

## Analisis Pengalaman dan Strategi Wisatawan Muslim untuk Mencari Makanan Halal di Vietnam

Salsabila Karimah<sup>1</sup>, Ladiva Mahaputri Fahrudin<sup>2</sup>, Firyal Nazhifa Humaira<sup>3</sup>, Risma Dwi Apriliyana<sup>4</sup>, Halwa Sabrina Rasin Fibahrani<sup>5</sup>, Tedi Supriyadi<sup>6</sup>

Universitas Pendidikan Indonesia<sup>1, 2, 3, 4, 5, 6</sup>

Email: [salbikars@upi.edu](mailto:salbikars@upi.edu)<sup>1</sup>  
[ladvimahaputri@upi.edu](mailto:ladvimahaputri@upi.edu)<sup>2</sup>  
[firyalhumaira07@upi.edu](mailto:firyalhumaira07@upi.edu)<sup>3</sup>  
[rismadwiapr44@upi.edu](mailto:rismadwiapr44@upi.edu)<sup>4</sup>  
[halwa.sabrinal@upi.edu](mailto:halwa.sabrinal@upi.edu)<sup>5</sup>

P-ISSN : 2745-7796

E-ISSN : 2809-7459

**Abstrak.** Penelitian ini berfokus pada menganalisis pengalaman dan strategi yang diterapkan oleh wisatawan Muslim dalam memenuhi kebutuhan makanan halal saat mereka berada di Vietnam, sebuah negara yang mayoritas penduduknya non-Muslim dan memiliki infrastruktur halal yang masih terbatas. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan pendekatan fenomenologis, di mana data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan wisatawan Muslim dari Indonesia yang pernah mengunjungi Vietnam, serta pendapat dari para pemimpin agama atau ulama. Temuan dari penelitian ini mengungkap bahwa para wisatawan menghadapi berbagai tantangan besar, seperti sedikitnya restoran yang memiliki sertifikasi halal, tidak adanya penanda halal yang jelas pada produk makanan, serta masalah dalam komunikasi bahasa. Untuk mengatasi berbagai tantangan ini, wisatawan mengembangkan beberapa strategi adaptif, seperti membawa makanan dari negara asal, memilih makanan vegetarian atau seafood, serta memanfaatkan teknologi digital seperti aplikasi pencarian restoran halal dan platform media sosial. Dukungan dari komunitas Muslim setempat juga berperan sebagai sumber informasi yang signifikan. Studi ini menganjurkan perlunya meningkatkan infrastruktur pariwisata halal di Vietnam melalui pelatihan bagi pelaku industri, sistem sertifikasi halal, dan penyediaan informasi halal yang akurat serta mudah diakses untuk meningkatkan daya saing Vietnam sebagai destinasi wisata halal di tingkat global.

**Kata Kunci:** wisatawan Muslim, makanan halal, Vietnam, strategi adaptasi, pariwisata halal

<http://jurnal.staiddimakassar.ac.id/index.php/aujpsi>

DOI : <https://doi.org/10.55623>

### PENDAHULUAN

Wisatawan Muslim di Vietnam menghadapi kesulitan dalam menemukan makanan halal karena pilihan yang terbatas,

kurangnya sertifikasi yang jelas, dan minimnya kesadaran pelaku usaha lokal terhadap kebutuhan ini (Hariani & Hanafiah, 2024). Kondisi ini dapat mengurangi kenyamanan wisatawan dan membuat

Vietnam kurang menarik sebagai destinasi wisata halal. Jika makanan halal sulit ditemukan wisatawan Muslim dapat merasa kurang leluasa dalam memilih kuliner yang dapat berdampak pada kepuasan mereka selama perjalanan. Jika masalah ini dibiarkan Vietnam berisiko kehilangan peluang besar di tengah meningkatnya tren wisata halal di berbagai negara (Tung, 2020). Untuk mengatasinya pemerintah pelaku industri pariwisata dan komunitas Muslim setempat perlu bekerja sama dalam memperbanyak ketersediaan makanan halal serta memastikan adanya sistem sertifikasi yang lebih jelas. Selain itu pengembangan aplikasi atau panduan digital yang menyediakan informasi tentang lokasi restoran halal dan panduan standar halal bagi pelaku usaha bisa menjadi solusi yang efektif. Penelitian ini bertujuan untuk mencari strategi dalam meningkatkan kenyamanan wisatawan Muslim serta memberikan rekomendasi kebijakan agar Vietnam menjadi destinasi yang lebih ramah bagi wisatawan (Ma, 2024). Dengan berkembangnya tren wisata halal Vietnam perlu menyesuaikan strategi pariwisata agar lebih menarik bagi wisatawan Muslim. Jika akses terhadap makanan halal semakin luas, Vietnam bisa menjadi destinasi wisata yang lebih kompetitif dan mendukung pertumbuhan ekonomi di sektor pariwisata (Ma, 2024).

Ada empat (empat) penelitian yang relevan dengan masalah penelitian ini, menurut penelusuran yang dilakukan dari tahun 2021 hingga tahun 2024 melalui sumber SAGE Journal, Emerald, PMC, dan Google Scholar. Misalnya, penelitian yang dilakukan oleh Ramadhon Saville dan Akhmad Mahbubi pada tahun 2021 di Jepang menyelidiki preferensi wisatawan muslim terhadap makanan yang mereka konsumsi di negara itu, dengan penekanan pada pentingnya ruang sholat dan status halal makanan. (Saville & Mahbubi, 2021) menggunakan desain metode campuran yang menggabungkan survei kuantitatif dengan

386 orang yang disurvei dan wawancara mendalam dengan 12 orang. Studi menunjukkan bahwa wisatawan Muslim di Jepang cenderung memilih tempat makan yang memiliki ruang salat meskipun makanannya tidak bersertifikat halal, selama tempat tersebut tetap ramah Muslim. Hasil ini dapat bermanfaat bagi perusahaan Jepang yang bekerja dalam industri makanan dan pariwisata yang ingin menarik lebih banyak wisatawan Muslim.

Karena itu, penelitian yang dilakukan oleh (Adham et al., 2024) hanya melihat aspek wisata halal di destinasi pulau, terutama Maladewa. Studi ini berfokus pada pengalaman wisatawan Muslim di ekosistem wisata halal yang telah berkembang, tetapi belum mempelajari cara wisatawan Muslim dapat menyesuaikan diri untuk mencari makanan halal di negara dengan mayoritas penduduknya tidak Muslim seperti Vietnam. Selanjutnya, penelitian (Matta, 2021) hanya berfokus pada bagaimana makanan dapat mengubah sosial dan identitas nasional di Peru. Namun, penelitian tersebut tidak menyelidiki masalah khusus yang dihadapi wisatawan Muslim saat mencari makanan halal di tempat-tempat yang tidak memiliki infrastruktur halal yang baik, seperti Vietnam. Selanjutnya, (Saville & Mahbubi, 2021) hanya menyelidiki preferensi makanan wisatawan Muslim di Jepang, dengan fokus utama pada ketersediaan tempat salat dan restoran halal di sana. Namun, penelitian ini belum menyelidiki strategi yang dapat diterapkan oleh wisatawan Muslim ketika makanan halal sulit ditemukan, seperti di Vietnam. Terakhir, penelitian yang dilakukan oleh (Janah et al., 2022) hanya membahas strategi pengembangan kuliner halal tradisional di era modern dan berkonsentrasi pada cara memasarkan dan bersaing dengan produk halal di industri kuliner. Tidak ada hubungannya dengan bagaimana wisatawan Muslim mengubah cara mereka mengonsumsi makanan halal ketika mereka mengunjungi negara yang tidak memiliki

warga Muslim. Berbeda dengan penelitian sebelumnya, yang berfokus pada analisis pengalaman dan strategi adaptasi wisatawan Muslim saat mencari makanan halal di Vietnam, penelitian ini secara khusus mengeksplorasi bagaimana wisatawan Muslim menghadapi keterbatasan makanan halal, bagaimana mereka menggunakan strategi untuk memastikan bahwa mereka makan makanan dengan cara yang sesuai dengan syariat Islam, dan masalah dan solusi yang mereka temui selama perjalanan mereka.

### **METODE**

Untuk memahami pengalaman subjektif wisatawan Muslim yang mencari makanan halal di Vietnam, desain penelitian yang digunakan adalah pendekatan fenomenologi. Metode ini memungkinkan analisis menyeluruh tentang arti yang diberikan oleh partisipan terhadap pengalaman mereka dengan mencari makanan halal dan strategi adaptasi wisatawan. Studi (Saville & Mahbubi, 2021) adalah referensi untuk desain ini, yang juga menggunakan pendekatan eksploratif untuk menentukan preferensi pengunjung Muslim untuk makanan halal di Jepang. Wisatawan muslim yang pernah melakukan perjalanan ke Vietnam, tokoh agama, dan ahli pariwisata adalah peserta penelitian. Sembilan peserta dari Indonesia berusia antara 30 dan 60 tahun. Partisipan berbicara berbagai bahasa, terutama bahasa Inggris, dan memiliki pemahaman tentang konsep halal dalam konsumsi makanan. Mereka berasal dari berbagai latar belakang ekonomi, sosial, dan budaya. Sebelum wawancara, peserta akan diberikan informed consent. Mereka juga dapat memilih untuk tetap anonim atau tidak.

Menurut pendekatan fenomenologi, proses penelitian terdiri dari beberapa tahap:

#### **Perencanaan dan Persiapan**

Membuat pedoman wawancara yang didasarkan pada pengalaman hidup partisipan. Partisipan dipilih melalui metode purposive sampling, dengan penekanan pada mereka

yang telah memiliki pengalaman yang signifikan dalam mencari makanan halal di Vietnam. Semua partisipan diberikan surat izin dan persetujuan tertulis.

#### **Pengumpulan Informasi**

Wisatawan Muslim yang pernah berkunjung ke Vietnam diwawancarai secara langsung di Indonesia. Setiap wawancara dilakukan dengan teknik semi-terstruktur dengan pertanyaan terbuka yang mengeksplorasi pengalaman dan perasaan partisipan saat mencari makanan halal dan direkam dengan persetujuan mereka. Waktu wawancara berkisar antara 30 dan 60 menit.

#### **Analisis Data (Metode Fenomenologi Analisis Fenomenologi Interpretatif atau IPA)**

Transkripsi langsung dari wawancara. Pengodean tematik untuk menemukan pola pengalaman wisatawan dan cara mereka dapat mengakomodasi. Reduksi fenomenologi: Menggabungkan pengalaman serupa dan mencari makna mendalam dari pengalaman peserta.

### **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Membuat deskripsi penting dari pengalaman wisatawan Muslim dengan mencari makanan halal di Vietnam dan validasi hasil melalui peninjauan anggota dengan peserta. Penelitian wawancara dilakukan di Indonesia, di tempat yang nyaman bagi partisipan kafe, rumah, atau ruang kerja bersama sehingga mereka dapat masuk dengan mudah tanpa harus pergi ke Vietnam. Ini memungkinkan partisipan untuk berpikir lebih jauh setelah perjalanan. Metode pengumpulan data dengan melakukan wawancara mendalam dengan menggunakan perangkat perekam suara, seperti ponsel atau rekaman. Wawancara mendalam memberikan fleksibilitas bagi partisipan untuk berbagi pengalaman mereka tanpa batasan struktural, yang memungkinkan eksplorasi pengalaman secara personal dan mendalam sesuai dengan tujuan penelitian untuk memahami

pengalaman wisatawan Muslim. Dengan teknik ini, penelitian dapat mempelajari lebih lanjut tentang bagaimana wisatawan Muslim mengalami, memahami, dan mengatasi kesulitan menemukan makanan halal saat berlibur ke Vietnam.

### Keterbatasan Akses terhadap Makanan Halal

Di Vietnam, jumlah restoran yang memiliki sertifikasi halal masih sangat sedikit dan umumnya hanya tersedia di kota-kota besar seperti Ho Chi Minh. Banyak tempat makan yang tidak menyediakan penanda halal atau keterangan “no pork, no lard”, yang mengakibatkan keraguan bagi pengunjung Muslim. Kondisi ini menjadikan pencarian makanan halal sebagai tantangan besar saat berwisata. Hal ini dibuktikan oleh beberapa pernyataan dari narasumber.

Menurut narasumber pertama, jumlah restoran halal yang terbatas dan kurangnya label halal atau keterangan “no pork no lard” di berbagai tempat makan memaksanya untuk membawa makanan dari negaranya, memilih tempat makan seafood atau vegetarian, dan menggunakan aplikasi penerjemah serta media sosial untuk memastikan kehalalan makanan yang dikonsumsi. Ia merasa bahwa Thailand lebih mendukung wisatawan Muslim dalam hal penyediaan makanan halal. Narasumber tersebut merekomendasikan agar wisatawan Muslim yang berkunjung ke Vietnam waspada dalam memilih makanan serta mendorong pemerintah setempat untuk meningkatkan fasilitas wisata halal melalui program pelatihan, sertifikasi, dan memberikan informasi yang lebih jelas dalam sektor kuliner.

Narasumber kedua menyatakan bahwa terbatasnya akses terhadap makanan halal di Vietnam disebabkan oleh populasi Muslim yang sangat kecil, sehingga restoran halal dan tempat ibadah sulit ditemukan, terutama

di luar kota besar seperti Ho Chi Minh dan Hanoi. Untuk mengatasi masalah ini, wisatawan Muslim biasanya memilih makanan yang lebih aman seperti seafood, sayuran, atau vegetarian, serta memesan dari restoran Muslim yang biasanya dekat dengan masjid. Informasi terkait restoran halal didapatkan melalui jaringan sesama pemandu wisata, pencarian online, dan konfirmasi langsung kepada restoran tersebut.

Berdasarkan pernyataan-pernyataan tersebut, dapat disimpulkan bahwa keadaan terbatas dalam akses terhadap makanan halal di Vietnam disebabkan oleh jumlah populasi Muslim yang sangat kecil, sehingga menyebabkan sedikitnya restoran yang memiliki sertifikasi halal dan informasi mengenai “no pork, no lard” yang menimbulkan keraguan bagi para wisatawan Muslim. (Mohd Amin et al., 2020). Para wisatawan Muslim mengatasi masalah ini dengan membawa makanan dari negara asal mereka, memilih hidangan laut atau vegetarian, serta menggunakan aplikasi penerjemah dan sosial media untuk memastikan kehalalan makanan. Ketersediaan makanan halal menjadi faktor penting bagi wisatawan Muslim dalam menentukan destinasi perjalanan, oleh karena itu negara yang memiliki fasilitas terbatas seperti Vietnam perlu meningkatkan layanan ini untuk menarik pasar Muslim (Said et al., 2022). Hal ini menekankan bahwa persepsi mengenai keamanan makanan halal sangat berpengaruh terhadap kepuasan perjalanan wisatawan Muslim, terutama di negara-negara yang bukan mayoritas Muslim seperti Vietnam yang masih menghadapi kekurangan dalam sertifikasi dan penandaan (Idris et al., 2025). Laporan terbaru dari Global Muslim Travel Index mengonfirmasi bahwa Vietnam perlu mengembangkan infrastruktur pariwisata halal yang lebih menyeluruh untuk mendukung pertumbuhan pasar pariwisata halal global.

## Strategi dan Adaptasi Wisatawan Muslim

Para pelancong Muslim menerapkan berbagai pendekatan, seperti membawa makanan siap saji dari Indonesia, memilih pilihan vegetarian, atau memasak di tempat tinggal mereka. Mereka juga sering memanfaatkan jaringan komunitas Muslim setempat dan diaspora Indonesia untuk mendapatkan informasi dan membantu. Penyesuaian ini memungkinkan mereka untuk tetap menjalankan prinsip kehalalan meskipun berada dalam situasi yang tidak mendukung.

Menurut narasumber ketiga, pendekatan dan penyesuaian menjadi aspek krusial bagi para pelancong Muslim ketika menghadapi keterbatasan makanan halal di Vietnam. Dalam perjalanan singkat yang tiba-tiba, dia mengandalkan saran dari agen setempat dan memilih untuk mengonsumsi makanan yang aman seperti telur, sayuran, dan seafood, meskipun masih meragukan kehalalannya. Dia merekomendasikan kepada pelancong Muslim untuk membawa makanan dari rumah, menjadi vegan untuk sementara waktu, atau membawa makanan instan guna memastikan keamanan konsumsi. Dia juga menggarisbawahi pentingnya peningkatan fasilitas halal oleh pemerintah dan pelaku industri pariwisata untuk meningkatkan kenyamanan pelancong Muslim.

Menurut narasumber yang keempat, wisatawan Muslim yang melakukan perjalanan di Vietnam menerapkan berbagai metode untuk menemukan makanan halal. Mereka mengunjungi tempat-tempat yang ramah Muslim seperti Moeslim Street di Pasar Ben Thanh dan memanfaatkan teknologi seperti Google, TikTok, serta platform media sosial untuk mendapatkan informasi. Selain itu, mereka juga bertanya kepada warga setempat atau pemandu wisata dan memilih hidangan campuran seperti masakan India atau Timur Tengah, serta

makanan laut, dengan memastikan tidak ada bahan yang tidak halal. Beberapa wisatawan memilih untuk membawa bahan makanan sendiri atau memasak agar bisa memastikan kehalalan. Proses penilaian terhadap kehalalan makanan dilakukan dengan memeriksa label, menanyakan tentang bahan-bahan, dan memastikan bahwa peralatan masak terpisah, yang menunjukkan bagaimana teknologi dan dukungan komunitas membantu dalam adaptasi terhadap makanan halal saat berwisata.

Berdasarkan pernyataan tersebut, kita dapat menyimpulkan bahwa wisatawan Muslim yang datang ke Vietnam menghadapi beberapa kesulitan dalam menemukan makanan halal. Hal ini disebabkan oleh jumlah restoran bersertifikat halal yang terbatas dan kurangnya tanda yang jelas pada produk makanan. Untuk mengatasi masalah ini, mereka mengadopsi berbagai cara seperti membawa makanan instan dari Indonesia, memasak sendiri, memilih hidangan vegetarian atau makanan laut, serta menggunakan teknologi seperti Google dan media sosial untuk mencari informasi dan rekomendasi. Selain itu, mereka menggantungkan diri pada dukungan dari komunitas Muslim lokal dan diaspora Indonesia untuk mendapatkan informasi yang dapat dipercaya. Pendekatan ini sejalan dengan temuan yang dikemukakan oleh (Aimon et al., 2023), yang menyoroti pentingnya rasa aman terkait konsumsi halal bagi wisatawan Muslim guna meningkatkan kepuasan selama perjalanan. Selain itu, (Arintyas & Budiman, 2023) menjelaskan bahwa pengembangan pariwisata halal juga harus mengintegrasikan representasi identitas Muslim serta nilai-nilai multikultural dalam layanan pariwisata. Dukungan dari kebijakan dan sistem sertifikasi halal yang terpercaya, seperti yang diungkapkan oleh (Auliya Izzah Hasanah et al., 2021) dalam penelitian mereka tentang Jepang, juga menjadi hal yang sangat penting dalam mendorong pertumbuhan wisata halal di negara dengan

populasi Muslim yang minoritas seperti Vietnam.

### Peran Teknologi dan Media Sosial

Platform digital seperti Google, TikTok, dan AI dimanfaatkan secara aktif oleh pelancong Muslim untuk mencari dan memastikan kehalalan tempat makan. Aplikasi penerjemahan juga mendukung mereka dalam memahami menu atau berinteraksi dengan staf restoran. Teknologi menawarkan akses informasi yang praktis, meskipun tetap diperlukan pengecekan langsung untuk mengonfirmasi kehalalan makanan.

Berdasarkan narasumber kelima, para pelancong menggunakan beragam platform digital, termasuk Google, AI, TikTok, dan blog perjalanan, untuk menemukan lokasi restoran halal atau tempat makan yang sesuai dengan preferensi mereka. Teknologi memungkinkan pencarian yang lebih efektif, meskipun kadang terdapat masalah bahasa dalam berkomunikasi dengan warga lokal. Media sosial juga memberikan ulasan serta rekomendasi dari pengunjung sebelumnya, yang meningkatkan ketersediaan informasi yang dapat diandalkan. Pemandu wisata yang berpengalaman dalam kelompok juga membantu pencarian makanan halal dengan memberikan saran yang lebih spesifik. Walaupun teknologi memiliki peran penting, pengecekan langsung terhadap restoran dan bahan makanan tetap penting, seperti mencari label halal atau menanyakan tentang metode memasak dan pemisahan peralatan dapur, agar dapat memastikan kehalalan dari produk yang dimakan. Ini menunjukkan bahwa teknologi dan media sosial tidak hanya mempercepat pencarian informasi, tetapi juga mempermudah pelancong dalam merencanakan perjalanan dengan lebih cermat dan aman.

Wisatawan Muslim saat ini semakin bergantung pada teknologi digital seperti Google, TikTok, dan kecerdasan buatan (AI) untuk mencari serta memverifikasi tempat makan halal saat melakukan perjalanan. Aplikasi penerjemah juga membantu mereka dalam membaca menu atau berkomunikasi dengan pelayan restoran, sehingga mengurangi hambatan bahasa. Seperti yang diungkapkan oleh (Azam et al., 2024) para pelancong yang memperhatikan halal bisa menemukan informasi menyeluruh di platform digital, yang menunjukkan bahwa digitalisasi memberikan akses yang luas terhadap data yang relevan dan terpercaya bagi wisatawan Muslim. Selain itu, media sosial memainkan peranan penting, bukan hanya sebagai alat pencarian, tetapi juga sebagai tempat untuk berbagi pengalaman dan ulasan dari pengunjung lain yang telah pergi ke lokasi serupa. Bahkan, (Challenges, 2024) menyatakan bahwa “media sosial memiliki efek positif dan signifikan pada pemasaran pariwisata halal ke pasar internasional,” menegaskan dampak besar dari media sosial dalam memperluas distribusi informasi halal. Walaupun teknologi memberikan dukungan yang signifikan, para wisatawan tetap perlu memverifikasi secara langsung melalui label halal atau bertanya kepada staf restoran mengenai bahan serta proses memasak, sebagaimana dijelaskan oleh (Alty et al., 2024) bahwa wisatawan Muslim mungkin merasa tidak nyaman dengan kebutuhan halal mereka yang tidak terpenuhi ketika mengunjungi tempat-tempat tanpa fasilitas ramah Muslim yang memadai. Ini menunjukkan bahwa kombinasi antara kemajuan teknologi dan konfirmasi langsung di lokasi menjadi kunci dalam memastikan kehalalan konsumsi selama perjalanan.

Pentingnya Perencanaan dan Edukasi Sebelum Perjalanan

Sebelum berangkat ke Vietnam, sangat disarankan untuk melakukan perencanaan yang baik, terutama dalam memilih opsi makanan halal. Memahami kondisi setempat serta mengetahui bahan-bahan yang sering digunakan dalam masakan Vietnam merupakan aspek yang sangat krusial. Wisatawan yang lebih mempersiapkan diri biasanya merasakan ketenangan dan kepuasan yang lebih tinggi selama perjalanan mereka.

Menurut narasumber enam, persiapan yang matang dan informasi sebelum berangkat memiliki peranan penting bagi wisatawan Muslim yang akan ke Vietnam, khususnya terkait dengan akses terhadap makanan halal. Mengingat bahwa banyak restoran di Vietnam tidak memiliki label halal dan beberapa makanan mungkin mengandung bahan haram, seperti daging babi atau minyak tanpa kepastian halal, wisatawan Muslim memerlukan langkah-langkah persiapan yang lebih. Agen perjalanan biasanya melakukan penelitian dan membangun hubungan dengan restoran yang dijalankan oleh komunitas Muslim setempat atau tenaga kerja Indonesia yang dapat dipercaya untuk menyediakan makanan halal. Selain itu, wisatawan disarankan untuk membawa bekal dari Indonesia sebagai langkah preventif. Memberikan informasi kepada peserta tur mengenai situasi di lapangan dan pentingnya membawa makanan sendiri adalah elemen yang vital untuk memastikan kenyamanan selama perjalanan.

Dari pernyataan tersebut, bisa disimpulkan bahwa persiapan yang baik dan informasi yang tepat sebelum berangkat sangat penting untuk wisatawan Muslim yang pergi ke Vietnam, terkait dengan ketersediaan makanan halal (Sandy et al., 2023). Tindakan ekstra, seperti menjalin kemitraan dengan restoran yang dikelola oleh komunitas Muslim lokal dan membawa makanan dari Indonesia, sangat dianjurkan untuk menjamin kehalalan makanan yang

akan dikonsumsi. Selain itu, pengetahuan mengenai keadaan lokal dan bahan-bahan yang umum digunakan dalam kuliner Vietnam dapat membuat wisatawan Muslim merasa lebih nyaman dan puas selama perjalanan (Hall et al., 2022). Perencanaan yang baik dan pemahaman yang cukup tentang kondisi lokal, terutama yang berkaitan dengan akses terhadap makanan halal, akan memudahkan wisatawan dalam menjaga prinsip kehalalan saat berwisata (Said et al., 2022).

### Dimensi Spiritual dan Pengetahuan Agama

Kesadaran akan spiritualitas dan penguasaan agama menjadi landasan utama dalam memastikan konsumsi halal saat bepergian ke luar negeri. Banyak pelancong cenderung menjauhi makanan yang tidak jelas dan berusaha menggali informasi mendalam sebelum mengonsumsinya. Mereka menyadari bahwa menjaga kehalalan tidak hanya berfokus pada makanan, tetapi juga sebagai bentuk kepatuhan dalam menjalani ibadah sehari-hari.

Menurut narasumber tujuh, aspek spiritual dan pemahaman agama memiliki peranan vital dalam mempertahankan kehalalan makanan bagi wisatawan Muslim, khususnya ketika berkunjung ke negara-negara non-Muslim seperti Vietnam. Pengetahuan yang mendalam mengenai sumber makanan, metode penyembelihan, dan kadar kebersihan sangat penting untuk memastikan bahwa makanan yang dikonsumsi sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Meskipun ada tantangan yang dihadapi, Islam menawarkan keringanan (rukhsah) dalam situasi darurat atau ketidaktahuan yang tidak disengaja, yang memberi ruang bagi seorang Muslim untuk tetap berpegang pada prinsipnya. Oleh karena itu, pemahaman agama yang

mendalam dan kekuatan spiritual sangat diperlukan agar seorang Muslim tetap konsisten dalam menjaga prinsip kehalalan, bahkan di luar negeri. Informasi melalui media sosial bisa sangat membantu, tetapi verifikasi melalui pertanyaan dan pencarian yang lebih mendalam tetap menjadi hal yang sangat penting. Sikap hati-hati dan keberanian untuk mengekspresikan identitas sebagai Muslim juga merupakan elemen kunci dalam menjamin kehalalan makanan selama perjalanan.

Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa kesadaran spiritual dan pengetahuan agama sangat berperan penting bagi wisatawan Muslim dalam menjaga konsumsi halal ketika berada di negara-negara non-Muslim (Aminudin, 2020). Pemahaman yang mendalam terhadap asal makanan, metode penyembelihan, dan kebersihan dari najis menjadi hal esensial untuk memastikan kehalalan dalam apa yang dikonsumsi (Auliya Izzah Hasanah et al., 2021). Meskipun dihadapkan pada tantangan, Islam memberikan keringanan dalam kondisi darurat atau ketidaktahuan yang tidak disengaja (Mahmudin, 2022). Oleh karena itu, pengetahuan agama yang mendalam dan spiritualitas yang kuat sangat dibutuhkan agar seorang Muslim tetap berpegang teguh pada prinsip kehalalan, meskipun di luar negeri. Media sosial dapat menjadi salah satu jalur informasi, tetapi konfirmasi langsung dan sikap hati-hati tetap menjadi bagian yang krusial.

### KESIMPULAN

Berdasarkan pernyataan-pernyataan tersebut dapat disimpulkan bahwa wisatawan Muslim menghadapi tantangan besar terkait akses terbatas terhadap makanan halal di Vietnam yang disebabkan oleh populasi Muslim yang sangat kecil (Aminudin, 2020). Oleh karena itu, para pelancong Muslim mengembangkan berbagai strategi adaptif, seperti membawa makanan dari negara asal, memilih menu makanan laut atau vegetarian,

serta memanfaatkan teknologi digital dan media sosial untuk mencari restoran halal yang terpercaya (Aimon et al., 2023; Azam et al., 2024). Perencanaan yang matang dan edukasi sebelum melakukan perjalanan sangat penting, termasuk membangun kemitraan dengan restoran yang dikelola oleh komunitas Muslim lokal serta membawa makanan ringan dari Indonesia, untuk memastikan kehalalan selama berwisata (Hall et al., 2022; Sandy et al., 2023). Kesadaran akan spiritualitas dan pemahaman agama juga berperan penting dalam mempertahankan prinsip kehalalan, dengan pengetahuan tentang asal-usul makanan, metode penyembelihan, dan kebersihan, meskipun Islam memberikan fleksibilitas dalam situasi darurat (Aminudin, 2020; Auliya Izzah Hasanah et al., 2021). Tantangan ini pun memerlukan perhatian dari pemerintah Vietnam untuk mengembangkan sistem pariwisata halal yang lebih holistik, mencakup pelatihan, sertifikasi, dan penyampaian informasi yang jelas dalam sektor kuliner, untuk mendukung pertumbuhan pasar pariwisata halal secara global (Mohd Amin et al., 2020; Said et al., 2022)

### DAFTAR PUSTAKA

- Aimon, H., Zulvianti, N., & Abror. (2023). Do Sustainable Tourism Development, Psychological Safety, and Halal Friendly Destination Performance Lead to Tourist Electronic Word of Mouth? the Role of Tourist Satisfaction. *International Journal of Sustainable Development and Planning*, 18(4), 1167–1178. <https://doi.org/10.18280/ijstdp.180421>
- Alty, F., Sumarjan, N., & Suhartanto, D. (2024). Developing Muslim Tourist Satisfaction Through Their Sense of Community. 6(2), 202–213. <https://doi.org/10.35313/ijabr.v6i02.305>
- Aminudin, A. (2020). Urgensi Tasawuf dalam Membangkitkan Kesadaran Spiritual Bagi Masyarakat Modern. *Farabi*, 17(2), 91–104. <https://doi.org/10.30603/jf.v17i2.1792>
- Arintyas, A. P. R. D. A., & Budiman, R. C. P. (2023). Halal Tourism Towards Equity Representation of Multicultural Identity and Human Development. *Jurnal Kepariwisata: Destinasi, Hospitalitas Dan Perjalanan*, 7(2), 154–166.

## Analisis Pengalaman dan Strategi Wisatawan Muslim untuk Mencari Makanan Halal di Vietnam

*Salsabila Karimah, Ladiva Mahaputri Fahrudin, Firyal Nazhifa Humaira, Risma Dwi Apriliyana, Halwa Sabrina Rasin Fibahrani, Tedi Supriyadi*

- <https://doi.org/10.34013/jk.v7i2.1246>
- Auliya Izzah Hasanah, Rizka Fauziah, & Rachmad Risqy Kurniawan, SEI, M. (2021). Konsep Makanan Halal Dan Thayyib Dalam Perspektif Al-Qur'an Auliya Izzah Hasanah. *Ulumul Qur'an: Jurnal Ilmu Al-Qur'an Dan Tafsir*, x, 10.
- Azam, M. S. E., Muflih, B. K., & Al Haq, M. A. (2024). Intersection Between Modern Technologies and Halal Tourism. *The Journal of Muamalat and Islamic Finance Research*, June, 16–31. <https://doi.org/10.33102/jmifr.546>
- Challenges, M. (2024). The Role of Social Media in Marketing Tourism Halal to the International. 3, 178–190.
- Hall, C. M., Seyfi, S., & Rasoolimanesh, S. M. (2022). Muslim travel cultures. In *Contemporary Muslim Travel Cultures*. Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781003036296-2>
- Hariani, D., & Hanafiah, M. H. (2024). The competitiveness, challenges and opportunities to accommodate the Halal tourism market: a Sharia-law tourism destination perspectives. *Journal of Islamic Marketing*, 15(3), 919–942. <https://doi.org/10.1108/JIMA-05-2023-0147>
- Idris, R., Tareq, M. A., Fatimahwati, S., Dato, P., & Sumardi, W. H. (2025). The Halal Industry in Asia.
- Janah, R., Asma, & Adinugraha, H. H. (2022). Opportunities And Strategies For Traditional Halal Culinary In Modern Times. *JEKSYAH (Islamic Economics Journal)*, 2(01), 23–39. <https://doi.org/10.54045/jeksyah.v2i01.54>
- Ma, X. V. (2024). Sustainable Tourism in Vietnam: Current Situation and Future Challenges. 38. [https://www.academia.edu/37693604/SUSTAINABLE\\_TOURISM\\_IN\\_VIETNAM\\_CURRENT\\_SITUATION\\_AND\\_FUTURE\\_CHALLENGES](https://www.academia.edu/37693604/SUSTAINABLE_TOURISM_IN_VIETNAM_CURRENT_SITUATION_AND_FUTURE_CHALLENGES)
- Mahmudin, M. (2022). Kriteria (Rukhsah) Kemudahan Dalam Syariat. *Al-Sulthaniyah*, 10(2), 32–43. <https://doi.org/10.37567/al-sulthaniyah.v10i2.1293>
- Matta, R. (2021). Food for social change in Peru: Narrative and performance of the culinary nation. *Sociological Review*, 69(3), 520–537. <https://doi.org/10.1177/00380261211008802>
- Mohd Amin, A., 'Uyuna, Zakaria, Z., & Abdul Rahim, A. (2020). Halal Certification of Korean Food in Malaysia: The Challenges and Steps Ahead. *The Journal of Muamalat and Islamic Finance Research*, 17(2), 61–74. <https://doi.org/10.33102/jmifr.v17i2.294>
- Said, M. F., Adham, K. A., Muhamad, N. S., & Sulaiman, S. (2022). Exploring halal tourism in Muslim-minority countries: Muslim travellers' needs and concerns. *Journal of Islamic Marketing*, 13(4), 824–842. <https://doi.org/10.1108/JIMA-07-2020-0202>
- Sandy, R. A., Iqbal, M., & Muin, A. (2023). The Impact of Halal Tourism on the Economy of Communities Around Tourism Objects. *Laa Maisyir*, 10(1), 57–70.
- Saville, R., & Mahbubi, A. (2021). Assessing Muslim travellers' preferences regarding food in Japan using conjoint analysis: An exploratory study on the importance of prayer room availability and halalness. *Heliyon*, 7(5), e07073. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2021.e07073>
- Tung, L. T. (2020). Tourism development in Vietnam: New strategy for a sustainable pathway. *Geojournal of Tourism and Geosites*, 31(3), 1174–1179. <https://doi.org/10.30892/GTG.31332-555>