9	0.41%	2.45
Oceania	37.14	1.5%	0.54
Total	7009.75	28.73%	1977.24

Sumber: www.islamicpopulation.com

Jadual 4 menunjukkan senarai lima negara terkaya dunia pada 2010 yang menerima Kadar Dalam Negara Kasar (KDNK) per kapita tertinggi. Berdasarkan data ini, negara-negara Islam telah mendominasi jumlah KDNK tertinggi yang menyebabkan berlakunya peningkatan terhadap lebihan pendapatan penduduk yang memperlihatkan potensi kehadiran pelancong Islam dari segmen ini. Perolehan KDNK yang tinggi ini juga menunjukkan bahawa pelancongan Islam di dunia mempunyai pasaran yang tinggi dari penduduk di Timur Tengah selari dengan profil pelancongan mereka di mana mereka gemar berbelanja lebih semasa mengunjungi sesebuah destinasi pelancongan.

Jadual 4. Negera Berpendapatan Tinggi 2010

Negara	KDNK per kapita (US Dolar)
Qatar	88,559
Norway	52,013
Brunei	48,892
Emiriah Arab Bersatu	48,821
Kuwait	37,849

Sumber: Dana Kewangan Antarabangsa

4.1 Strategi dan Isu

Malaysia merupakan antara negara yang paling aktif di rantau Asia Tenggara dalam mencari peluang untuk membangunkan pelancongan Islam diikuti dengan Singapura (Henderson, 2010). Oleh yang demikian, pengusaha-pengusaha pelancongan telah berusaha untuk mencari pelbagai peluang bagi membolehkan pelancongan ini berkembang maju di Malaysia selaras dengan peningkatan permintaan terhadap produk pelancongan ini.

Pelancongan di dalam Islam juga amat digalakkan di mana pelancongan bererti mengembara ke sesuatu tempat adalah merupakan aktiviti yang dapat meningkatkan pengetahuan, kreativiti dan daya usaha seseorang dalam menghadapi cabaran hidup. Ini jelas terbukti dengan firman Allah di dalam Al-Quran Surah Ar-Ruum ayat 9 yang menyebut:

“Dan apakah mereka tidak mengadakan perjalanan dan mengembara di muka bumi serta memperhatikan bagaimana akibat (yang di derita) oleh orang-orang sebelum mereka? Orang-orang itu lebih kuat daripada mereka sendiri dan telah mengolah bumi (tanah) serta memakmurkannya lebih banyak daripada apa yang telah mereka memakmurkan. Dan telah datang kepada mereka rasul-rasul mereka dengan membawa bukti-bukti yang nyata. Maka Allah sekali-kali tidak berlaku zalim kepada mereka, akan tetapi merekalah yang berlaku zalim kepada diri sendiri”

Berdasarkan ayat Al-Quran di atas, jelas sekali pelancongan amat digalakkan di dalam Islam yang mana ia dapat memberi manfaat secara keseluruhan. Oleh yang demikian, Persatuan Ejen Pelancongan dan pengembaraan Malaysia (MATTA) telah berusaha keras untuk menjadikan Malaysia sebagai sebuah destinasi pelancongan Islam yang nombor satu di dunia. Dengan wujudnya program-program yang dirancang rapi oleh pihak kerajaan dan swasta untuk menjayakan pelancongan Islam secara lebih meluas dengan menganjurkan acara peringkat antarabangsa seperti Persidangan Antarabangsa Pakej Pelancongan, Haji dan Umrah Muslim 2008 (InConTHU’08), *World Islamic Tourism Mart* (WITM) 2012, *Islamic Fashion Festival* (IFF), *International Halal Showcase* 2011 dan *Regional Seminar on Islamic Tourism* (ReSIT) 2012. Selain itu, penubuhan hotel yang berkonsepkan syariah dan proses pembinaan *Islamic Heritage Trail* di sekitar kawasan Kuala Lumpur merupakan usaha-usaha yang patut diberi sokongan oleh semua pihak (Utusan Malaysia, 2012; WITM Conference 2012). Pengiklanan secara dalam talian yang berkonsepkan Islam juga telah diberi perhatian apabila pengusaha-pengusaha pelancongan telah mula memasukkan elemen-elemen pelancongan Islam seperti waktu solat, rangkaian makanan halal dan petua perjalanan Muslim dan bukan Muslim selaras dengan permintaan pelancong semasa (Hashim et al., 2007)

Selain itu, ITC juga telah melantik satu badan perunding khas untuk membangunkan strategi pembangunan Islam di Malaysia di mana rangka kerja ini akan disiapkan dalam masa enam bulan bermula April 2012 di mana pelan pembangunan strategik ini akan digunapakai sehingga tahun 2020. Pelan pembangunan pelancongan Islam ini akan diwujudkan bagi menyelaraskan dan meningkatkan penambahbaikan terhadap selaras dengan objektif mereka iaitu meningkatkan jumlah pelancong ke Malaysia dan menjadikan Malaysia sebagai pelopor hab pelancongan Islam.

Meskipun strategi bagi menjayakan pelancongan Islam telah dijalankan, namun masih wujud isu terhadap pelaksanaan pelancongan ini. Media masa Barat sering memaparkan publisiti negatif mengenai negara-negara Islam di mana kononnya mengatakan bahawa komuniti Islam merupakan komuniti yang berfikir konservatif kerana telah melarang penggunaan alkohol dan hiburan. Tersebarnya publisiti yang negatif seperti ini telah menjejaskan industri pelancongan di negara-negara Islam. Oleh yang demikian, media tempatan perlu memainkan peranan penting dengan menyampaikan pengetahuan positif yang benar mengenai negara-negara Islam kepada orang awam agar penularan pemikiran sekular ini tidak merebak kepada generasi akan datang yang boleh menjejaskan reputasi baik negara-negara Islam berkenaan.

Selain itu, masih wujud isu penggunaan terma bagi produk pelancongan ini di mana kekeliruan terhadap penggunaan terma yang sesuai masih belum dikenalpasti. Hal ini berikutan pihak berkepentingan, pengusaha-pengusaha mahupun pelancong masih keliru dengan penggunaan terma 'Pelancongan Islam', 'Pelancongan Muslim' atau pun 'Pelancongan Halal'. Kekeliruan ini merupakan salah satu faktor yang penyumbang mengapa barangan kraftangan yang bercirikan Islam dan produk pelancongan ini masih belum dapat dipasarkan sepenuhnya mengikut keperluan dan kehendak pelancong. Sehubungan itu, kerjasama secara holistik perlu mengambil keputusan sepakat terhadap penggunaan terma yang sesuai dan seterusnya promosi terhadap pelancongan ini perlu dilaksanakan secara intensif agar terus mendapat permintaan. Bagi mendapat jawapan kepada persoalan ini juga, kajian yang lebih mendalam perlu dilaksanakan pada masa hadapan.

Keperluan bagi pelancongan Islam yang utama adalah makanan yang Halal. Mendapatkan makanan Halal merupakan salah satu perkara wajib yang perlu dilakukan oleh seorang Muslim tidak kira di mana jua mereka berada. Walaubagaimanapun, masih terdapat agensi pelancongan yang tidak menitikberatkan keperluan pelancong ini di mana mereka membawa pelancong berkenaan ke restoran yang tidak mempunyai sijil Halal walaupun tidak menyediakan alkohol dan khinzir. Ini menunjukkan bahawa masih kurang pengertian sebenar mengenai makanan Halal oleh agensi pelancongan berkenaan di mana mereka juga perlu tahu bahawa setiap daging yang dihidangkan kepada pelanggan perlu disembelih dengan menggunakan kalimah Allah. Berkembangnya pelancongan Islam yang semakin meluas, maka proses untuk mendapatkan makanan Halal bukan lagi merupakan satu masalah besar bagi para pelancong terutama bagi mereka yang turut melancong ke negara-negara Islam

KESIMPULAN

Potensi pelancongan Islam yang semakin berkembang perlu diberi perhatian sewajarnya agar produk ini terus mendapat permintaan ramai bagi meningkatkan lagi pendapatan negara. Malaysia telah mensasarkan 36 juta pelancong asing dijangka akan berkunjung ke negara ini menjelang tahun 2020 dengan anggaran pendapatan pelancongan sebanyak RM168 bilion. Bagi mencapai objektif ini, pendekatan holistik untuk memartabatkan pelancongan Islam perlu dititikberatkan di mana kajian yang lebih mendalam mengenai motivasi pelancong terhadap pelancongan ini perlu diberikan perhatian sewajarnya agar pengusaha-pengusaha pelancongan mempunyai pengetahuan yang jelas bagaimana untuk meningkatkan lagi penawaran mereka agar dapat memenuhi keperluan dan kehendak pelancong.

PENGHARGAAN

Setinggi penghargaan disalurkan kepada Universiti Teknologi Malaysia (UTM) di atas sokongan yang diberikan untuk mendapatkan pelbagai maklumat yang diperlukan bagi meningkatkan mutu kertas kerja ini.

RUJUKAN

Ahmad, H., Jusoh, H., Siwar, C., Buang, A., Shukri, M., & Noor, H. (2011). Pelancongan budaya di Koridor Ekonomi Wilayah pantai Timur (ECER): Isu dan Cabaran , *Malaysian Journal of Society and Space*, 180–189.

Al-Hamarneh (2012), Islamic Tourism: A Long Term Strategy of Tourist Industries in the Arab World After 9/11? <<http://www.staff.unimainz.de/alhamarn/Islamic%20Tourism%20%20paper%20for%20BRISMES%202004.hm>> dicapai pada September 22, 2012.

Al-Hamarneh & Steiner C. (2004), Islamic Tourism: Rethinking the Strategies of Tourism Development in the Arab World after September 11, 2001, *Comparative Studies of South Asia and the Middle East*, 24(1), 173-182.

Bharu, K., Saad, S., & Radzi, M. M. (2011). Urus tadbir sebuah bandaraya Islam Malaysia : Kajian kes di The governance of a Malaysian Islamic city : A case study of Kota Bharu , Kelantan, 3(3), 8–25.

Bhuiyan, A. H., Siwar, C., Ismail, S. M., & Islam, R. (2011). Potentials of Islamic Tourism : A Case Study of Malaysia on East Coast Economic Region, *Journal of Basic and Applied Sciences*, 5(6), 1333–1340.

- Bon M. & Hussain M. (2010), *Tourism in the Muslim World, Bridging Tourism Theory and Practice Emerald Book Chapter: Chapter 4 Halal Food and Tourism: Prospects and Challenges*, 2, 47 -59
- Din, H. (1989). Islam and Tourism: Patterns, Issues, and Options, *Annal of Tourism Research*, 16, 542–563.
- Duman T. (2011). Value of Islamic Tourism Offering: Perspectives from the Turkish Experience, *World Islamic Tourism Forum (WITF, 2011)*, Kuala Lumpur, Malaysia
- Hashim, N. H., Murphy, J., & Hashim, N. M. (2007). Islam and Online Imagery on Malaysian Tourist Destination Websites. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 12(3), 1082–1102.
- Henderson, J. C. (2003). Managing Tourism and Islam in Peninsular Malaysia. *Tourism Management*, 24(4), 447–456.
- Henderson, J. C. (2010). Tourism in The Muslim World, Bridging Tourism Theory and Practice Emerald Book Chapter : Chapter 6 Islam and Tourism: Brunei, Indonesia, Malaysia and Singapore, 2, 75-89.
- İhsanoğlu, P. E. (2009). Comcec And Economic And Commercial Cooperation Among The Oic Member States, (March 1970), 7–28.
- John G.C. Kester (2012), 2011 International Tourism Results and Prospects for 2012, UNWTO World Tourism Barometer, 10.
- Laderlah, S. A., Rahman, S. A., Awang, K., & Man, Y. C. (2011). A Study on Islamic Tourism : A Malaysian Experience, 2nd International Conference on Humanities, Historical and Social Sciences, 17, 184–189.
- Muslim Population in The World, <http://muslimpopulation.com/World/> dicapai pada September 19, 2012
- Nogués-Pedregal, A. M. (2012). Tourism in the Muslim World. *Annals of Tourism Research*, 39(1), 511–513.
- Redzuan O. & Norlida S. (2006). Penentu Utama Permintaan Pelancong Antarabangsa ke Malaysia Dari Pasaran Asia Timur dan Pasifik. *IJMS*, 13(2), 197-216.
- Suhana S. & Masitah R. (2009). Urus tadbir Sesebuah Bandaraya Islam Malaysia: Kajian Kes di Kota Bharu Kelantan. *Malaysian Journal of Society and Space*, 5(3), 8-25.
- Thomas Baunsgaard, Mauricio Villafuerte, Marcos Poplawski-Ribeiro, & Christine Richmond (2012), *Fiscal Frameworks for Resource Rich Developing Countries*, International Monetary Fund.
- Utusan Online (2012) , Sasaran Tarik 15,000 Pengunjung, dicapai pada Mei 10, 2012.
- Utusan Online (2001), Sektor Pelancongan Negara Islam Ditingkat, dicapai pada September 19, 2012.
- World Islamic Tourism Mart Conference (2012), 31st May 2012, PWTC, Kuala Lumpur, Malaysia.