

# Template Memandu Muslim Traveler Dalam Pengembangan Pariwisata Daerah

Sebagai negara berpenduduk muslim terbesar di dunia mestinya Indonesia menjadi pusat Pariwisata Halal Dunia.

**Pertumbuhan wisata halal dunia rata-rata 27 persen per tahun, jauh lebih tinggi dibanding pertumbuhan sektor wisata dunia yang hanya tumbuh 6,4 persen.**

Sejak sekitar 10 tahun terakhir, terjadi *booming* pertumbuhan wisatawan muslim di dunia. Hal itu ditunjukkan data Global Muslim Travel Index (GMTI) yang dilansir The Mastercard dan CrescentRating April 2019 lalu. Berdasarkan data itu, pada 2010 jumlah wisatawan muslim di dunia mencapai 98 juta pelancong, naik cukup tajam dibanding 2000 yang baru mencapai 25 juta wisatawan. Kemudian, pada 2018 pertumbuhan angka itu kembali melesat menjadi 140 juta wisatawan muslim.

Setelah itu, pada 2020 jumlah pelancong muslim diperkirakan

tumbuh menjadi 160 juta wisatawan dan pada 2026 akan mencapai angka 230 juta wisatawan muslim. Tahun itu, wisatawan muslim diproyeksi akan memberi kontribusi sebesar US\$ 300 miliar kepada perekonomian global.

Pertumbuhan wisata halal sebesar rata-rata 27 persen per tahun ini, jauh lebih tinggi dan lebih menjanjikan dibanding pertumbuhan sektor wisata dunia yang menurut data dari The World Travel & Tourism Council (WTTC) hanya bisa tumbuh sekitar 6,4 persen per tahun. Itu sebabnya, banyak negara berupaya serius untuk menangkap potensi wisata halal ini, termasuk Indonesia.

Template Memandu Muslim Traveler Dalam Pengembangan Pariwisata Daerah



Template Memandu  
**Muslim  
Traveler**  
Dalam Pengembangan  
**Pariwisata  
Daerah**

*Halaman ini sengaja dikosongkan*



## KATA PENGANTAR DIREKTUR EKSEKUTIF KNEKS

Ventje Rahardjo

*Bismillahirrahmanirrahiim*

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakaatuh*

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah subhana wa ta'ala yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya kepada kita semua. Shalawat beriring salam juga kita haturkan kepada junjungan kita, Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam, yang telah membimbing kita dalam segala aspek kehidupan, termasuk kegiatan ekonomi dan bisnis yang sangat dekat dan tak terpisahkan dengan kehidupan kita.

Indonesia merupakan negara berpenduduk keempat terbesar di dunia yang secara demografis didominasi oleh penduduk muslim. Sebagai negara dengan jumlah populasi muslim terbesar, Indonesia merupakan pasar yang sangat potensial bagi ekonomi syariah dan industri halal dunia, sekaligus juga berpotensi besar untuk menjadi pemain kunci dan produsen yang diharapkan bisa mendominasi pasar domestiknya sendiri dan pasar dunia. Potensi besar ini perlu terus dikembangkan dengan baik agar dapat memberikan kontribusi nilai tambah bagi perekonomian, memperkuat ketahanan ekonomi, serta mendorong pertumbuhan ekonomi Indonesia. Salah satu langkah dalam rangka mewujudkan agenda tersebut adalah mendorong pengembangan pariwisata ramah muslim (*muslim friendly*) di Indonesia, dimana sektor pariwisata merupakan sektor yang bisa menjadi lokomotif untuk menarik perkembangan sektor ekonomi syariah dan industri halal lainnya. Faktor populasi muslim terbesar, keindahan alam, keragaman budaya dan lainnya, sudah selayaknya bisa diolah dan ditata menjadi modal dasar yang kuat bagi bangsa ini untuk menjadi pemain utama dalam pariwisata ramah muslim di dunia.

Pariwisata ramah muslim merupakan konsep yang inklusif dimana layanan tambahan (*extended service*) yang diberikan adalah untuk bisa memberikan layanan lebih luas kepada pasar sehingga juga mampu mengakomodasi kebutuhan khas wisatawan muslim di dalamnya, namun disisi lain semua layanan tambahan tersebut juga bisa dinikmati oleh seluruh segmen wisatawan dengan berbagai latar belakang. Kami sangat menyadari, pengembangan pariwisata ramah muslim tentunya diimplementasikan selaras dengan *genre* pariwisata yang sudah berjalan. Pelaksanaannya dapat bergerak simultan & harmoni bersama aktivitas pariwisata Indonesia secara umum dimana layanan tambahan yang diberikan tetap terjaga dalam bingkai inklusifitas tanpa mengganggu roda aktivitas pariwisata yang sudah berjalan selama ini. Dengan langkah ini, diharapkan Indonesia akan mampu mengakomodasi dengan baik tren gaya hidup halal yang sedang berkembang di dunia, seiring dengan usaha menata dunia pariwisata Indonesia secara umum yang terus berjalan.

Dalam rangka mewujudkan pariwisata ramah muslim secara baik dan tepat, maka diharapkan dengan adanya “*Template Memandu Muslim Traveler dalam Pengembangan Pariwisata Daerah*” yang telah disusun oleh Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (KNEKS) dengan menggandeng Tim Percepatan & Pengembangan Pariwisata Halal (TP3H) Kementerian Pariwisata Republik Indonesia ini bisa menjadi rujukan bagi para pelaku industri pariwisata, pemerintah daerah, dan pemangku kepentingan lainnya dalam mengembangkan pariwisata ramah muslim. Buku ini memuat informasi mengenai pariwisata ramah muslim beserta aspek-aspek penting yang perlu mendapatkan perhatian dalam pengembangannya, juga disertai sebuah pendekatan baru dalam strategi komunikasi dan cara menyajikan informasi layanan pariwisata yang ramah bagi wisatawan muslim dan juga bisa mendorong partisipasi pelaku industri pariwisata untuk berlomba memberikan layanan terbaik bagi wisatawan.

Untuk mewujudkan pariwisata ramah muslim yang baik dan berkualitas di Indonesia, tentu diperlukan dukungan dan kerjasama yang erat dari seluruh pemangku kepentingan terutama dari Kementerian & Lembaga anggota KNEKS, termasuk didalamnya Kementerian Pariwisata & Ekonomi Kreatif sebagai penggerak utama, Manajemen Eksekutif KNEKS, pemerintah daerah, pelaku industri, dan lainnya. Semoga apa yang kita cita-citakan bersama dapat terwujud demi kesejahteraan dan kemajuan bangsa dan negara Indonesia.

*Wallahul Muwafiq ila Aqwamith Thoriq. Wassalamu’alaikum Warahmatullahi Wabarakaatuh*

## KATA PENGANTAR

### DIREKTUR INDUSTRI PRODUK HALAL KNEKS

Afdhal Aliasar

*Bismillahirrahmanirrahiim*

*Assalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakaatuh*

Alhamdulillah, segala puji bagi Allah subhana wa ta'ala yang telah melimpahkan rahmat dan nikmat-Nya yang besar bagi kita. Shalawat dan salam juga tak lupa kita hadiahkan kepada teladan kita, Rasulullah shallallahu 'alaihi wasallam, yang telah memberikan pelajaran dan contoh yang sangat baik bagi kita dalam segala bidang kehidupan.



Berkembangnya trend gaya hidup halal di dunia memiliki potensi yang sangat besar sebagai alternatif penggerak pertumbuhan ekonomi global. Permintaan konsumen muslim dunia terhadap produk halal pun meningkat setiap tahunnya, dan itu juga sangat terasa dalam aktivitas pariwisata yang menerima kunjungan para wisatawan muslim. Berbagai negara telah bergerak untuk memanfaatkan potensi pasar wisatawan muslim tersebut termasuk juga negara dengan minoritas muslim seperti Jepang, Thailand, Korea Selatan, Spanyol, Tiongkok, dsb. Negara-negara ini berlomba untuk menghadirkan layanan yang *muslim friendly* untuk menarik pasar wisatawan muslim ke negaranya. Indonesia sebagai negara berpenduduk mayoritas muslim terbesar di dunia tentunya tidak boleh meninggalkan peluang ini dengan hanya sekedar menjadi target pasar saja, namun harus mampu untuk meraih manfaat yang besar dan menjadi pemain utama dari pasar tersebut.

Kami meyakini bahwa kekuatan utama dari pariwisata ramah muslim Indonesia terletak pada kesiapan destinasi untuk menjadi tujuan kunjungan dan memberikan pengalaman indah yang berkesan bagi wisatawan muslim lokal & global. Destinasi pariwisata harus mampu memenuhi kebutuhan spesifik wisatawan muslim pada saat melakukan perjalanan wisata sehingga mereka merasa betah dan nyaman untuk *stay* lebih lama. Adanya layanan tambahan (*extended services*) yang spesifik dalam pemenuhan kebutuhan sebagai muslim saat berwisata inilah yang kita sebut dengan pariwisata ramah muslim (*muslim friendly tourism*), dimana layanan tersebut bisa harmoni dengan berbagai layanan lainnya. Diharapkan nantinya di setiap destinasi bisa tersedia dengan baik aspek *amenities, accessibility, & attraction* dalam pemenuhan layanan tambahan bagi wisatawan muslim ini, dengan tentunya termasuk terpenuhinya standar *Clean, Health, Safety & Environment* (CHSE) di dalamnya sebagai bentuk adaptasi dengan kondisi *new normal* terkait pandemi saat ini.

Akhirnya, semoga "*Template Memandu Muslim Travelers* dalam Pembangunan Pariwisata Daerah" ini bisa menjadi salah satu instrumen yang bermanfaat dan aplikatif serta menjadi rujukan praktis bagi segenap pemangku kepentingan pariwisata di tanah air baik regulator, pelaku industri, ataupun penggiat wisata dan komunitas, dalam menata profil pariwisata di daerahnya. Bersama ini, usaha dalam mewujudkan tekad untuk menjadikan Indonesia sebagai destinasi pariwisata ramah muslim terbaik dunia dan pilihan utama wisatawan muslim global akan lebih muda dicapai.

*Wallahul Muwafiq ila Aqwamith Thoriq. Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakaatuh.*

# Daftar Isi

## Index

4

Bab 1

4. Menangkap Peluang Wisata Halal Global  
Capturing the Opportunity of the Global Halal Tourism Industry
6. Pasar Utama Wisata Halal  
Main Halal Tourism Market
7. Konsep Pariwisata Halal  
Halal Tourism Concept
10. Daya Saing Indonesia  
Indonesia's Competitiveness

16

Bab 2

16. Destinasi Wisata Halal  
Halal Travel Destinations
18. Tips Pemilihan Destinasi Wisata Halal  
Guides for Choosing Halal Travel Destinations
20. Amenitas atau Fasilitas Pariwisata  
Amenities or Tourism Facilities
20. Simbol Halal Hotel  
Halal Symbols Hotel
22. Simbol Halal Restoran  
Halal Symbols Restaurant
22. Simbol Halal Spa  
Halal Symbols Spa
23. Simbol Halal Objek Wisata  
Halal Symbols Tourism Attractions
24. Aksesibilitas  
Accessibility
25. Peta Lokasi Wisata  
Tourist Location Map

26

Bab 3

26. Pusat Informasi Destinasi  
Destination Information Center
28. Bandara, Pelabuhan, Terminal Bis dan Stasiun  
Airport, Harbor, Bus Terminal and Station
30. Moda Transportasi  
Transportation Modes
30. Hotel dan Restoran  
Hotel and Restaurant
32. Website dan Mobile App  
Website and Mobile App





## 56 Panduan Wisata Muslim

- 56. Sumatera Barat  
West Sumatera
- 58. Wisata Alam  
Natural Tourism
- 59. Desa Wisata  
Tourism Village
- 61. Pengalaman Unik  
Unique Experience
- 62. Pusat Perbelanjaan Tradisional  
Traditional Shopping Centers
- 63. Pusat Perbelanjaan Modern  
Modern Shopping Centers
- 64. Simbol  
Symbol
- 66. Kuliner  
Cullinary
- 67. Tempat Makan Enak  
Eat Delicious Places
- 68. Hotel  
Hotel
- 69. Spa  
Spa
- 70. Informasi Wisatawan  
Tourist Information
- 71. Spot  
Spot

## 34 Bab 4

- 34. Media Promosi  
Promotional Media
- 37. TV Commercial/TVC  
TV Commercial/TVC
- 38. Media Internet / Digital  
Internet / Digital Media
- 39. Brosur / Booklet  
Brochure / Booklet
- 41. Baliho/ Billboard  
Billboard

## 42 Bab 5

- 42. Karakter Wisatawan Muslim  
Muslim Tourist Profile

## 50 Bab 6

- 50. Panduan Ringkas Pembuatan Travel Guide untuk Muslim Travellers  
Creating Travel Guide for Muslim Travelers



# Bab 1

## Chapter 1

# Menangkap Peluang Wisata Halal Global

## Capturing the Opportunity of the Global Halal Tourism Industry

*Pertumbuhan wisata halal dunia rata-rata 27 persen per tahun, jauh lebih tinggi dibanding pertumbuhan sektor wisata dunia yang hanya tumbuh 6,4 persen.*

*The average growth of halal tourism in the world is able to reach 27 percent per year, much higher than the growth of the world tourism sector which only grew 6.4 percent.*





Sejak sekitar 10 tahun terakhir, terjadi *booming* pertumbuhan wisatawan muslim di dunia. Hal itu ditunjukkan data Global Muslim Travel Index (GMTI) yang dilansir The Mastercard dan CrescentRating April 2019 lalu. Berdasarkan data itu, pada 2010 jumlah wisatawan muslim di dunia mencapai 98 juta pelancong, naik cukup tajam dibanding 2000 yang baru mencapai 25 juta wisatawan. Kemudian, pada 2018 pertumbuhan angka itu kembali melesat menjadi 140 juta wisatawan muslim.

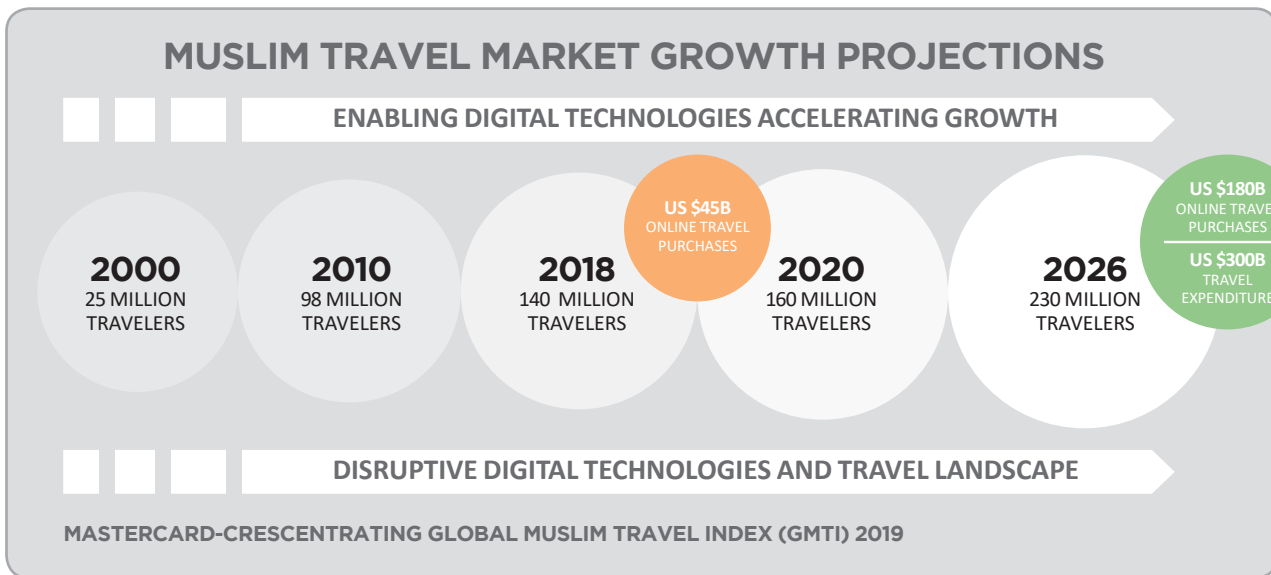
Setelah itu, pada 2020 jumlah pelancong muslim diperkirakan tumbuh menjadi 160 juta wisatawan dan pada 2026 akan mencapai angka 230 juta wisatawan muslim. Tahun itu, wisatawan muslim diproyeksi akan memberi kontribusi sebesar US\$ 300 miliar kepada perekonomian global.

Pertumbuhan wisata halal sebesar rata-rata 27 persen per tahun ini, jauh lebih tinggi dan lebih menjanjikan dibanding pertumbuhan sektor wisata dunia yang menurut data dari The World Travel & Tourism Council (WTTC) hanya bisa tumbuh sekitar 6,4 persen per tahun. Itu sebabnya, banyak negara berupaya serius untuk menangkap potensi wisata halal ini, termasuk Indonesia.

**SINCE** the last 10 years or so, there has been a booming phenomenon of the growth of Muslim tourists in the world. This was indicated by Global Muslim Travel Index (GMTI) data as reported by The Mastercard and CrescentRating in April 2019. Based on that data, in 2010 the number of Muslim tourists in the world reached 98 million travelers, up quite sharply compared to 2000 which only reached 25 million tourists.

Then, in 2018 the growth of that number again shot to 140 million Muslim tourists. After that, by 2020 the number of Muslim travelers is expected to grow to 160 million tourists and by 2026 there will be 230 million Muslim tourists. That year, Muslim tourists are projected to contribute US \$ 300 billion to the global economy.

The growth of halal tourism by an average of 27 percent per year, is much higher and more promising than the growth of the world tourism sector which according to data from The World Travel & Tourism Council (WTTC) can only grow around 6.4 percent per year. That is why, many countries are making serious efforts to capture the potential of this halal tourism, including Indonesia.



### Pasar Utama Wisata Halal

*Booming* wisata halal ini menjadi daya pikat bagi banyak negara karena potensinya yang begitu besar. Pada 2017 ada sekitar 20 juta turis muslim asal Arab Saudi, 10 juta dari Iran, 9 juta dari Malaysia, 8,7 juta dari Turki, 7,8 juta dari Indonesia, 5,8 juta dari Mesir, 4,9 juta dari Ajazair, 3,4 juta dari India, dan dari beberapa negara lainnya. Pada tahun yang sama, total penduduk di negara-negara Islam mencapai 1,7 miliar jiwa yang mengkonsumsi sektor ril sebesar US\$ 2,1 triliun, dengan tingkat pertumbuhan sebesar 5 persen per tahun. Total jumlah wisatawan negara-negara muslim sebanyak 131 juta jiwa dengan belanja sebesar US\$ 177 miliar. Jumlah itu tumbuh sebesar 7,6 persen per tahun.

Lebih spesifik lagi, State of the Global Islamic Economy Report 2017/18 mendata lima pasar utama wisatawan muslim dunia, yakni Saudi Arabia dengan total belanja pada 2016 mencapai US\$ 20,4 miliar. Di peringkat kedua ada Uni Emirat Arab dengan kontribusi sebesar US\$ 15,8 miliar. Negara muslim dengan belanja wisata tertinggi berikutnya adalah Qatar sebanyak US\$ 12,4 miliar. Indonesia masuk di urutan keempat dengan total belanja US\$ 9,7 miliar. Posisi kelima ditempati Kuwait dengan total belanja mencapai US\$ 9,6 miliar.

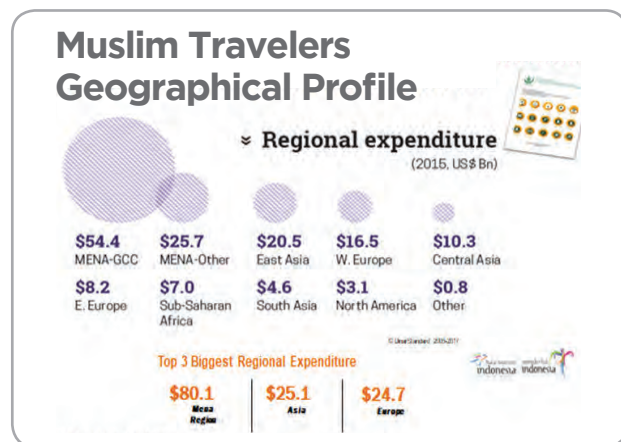
### Main Halal Tourism Market

This halal tourism boom has become an attractive venture for many countries because of its enormous potential. In 2017 there were around 20 million Muslim tourists from Saudi Arabia, 10 million from Iran, 9 million from Malaysia, 8.7 million from Turkey, 7.8 million from Indonesia, 5.8 million from Egypt, 4.9 million from Algeria, 3.4 million from India, and from several other countries. In the same year the total population in Islamic countries reached 1.7 billion people consuming the real sector of US \$ 2.1 trillion, with a growth rate of 5 percent per year. The total number of tourists in Muslim countries is 131 million with spending of US \$ 177 billion. That number grows by 7.6 percent per year.

More specifically, the State of the Global Islamic Economy Report 2017/18 lists five major Muslim tourist markets in the world, namely Saudi Arabia with total spending in 2016 reaching US \$ 20.4 billion. In second place is the Uni Arab Emirates (UAE) with a contribution of US \$ 15.8 billion. The next Muslim country with the highest tourism expenditure is Qatar with US \$ 12.4 billion. Indonesia ranks fourth with a total expenditure of US \$ 9.7 billion. The fifth position is occupied by Kuwait with total expenditure reaching US \$ 9.6 billion.

### Halal Tourism Target Market Outbond Tourism 2017

| No | Country         | 2017 Outbound      | %Muslim | 2017 Muslim Outbound |
|----|-----------------|--------------------|---------|----------------------|
| 1  | Saudi Arabia    | 21.070.000         | 97%     | 20.437.900           |
| 2  | UAE (2015)      | 3.500.000          | 76,90%  | 2.691.500            |
| 3  | Qatar           | n.a.               | n.a.    | n.a.                 |
| 4  | Kuwait          | n.a.               | n.a.    | n.a.                 |
| 5  | Morocco         | 1.850.000          | 99%     | 1.831.500            |
| 6  | Algeria         | 5.060.000          | 98%     | 4.958.800            |
| 7  | Malaysia (2016) | 14.200.000         | 63,70%  | 9.045.400            |
| 8  | Singapore       | 9.980.000          | 14,30%  | 1.427.140            |
| 9  | China           | 143.040.000        | 1,80%   | 2.574.720            |
| 10 | India           | 23.940.000         | 14,40%  | 3.447.360            |
| 11 | Russia          | 39.630.000         | 11,70%  | 4.636.710            |
| 12 | Germany         | 92.400.000         | 5,80%   | 5.359.200            |
| 13 | United Kingdom  | 74.190.000         | 4,40%   | 3.264.360            |
| 14 | France          | 29.060.000         | 7,50%   | 2.179.500            |
| 15 | Turkey          | 8.890.000          | 98%     | 8.712.200            |
|    | <b>TOTAL</b>    | <b>466.810.000</b> |         | <b>70.566.290</b>    |



### Konsep Pariwisata Halal

Merespon potensi pasar yang cukup menjanjikan ini, negara-negara destinasi wisata utama dunia berlomba menyediakan layanan wisata ramah muslim atau wisata halal. Berkembanglah konsep wisata halal dengan misi utama menyediakan layanan wisata sesuai kebutuhan harian seorang muslim dalam hal pelaksanaan ibadah dan konsumsi barang dan jasa wisata yang halal.

Menurut Anang Sutono, Ketua Tim Percepatan Pengembangan Pariwisata (TP3) Halal Kementerian Pariwisata, pariwisata halal adalah kumpulan layanan tambahan amenities (fasilitas), atraksi, dan aksesibilitas yang dimaksudkan untuk memberikan dan memenuhi pengalaman, kebutuhan, dan keinginan wisatawan muslim.

Seorang muslim yang sedang berlibur tetap melakukan kewajiban-kewajiban agamanya yang memerlukan beberapa fasilitas untuk pelaksanaan kewajiban tersebut seperti pelaksanaan ibadah sehari-hari yang perlu toilet yang memiliki sarana bersuci dengan air, tempat wudhu, tempat sholat dan perlengkapannya, serta makanan dan minuman halal. Wisatawan muslim juga menghindari dari atraksi wisata yang tidak sesuai dengan gaya hidup halal.

CrescentRating menyusun ACES Model untuk menentukan kriteria wisata ramah muslim dalam pengukuran Global Muslim Travel Index (GMTI). ACES Model ini meliputi empat hal, yakni Acces, Communication, Environment dan Service. Acces merujuk pada kemudahan akses menuju destinasi wisata. Mulai dari kemudahan visa, konektivitas transportasi udara maupun darat menuju ke lokasi wisata. Aspek Communication atau komunikasi berupa edukasi, *guidebook* dan juga informasi yang bersifat digital terkait destinasi wisata yang akan mempermudah para wisatawan muslim.

### Halal Tourism Concept

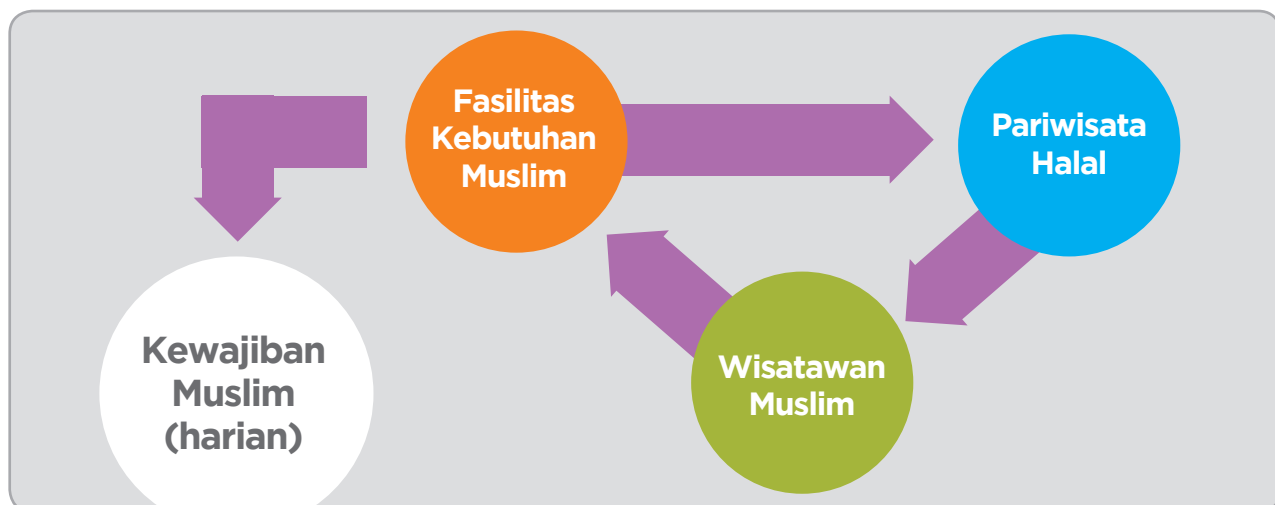
Responding to this promising market potential, the world's main tourist destination countries are competing to provide Muslim tourism services or halal tourism. The concept of halal tourism is developed with the main mission of providing tourism services according to the daily needs of a Muslim in terms of worship and consumption of halal tourism goods and services.

According to Anang Sutono, Chairman of the Halal Tourism Accelerated Development Team, Ministry of Tourism (TP3), halal tourism is a set of additional amenities, facilities, and accessibility services intended to provide and meet the experiences, needs, and desires of Muslim tourists.

A Muslim who is on vacation needs to continue to fulfill their religious obligations. This require several facilities and amenities to support the fulfillment of their religious obligations and needs. These facilities may vary, such as water friendly washrooms, places of ablution, prayer spaces and equipment, as well as halal food and drinks. Muslim tourists also avoid tourist attractions that do not fit into the halal lifestyle.

CrescentRating developed the ACES Model to determine criteria for Muslim-friendly tourism in the measurement of the Global Muslim Travel Index (GMTI). This model is consisted of 4 aspects, namely Access, Communication, Environment and Service. Access refers to the ease of access to tourism destinations. Starting from the ease of visa, air and land transportation connectivity to tourist sites. Communication aspects in the form of education, guidebooks and also digital information related to tourist destinations that will facilitate Muslim tourists.

The Environment aspects can be interpreted as



Dari sisi Environment, lingkungan di destinasi wisata dimaksud mendukung wisata halal. Hal ini meliputi lingkungan yang aman untuk menjalankan ibadah, bebas dari ketakutan, tersedianya dukungan teknologi informasi, dan termasuk juga destinasi wisata yang peduli pada keberlangsungan lingkungan alam di sekitarnya.

Sedangkan kriteria keempat adalah Services atau pelayanan dengan fasilitas yang mampu mengakomodir kebutuhan beribadah para wisatawan muslim. Seperti penyediaan toilet ramah air, tempat wudhu, mushala, dan makanan halal di titik-titik tertentu, seperti di hotel, restoran, bandara dan destinasi.

Kalau boleh diklasifikasikan, kebutuhan Muslim itu ada 2 tingkatan saja secara garis besar yaitu:

1. Kebutuhan dasar yaitu kebutuhan akan fasilitas yang akan memudahkan muslim dalam melaksanakan kewajiban-kewajiban dasarnya. Kewajiban dasar seorang Muslim adalah melaksanakan ibadah shalat yang pelaksanaannya setiap hari, makan dan minum yang halal serta aktifitas yang halal. Untuk melaksanakan ibadah shalat memerlukan tempat shalat dengan penunjuk arah kiblat dan perlengkapan shalatnya, tempat untuk bewudhu, toilet yang memiliki sarana bersuci dengan air. Fasilitas-fasilitas ini harus ada di tempat atau jalur wisata yang dilalui oleh wisatawan Muslim seperti di Bandara, Stasiun, Pelabuhan, dayatarik/objek wisata, restoran, akomodasi dan pusat-pusat perbelanjaan. Untuk akomodasi tambahan tersedianya makanan untuk sahur pada bulanan Ramadhan.
2. Kebutuhan yang bila ada akan bagus dan akan membuat nyaman bagi wisatawan Muslim. Seperti adanya alquran di kamar hotel, restoran halal (bersertifikat), kolam renang yang terpisah untuk pria dan wanita, hiburan yang sesuai dengan gaya hidup halal dan seterusnya.

Realitas yang ada bahwa failitas-fasilitas pariwisata dan begitu juga fasilitas umum di tempat wisata dan lainnya belum mengakomodir kebutuhan-kebutuhan wisatawan muslim diatas. Oleh karenanya, muncul trend pemenuhan kebutuhan tersebut yang kemudian dilabeli dengan Pariwisata Halal. Jadi secara sederhananya, Pariwisata Halal adalah penyediaan fasilitas umum dan fasilitas pariwisata serta objek wisata yang sesuai dengan kebutuhan wisatawan muslim serta gaya hidup halal.

the creation of a conducive halal tourism destination ecosystem. This includes an environment that is safe for practicing worship, free from fear, the availability of information technology support, and includes tourist destinations that care for the sustainability of the surrounding natural environment.

Whereas the aspect of Services refers to facilities that are able to accommodate the worship needs of Muslim tourists. Such as the provision of water-friendly washrooms, places of ablution, prayer rooms, and halal food at certain points, such as in hotels, restaurants, airports and tourism destinations.

Generally, the needs of a Muslim tourist can be divided into 2 categories, namely:

1. Basic needs, namely the need for facilities that will facilitate Muslims in carrying out their basic obligations. The basic obligation of a Muslim is to carry out the daily prayers, the halal eating and drinking and halal activities. To carry out prayer requires a place of prayer with the direction of Qibla and prayer equipment, a place for ablution, a toilet that has facilities for washing with water. These facilities must be in place or tourist routes traversed by Muslim tourists such as at airports, stations, ports, attractions / attractions, restaurants, accommodation and shopping centers. For additional accommodation, the availability of food for dawn on the monthly Ramadan.
2. Secondary needs which, if available, can become more value for a Muslim tourist during the trip, such as the availability of Al - Qur'an in a hotel room, halal restaurant (certified), separate swimming pools for men and women, entertainment in accordance with the halal lifestyle, etc.

In fact, tourism facilities as well as public facilities at tourist sites and others, have not yet accommodate the needs of Muslim tourists listed above. Therefore, there is a trend of meeting these needs which are then labeled Halal Tourism. Therefore, it can be concluded that Halal Tourism is the provision of public facilities and tourism facilities as well as tourist attractions that are in accordance with the needs of Muslim tourists and halal lifestyles.

As for the fulfillment of the needs of Muslim tourists and halal lifestyles, they will not affect other tourists in a negative way because the availability





# Muslim

## Kewajiban Muslim

- Ibadah
- Konsumsi yang Halal
- Aktivitas Halal (yang dibolehkan syariah)

# Muslim & Wisata

## Muslim Traveler Needs

- Fasilitas Ibadah**
- Toilet
  - Tempat Wudhu
  - Tempat Shalat & Perlengkapan

- Makanan Halal**
- Klaim Halal
  - Sertifikat

- Aktifitas Halal**
- Non Maksiat
  - Non Syirik

## Kebutuhan

- Makanan Halal
- Tempat Wudhu
- Tempat Shalat
- Toilet Basah

## Realitas

- Susah mendapatkan makanan halal
- Tidak ada / Bercampur tempat wudhunya
- Tidak ada tempat shalat yang layak
- Hanya ada toilet kering



# Kebutuhan Muslim Traveler



**Bandara / Stasiun / Pelabuhan**



**Akomodasi / Hotel**



**Makanan & minuman / Restoran**



**Daya tarik / Objek / Atraksi**



**Spa**



**Shopping centre**



**Moda Transportasi**



**BPW**

Pemenuhan kebutuhan wisatawan muslim dan gaya hidup halal tidak akan menafikan wisatawan yang lainnya karena ketersediaan fasilitas-fasilitas yang dibutuhkan oleh wisatawan muslim tadi tidak akan mengganggu wisatawan lain dan bahkan wisatawan yang lain juga dapat menikmatinya seperti makanan dan minuman halal dan aktifitas atau hiburan yang sesuai dengan gaya hidup halal.

## Daya Saing Indonesia

Indonesia ibarat sepotong surga yang jatuh ke bumi. Inilah ungkapan yang biasa dilontarkan turis asing yang terkagum-kagum saat menikmati berbagai destinasi wisata alam di Indonesia. Mereka terbius pesona panorama alam, baik kawasan pegunungan, dataran tinggi, dataran rendah, sungai, danau, pantai hingga pemandangan bawah laut.

Kekayaan budaya Indonesia yang tak terhingga juga menjadi salah satu daya tarik wisata. Ada sekitar 300 kelompok etnik di negeri ini dengan kepercayaan agama yang beragam. Mereka hidup rukun di lebih dari 17 ribu pulau. Masing-masing kelompok etnik tampil dengan bahasa, corak pakaian, desain bangunan, kesenian, dan aneka

of facilities needed by Muslim tourists will not interfere with other tourists and even other tourists can also enjoy it such as halal food and drinks and appropriate activities or entertainment with the halal lifestyle concept.

## Indonesia's Competitiveness

Indonesia is like a piece of heaven that fell into earth. That is how the foreign tourists described Indonesia. They were amazed when they visited various tourist destinations in Indonesia. They are mesmerized with the panoramic view of nature, both the mountains, highlands, lowlands, rivers, lakes, beaches to underwater views that this wonderful country has.

Indonesia's infinite cultural wealth is also one of the tourist attractions. There are around 300 ethnic groups in this country with diverse religious beliefs. They live in harmony on more than 17 thousand islands, with their own language, style of clothing, building design, art, and own way of living.

This natural and cultural wonders has made



# Profil Negara

Sangat kaya dengan ragam daya tarik wisata (gunung, laut, pantai, danau, sungai, hutan, lembah, sawah, kebun, budaya, heritage dan buatan)



- Negara Kepulauan Terbesar
- Populasi Sebanyak 250 Juta (88% Muslim)
- Lebih dari 17.000 Pulau
- Lebih dari 300 Suku
- 746 Jenis Bahasa dan Dialek
- Mega Biodiversity
- Lebih dari 800.000 Masjid



tata cara kehidupan sendiri-sendiri.

Keunggulan alam dan budaya ini telah menjadikan Indonesia sebagai salah satu destinasi favorit wisata halal. Apalagi Indonesia adalah negara muslim terbesar di dunia, mayoritas (88%) dari total 260 juta lebih penduduk menganut agama Islam.

Modal alam dan budaya yang didukung oleh kebijakan pemerintah dan kreasi pelaku usaha pariwisata telah berhasil mendongkrak citra Indonesia sebagai tujuan wisata halal utama dunia. Pada 2015 Indonesia menduduki urutan ke-6 destinasi wisata halal dunia menurut versi GMTI. Posisi Indonesia terus merangkak naik menjadi peringkat ke-4 pada 2016, dan naik ke posisi 3 pada 2017. Tahun 2018 Indonesia berada di urutan ke-2 dan pada 2019 Indonesia berhasil mencapai posisi pertama yang ditempati bersama Malaysia.

Peluang pengembangan wisata halal di Indonesia disambut pemerintah dengan menetapkan 10 destinasi wisata halal unggulan pada Februari 2019 lalu. Destinasi yang sarat dengan keistimewaan dan ciri khas masing-masing tersebut adalah Aceh, Riau dan Kepulauan Riau, Sumatera Barat, DKI Jakarta, Jawa Barat, Jawa Tengah, Yogyakarta, Jawa Timur (Malang Raya), Lombok/NTB, dan Sulawesi Selatan (*Makassar dan sekitarnya*).

Indonesia one of the favorite destinations for halal tourism. Moreover, Indonesia is the largest Muslim country in the world, the majority (88%) of the total 260 million more population adheres to Islam.

Natural and cultural capital supported by government policies and the creation of tourism businesses have succeeded in boosting the image of Indonesia as the world's main halal tourism destination. In 2015 Indonesia ranked 6th in the world halal tourism destination according to the GMTI version. Indonesia's position continues to move up to the 4th place in 2016, and up to 3rd position in 2017. In 2018 Indonesia ranks 2nd and in 2019 Indonesia managed to reach the first position shared with Malaysia.

The opportunity for the development of halal tourism in Indonesia was welcomed by the government by prioritizing 10 provinces to be developed as halal tourism destinations in February 2019. The destinations that are full of their own unique characteristics are Aceh, Riau and Riau Islands, West Sumatra, DKI Jakarta, West Java, Central Java, Yogyakarta, East Java (Greater Malang), Lombok / NTB, and South Sulawesi.

## Wonderful Indonesia menempati posisi terbaik di GMTI 2019



# Hasil GMTI 2019

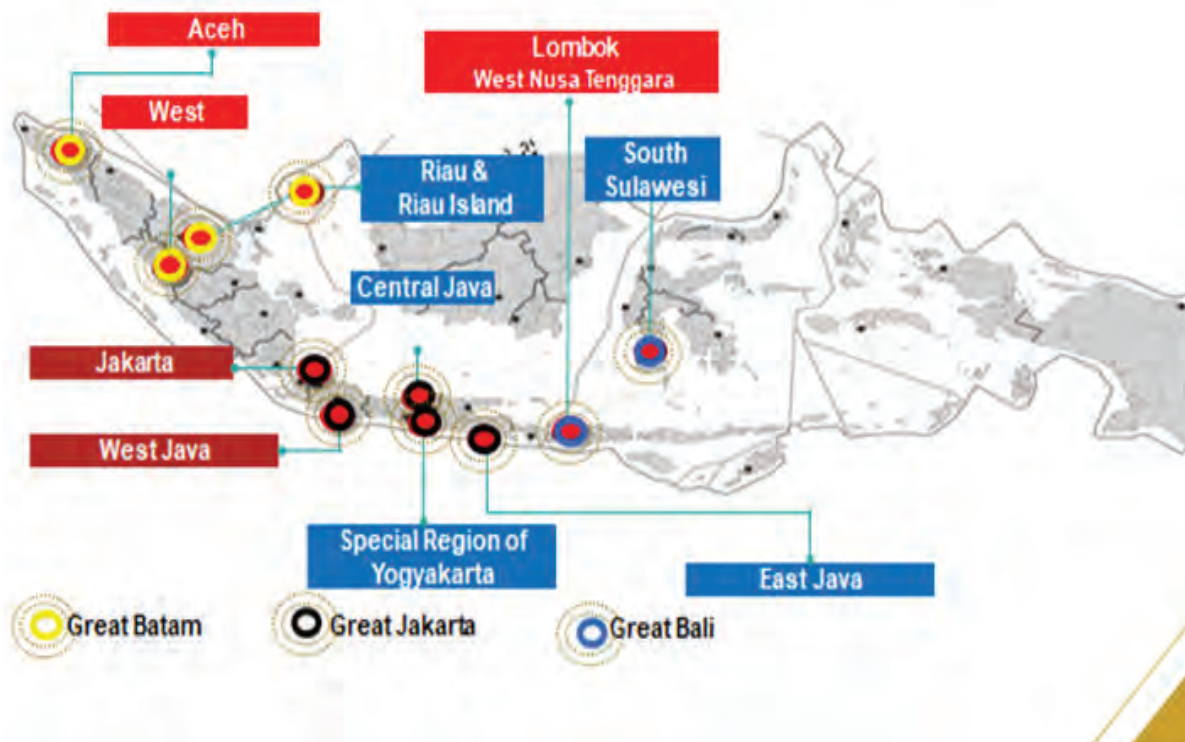
## TOP 10 OIC DESTINATIONS

| RANK | GMTI 2019 RANK | DESTINATION          | SCORE | CHANGE |
|------|----------------|----------------------|-------|--------|
| 1    | 1              | Malaysia             | 78    | 0      |
| 1    | 1              | Indonesia            | 78    | 1      |
| 3    | 3              | Turkey               | 75    | 1      |
| 4    | 4              | Saudi Arabia         | 72    | 1      |
| 5    | 5              | United Arab Emirates | 71    | -3     |
| 6    | 6              | Qatar                | 68    | 0      |
| 7    | 7              | Morocco              | 67    | 3      |
| 8    | 8              | Bahrain              | 66    | 0      |
| 8    | 8              | Oman                 | 66    | 1      |
| 10   | 10             | Brunel               | 65    | 1      |

## TOP 10 NON-OIC DESTINATIONS

| RANK | GMTI 2019 RANK | DESTINATION    | SCORE | CHANGE |
|------|----------------|----------------|-------|--------|
| 1    | 10             | Singapore      | 65    | 0      |
| 2    | 18             | Thailand       | 57    | 0      |
| 3    | 25             | United Kingdom | 53    | 0      |
| 3    | 25             | Japan          | 53    | 1      |
| 3    | 25             | Taiwan         | 53    | 2      |
| 6    | 29             | South Africa   | 52    | 1      |
| 7    | 31             | Hong Kong      | 51    | -2     |
| 8    | 34             | South Korea    | 48    | 5      |
| 9    | 36             | France         | 46    | 0      |
| 9    | 36             | Spain          | 46    | 3      |
| 9    | 36             | Philippines    | 46    | 5      |

# 10 Destinasi Pariwisata Halal Unggulan



## Daya Saing Pariwisata 2014

| INDICATOR 2014                         | INDONESIA       | SINGAPORE            | MALAYSIA         | THAILAND             | UAE               | TURKEY           |
|--|-----------------|----------------------|------------------|----------------------|-------------------|------------------|
| Contribution to GDP                    | 9.3%            | 10.1%                | 14.9%            | 14.4%                | 8.4%              | 12%              |
| Forex Revenue                          | USD 9.8 billion | USD 19.2 billion     | USD 21.8 billion | USD 38.4 billion     | USD 12.6 billion* | USD 29.5 billion |
| Employment                             | 9,814,000       | 303,000              | 1,770,000        | 5,383,000            | 518,500           | 2,130,000        |
| TTCI (WEF)*2014                        | #50             | #11                  | #25              | #35                  | #24               | #44              |
| GLOBAL MUSLIM TRAVEL INDEX (GMTI)*2016 | #4              | #1 (Non OIC Country) | #1               | #2 (Non OIC Country) | #2                | #3               |

| TOURIST ARRIVALS 2014 |           |            |            |            |            |            |
|-----------------------|-----------|------------|------------|------------|------------|------------|
|                       | INDONESIA | SINGAPORE  | MALAYSIA   | THAILAND   | UAE        | TURKI      |
| TOURIST               | 9,435,000 | 11,858,000 | 27,717,473 | 24,780,000 | 13,200,000 | 39,280,000 |
| MUSLIM TOURIST        | 1,854,292 | 3,457,090  | 6,778,929  | 4,236,139  | 6,520,000  | 7,120,000  |
| MUSLIM TOURIST %      | 20%       | 29%        | 25%        | 17%        | 49.4%      | 18%        |

Source: Sofyan Hospitality 3 Analysis from Ministry of Tourism of Indonesia, UNWTO HighNights 2015, WTTC Report 2015 and various sources

Copyright © 2016 PT. Sofyan Hospitality International | ALL RIGHTS RESERVED

Untuk pengembangan pariwisata halal, daerah-daerah destinasi wisata unggulan ini diberikan pelatihan dan bimbingan teknis serta workshop sekaligus dimonitoring dan dievaluasi sehingga pemenuhan kebutuhan wisatawan Muslim bisa terakomodir dengan sangat baik.

Secara kunjungan atau kedatangan wisatawan Muslim mancanegara ke Indonesia masih sangat kurang. Indonesia masih berada dibawah Malaysia, Thailand dan Singapura dalam jumlah kunjungan wisatawan Muslim mancanegara.

Ini adalah tantangan sekaligus peluang bagi Indonesia dengan posisi sebagai negara berpenduduk muslim terbesar di dunia mestinya menjadi pusat Pariwisata Halal Dunia. Sudah semestinya para pemangku kepentingan merancang dan merubah strategi pengembangan pemasaran dan industri serta destinasi sehingga Indonesia bisa menjadi tujuan utama Pariwisata Halal Dunia.

■ ■ ■

***Kunjungan wisatawan muslim ke Indonesia diharapkan bisa meningkat seiring promosi dan pembenahan fasilitas destinasi.***

For the development of halal tourism, these prioritized tourism destination areas are given training and technical guidance as well as workshops while being monitored and evaluated so that the fulfillment of the needs of Muslim tourists can be very well accommodated.

In terms of visits or arrivals of foreign Muslim tourists, Indonesia is still lacking. Indonesia is still below Malaysia, Thailand and Singapore in the number of foreign Muslim tourist arrivals.

This serves as a challenge and an opportunity for Indonesia with the position as the largest Muslim population in the world should be the center of World Halal Tourism. It is necessary for stakeholders to design and change marketing and industrial development strategies and destinations so that Indonesia can become the world - class Halal Tourism destination.



# Bab 2

## Chapter 2

# Destinasi Wisata Halal

## Halal Travel Destinations

*Destinasi wisata halal hanya perlu tambahan fasilitas sesuai kebutuhan dasar harian seorang muslim.*

*Halal travel destinations only need additional facilities according to the daily basic needs of a Muslim.*



Panorama alam yang indah menjadi daya tarik utama destinasi wisata di kawasan Puncak, Cisarua, Bogor. Pengunjung terbius oleh indahnya hamparan kebun teh yang asri dan perbukitan di kejauhan. Udara khas pengunungan yang sejuk membuat wisatawan betah berlama-lama.

Banyak aktivitas yang bisa dilakukan selama berlibur di salah satu destinasi wisata unggulan Provinsi Jawa Barat ini. Mulai dari memetik daun teh atau berjalan santai di area kebun teh yang luas. Wisatawan juga bisa merasakan kesegaran dan dinginnya air alami dengan bermain air di salah satu air terjun. Untuk memacu adrenalin, tersedia olah raga paralayang dengan *view* yang sangat mengagumkan. Bagi yang belum ahli bisa terbang tandem dengan atlet setempat.

Sukacita dan kesenangan traveler berlanjut dengan menikmati berbagai wahana wisata di Taman Safari. Atraksi utamanya adalah berpetualang menggunakan kendaraan untuk melihat dari dekat satwa liar di habitat aslinya. Tersedia pula berbagai wahana permainan, ruang pameran dan atraksi hewan.

Bagi wisatawan muslim, sarana ibadah tersedia sangat



Beautiful natural scenery is the main attraction for tourist destinations in the Puncak area, Cisarua, Bogor. Visitors are captivated by the breathtaking landscape of beautiful tea gardens and hills in the distance. The cool breeze of mountain air makes tourists feel at home during their stay in Puncak.

There are a lot of fun activities that tourists can partake during a vacation in one of the leading tourist destinations in West Java Province. One of the options is picking tea leaves or walking leisurely in the vast tea garden area. Tourists can also feel the freshness of natural water by visiting one of the waterfalls. To stimulate adrenaline, paragliding is available with a view that is amazing. For those who are not experts in this kind of activity can fly tandem with local athletes.

The memorable experience continues by enjoying various rides in the Safari Park. The main attraction is an adventurous one, where tourists can get a closer look at wildlife in its natural habitat. There are also various game rides, exhibition halls and animal attractions.

For Muslim tourists, religious facilities are very adequate.



memadai. Salah satunya Masjid At-Ta'awun yang juga menjadi salah satu lokasi favorit wisatawan menikmati pesona alam Puncak. Fasilitas toilet, tempat wudhu dan ruang sholat masjid ini terpelihara dengan baik sehingga wisatawan dapat beribadah dengan nyaman.

Berlokasi di daerah mayoritas muslim, kuliner kawasan Puncak yang menggoda bisa dipastikan halal. Tersedia beragam menu, mulai dari masakan tradisional Sunda dan daerah-daerah lain di Indonesia, hingga ke menu oriental, Timur Tengah dan Eropa.

Kawasan Puncak adalah salah satu contoh sebuah destinasi wisata sesuai Undang-undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata. Pada Bab I Ketentuan Umum, butir ke IV, UU ini menyebut destinasi wisata adalah kawasan geografis yang berada dalam satu atau lebih wilayah administratif yang di dalamnya terdapat daya tarik wisata, fasilitas umum, fasilitas pariwisata, aksesibilitas, serta masyarakat yang saling terkait dan melengkapi terwujudnya kepariwisataan.

### Tips Pemilihan Destinasi Wisata Halal

Kawasan Puncak juga menjadi potret daya tarik wisata halal sesuai dengan kriteria gaya hidup halal. Sesuai kebutuhan dasar harian seorang muslim, wisatawan yang datang bisa dengan leluasa melaksanakan sholat di masjid yang sangat representatif dengan fasilitas pendukung memadai. Pengunjung juga tidak usah khawatir kesulitan mendapatkan makanan halal. Infrastruktur transportasi dan komunikasi di daerah ini juga sangat baik sehingga sangat nyaman bagi wisatawan.

Ada beberapa pekerjaan rumah bagi pemerintah daerah untuk mengemas suatu destinasi yang dapat dipromosikan sebagai daya tarik/atraksi wisata halal seperti kawasan Puncak. Pertama, memilih destinasi yang memang memiliki daya tarik/atraksi wisata yang menawan, menarik, unik dan punya daya jual yang tinggi. Boleh jadi daya tarik/atraksi ini berupa pemandangan alam yang indah, bangunan atau situs bersejarah, pertunjukan seni dan budaya yang sesuai dengan gaya

One of them is At-Ta'awun Mosque which is also one of the favorite locations for tourists to enjoy the natural charm of Puncak. Clean restrooms, ablution facilities and mosque prayer rooms are well maintained so that tourists can worship comfortably.

Located in a Muslim-majority area, the tempting culinary area of Puncak is certainly halal. There are various menus, ranging from traditional Sundanese cuisine and other regions in Indonesia, to oriental, Middle Eastern and European menus.

The Puncak area is one of many examples of a tourist destination in accordance with Law Number 10 of 2009 concerning Tourism. In Chapter I of General Provisions, point IV, this Law states tourist destinations are geographical areas within one or more administrative regions in which there are tourist attractions, public facilities, tourism facilities, accessibility, and communities that are interrelated and complement the tourism ecosystem within the destination

### Guides for Choosing Halal Travel Destinations

The Puncak area is also a portrait of the halal tourist attraction in accordance with the halal



hidup halal, serta aneka atraksi wisata buatan yang menghibur.

Kedua, di destinasi tersebut tersedia fasilitas dan pelayanan yang dapat memenuhi kebutuhan dasar harian wisatawan muslim seperti keberadaan tempat shalat yang layak disertai tempat berwudhu dan toilet ramah air sebagai alat untuk bersuci, serta restoran atau rumah makan halal (atau bersertifikat halal). Ketiga, destinasi tersebut mudah untuk diakses, baik melalui udara, darat maupun laut.

Keempat, infrastruktur jalan menuju daya tarik wisata dalam kondisi bagus, kecuali daya tarik yang ditawarkan memang wisata alam adventure. Kelima, tersedia akses komunikasi berupa akses internet atau wifi yang bagus.

Poin-poin ini menjadi pertimbangan penting pemerintah daerah dalam memprioritaskan destinasi wisata yang potensial dipasarkan. Harus ada destinasi yang menjadi prioritas karena potensi wisata Indonesia sangat melimpah dengan kemampuan pengelolaan yang masih terbatas. Secara bertahap, setelah satu destinasi siap menyambut wisatawan, bisa disiapkan pula pengembangan destinasi potensial lain.

lifestyle criteria. According to the daily basic needs of a Muslim, tourists who come can freely carry out prayers in mosques that are very representative with adequate supporting facilities. Visitors also need not worry about the difficulty of getting halal food. Transportation and communication infrastructure in this area is also very good so it is very convenient for tourists.

There are several tasks for the local government to package a destination that can be promoted as a halal tourism attraction / destination such as the Puncak area. Firstly, they have to choose a destination that does have attractions, unique values, and has a high selling power. This attraction may be in the form of beautiful natural scenery, historical buildings or sites, arts and cultural performances that are in accordance with the halal lifestyle and various entertaining artificial tourist attractions. Secondly, there are facilities and services that can meet the daily basic needs of Muslim tourists such as the existence of a proper prayer place accompanied by a place of ablution and toilets that use water as one of the means to clean it in addition to a halal (or halal certified) restaurant or restaurant. Thirdly, the destination must be easily accessible either by air, land or sea.

Fourth, infrastructures leading to tourist attraction are well built, except if the attraction is in the form of natural attractions for adventure. Lastly, ease of communication can be found in the form of free or paid internet or wifi access. Above are the steps that need to be done by the local government in determining leading attractions / destinations in the area. This needs to be done because the potential of Indonesia's tourism attractions is very rich and abundant. Almost every inch of the island can be used as a tourist attraction and if there is no priority in its development then there will not be any tourist attraction that will become mature. This does not mean leaving other attractions that are still inadequate only prioritizing the more prepared and then the next step in developing others.



### Amenitas atau Fasilitas Pariwisata

Secara umum amenitas atau fasilitas pariwisata adalah tersedianya akomodasi, jasa pelayanan makanan dan minuman (restoran, rumah makan ataupun café), spa, pusat perbelanjaan dan pusat oleh-oleh. Untuk wisata halal, fasilitas wisata ini tentunya harus memenuhi kebutuhan dasar harian seorang muslim, fasilitas dan perlengkapan ibadah yang memadai, serta ketersediaan makanan dan jasa wisata halal.

Dalam panduan wisata halal yang disiapkan, fasilitas-fasilitas wisata ini ditampilkan dengan simbol atau ikon yang menunjukkan ketersediaan fasilitas yang dibutuhkan wisatawan muslim. Misalnya untuk hotel, kebutuhan muslim di hotel adalah tersedianya restoran bersertifikat halal atau hanya makanan halal dengan simbol bebas daging babi (pork free), sarana dan prasarana untuk shalat di kamar, mushalla, toilet ramah air, kolam renang terpisah antara pria dan wanita dan lain-lain.

Adapun simbol lengkapnya sebagai berikut:

## Hotel



Tersedia petunjuk arah kiblat di kamar



Tersedia sajadah



Tersedia tempat berwudhu



Tersedia toilet dengan air untuk bersuci



Tersedia Mushalla



Tersedia AlQuran di kamar



Ada kumandang azan setiap waktu Shalat



Tidak ada channel dewasa



Restoran bersertifikat Halal



Tersedia makanan dan minuman bersertifikat Halal



Tidak ada menu daging babi

### Amenities or Tourism Facilities

In general, tourism facilities or amenities are the availability of accommodation, food and beverage services (restaurants, restaurants or cafes), spas, shopping centers and souvenir centers. For halal tourism, this tourism facility must meet the basic daily needs of a Muslim, adequate religious facilities and equipment, and the availability of halal food and travel services.

In the halal tourism guide that was made, these tourism facilities are displayed with symbols or icons that indicate the availability of facilities needed by early travelers. For example, for hotels, Muslim needs in hotels are the availability of halal-certified restaurants or only halal food with a symbol of pork free, facilities and infrastructure for prayer in rooms and there is a mushalla, toilets with facilities for washing with water, separate swimming pools its use for men and women whenever possible and others.

The complete list of symbols are as follows:

## Hotel



Qibla directions available in the room



Availability of praying equipment



Availability of ablution facilities



Availability of water - friendly washrooms



Availability of Mushalla



Availability of Al - Quran in the room



There is a call to prayer every prayer time



There are no adult channels



Halal certified restaurant



Halal certified food and drinks are available



There is no pork menu



Tidak ada minuman beralkohol



Tersedia layanan makan sahur



Pelayanan kolam renang terpisah untuk pria dan wanita



Pelayanan fitness centre terpisah untuk pria dan wanita



Pelayanan Spa terpisah untuk pria dan wanita



Fasilitas kamar hanya untuk tamu berpasangan yang sah



Hotel dikelola sejalan dengan prinsip Syariah



There are no alcoholic drinks



Sahur dining service is available



Separate pool services for men and women



Separate fitness center services for men and women



Separate spa services for men and women



Room facilities are only for legitimate paired guests



The Hotel is managed with Sharia principles

Dengan simbol-simbol ini wisatawan muslim dapat mengetahui fasilitas apa saja yang tersedia di salah satu hotel sehingga membuat mereka nyaman ketika menginap.








With these symbols, tourists can find out what facilities the hotel has that will make Muslim tourists comfortable during their stay at the hotel. The hotel will be given a symbol in accordance with the facilities they have.



Begitu juga dengan restoran ditandai dengan ikon sertifikat halal, atau hanya simbol pork free, alcohol free, toilet yang memiliki sarana bersuci dengan air, tempat wudhu dan mushola.




Rincian simbolnya sebagai berikut:

## Restoran

-  Restoran bersertifikat Halal
-  Tidak ada menu daging babi
-  Tidak ada minuman beralkohol
-  Tersedia toilet dengan air untuk bersuci
-  Tersedia tempat berwudhu
-  Tersedia Mushalla
-  Tersedia penunjuk arah kiblat
-  Tersedia sajadah dan perlengkapan shalat

Untuk layanan spa ikon atau logo yang dipasang menggambarkan apakah layanan yang tersedia khusus untuk wanita, keluarga, layanan terpisah laki-laki dan perempuan, terapis bersertifikat, fasilitas toilet yang memiliki sarana bersuci dengan air, tempat wudhu dan mushalla. Simbol untuk Spa sebagai berikut:









## Spa

-  Spa khusus wanita
-  Pelayanan Spa terpisah untuk pria dan wanita
-  Terapis bersertifikat

Likewise, restaurants are marked with the halal certificate icon, or just the symbol of pork free, alcohol free, toilets that have facilities for washing with water, ablution facilities and prayer rooms.




The details of the symbols are as follow:

## Restaurant








-  Halal certified restaurant
-  There is no pork menu
-  There are no alcoholic beverages
-  Water - friendly washrooms are available
-  Ablution facilities are available
-  Mushalla is available
-  Qibla' direction is available
-  Prayer equipment is available

For spa services the icon or logo installed depicts various services available specifically for women, families, separate services for men and women, certified therapists, toilet facilities that have facilities for washing with water, ablution facilities and prayer rooms. The symbols for the spa are as follows:

## Spa

-  Spa for women
-  Separate spa services for men and women
-  Certified therapist

-  Tersedia toilet dengan air untuk bersuci
-  Tersedia tempat berwudhu
-  Tersedia Mushalla
-  Tersedia penunjuk arah kiblat
-  Tersedia sajadah dan perlengkapan shalat
-  Bahan/ material terapi bersertifikat halal
-  Tersedia makanan dan minuman halal

-  Water - friendly washrooms are available
-  Ablution facilities are available
-  Mushalla available
-  Qibla direction is available
-  Praying equipment is available
-  Halal certified therapeutic materials
-  Halal certified food and drinks are available

## Objek Wisata

Adapun untuk objek wisata dan pusat perbelanjaan simbol atau ikon yang dapat diberikan sebagai berikut:

-  Restoran bersertifikat Halal
-  Tidak ada menu daging babi
-  Tidak ada minuman beralkohol
-  Tersedia toilet dengan air untuk bersuci
-  Tersedia tempat berwudhu
-  Tersedia Mushalla
-  Tersedia penunjuk arah kiblat
-  Tersedia sajadah dan perlengkapan shalat

## Tourism Attractions

For tourism attractions and shopping centers, the symbols provided in the establishments are as follow:

-  Halal certified restaurant
-  There is no pork menu
-  There are no alcoholic beverages
-  Water - friendly washrooms are available
-  Ablution facilities are available
-  Mushalla is available
-  Qibla' direction is available
-  Prayer equipment is available

Ikon yang sesuai juga ditampilkan untuk pusat perbelanjaan dan pusat oleh-oleh. Utamanya terkait toilet ramah air, tempat wudhu, mushala, dan restoran halal. Pusat oleh-oleh biasanya terdiri dari makanan atau minuman, pakaian dan kerajinan. Harus dipastikan oleh-oleh makanan dan minuman yang ditawarkan ke pelancong muslim berkategori halal atau setidaknya ada pilihan yang bersertifikat halal.

### Aksesibilitas

Akses yang mudah dan terbuka sangat penting dalam menarik minat wisatawan. Global Muslim Travel Index (GMTI) menjadikan kemudahan akses ke suatu destinasi sebagai aspek utama dalam mengembangkan destinasi wisata halal.

Akses ini meliputi kemudahan visa bagi wisatawan untuk berkunjung ke destinasi dimaksud, konektivitas antarmoda transportasi serta infrastruktur transportasi yang meliputi kondisi jalan yang baik dan alat transportasi yang memadai. Jaringan komunikasi yang memadai berupa akses internet, berbayar atau gratis akan menambah kenyamanan perjalanan wisatawan.

Dalam panduan yang dibuat tergambar moda transportasi yang bisa dipilih wisatawan untuk mengakses lokasi tersebut, jarak dari bandara, atau kota terdekat, serta waktu tempuh hingga sampai ke tujuan. Gambaran infrastruktur transportasi dan komunikasi yang baik akan memancing minat para wisatawan datang berkunjung. Jalan harus dilengkapi rambu dan penunjuk arah menuju lokasi wisata serta penerangan yang memadai yang akan memberi rasa aman bagi para wisatawan ketika berada di lokasi wisata pada malam hari, atau dalam perjalanan menuju penginapan.

Appropriate icons are also displayed for shopping centers and gift shops. These icons or symbols are mainly related to water-friendly toilets, places of ablution, prayer rooms, and halal restaurants. The souvenir center usually consists of food or drink, clothing and work. Souvenirs in form of food and drinks that are offered to Muslim travelers should be ensured as halal certified or at least there are options that are halal assured.

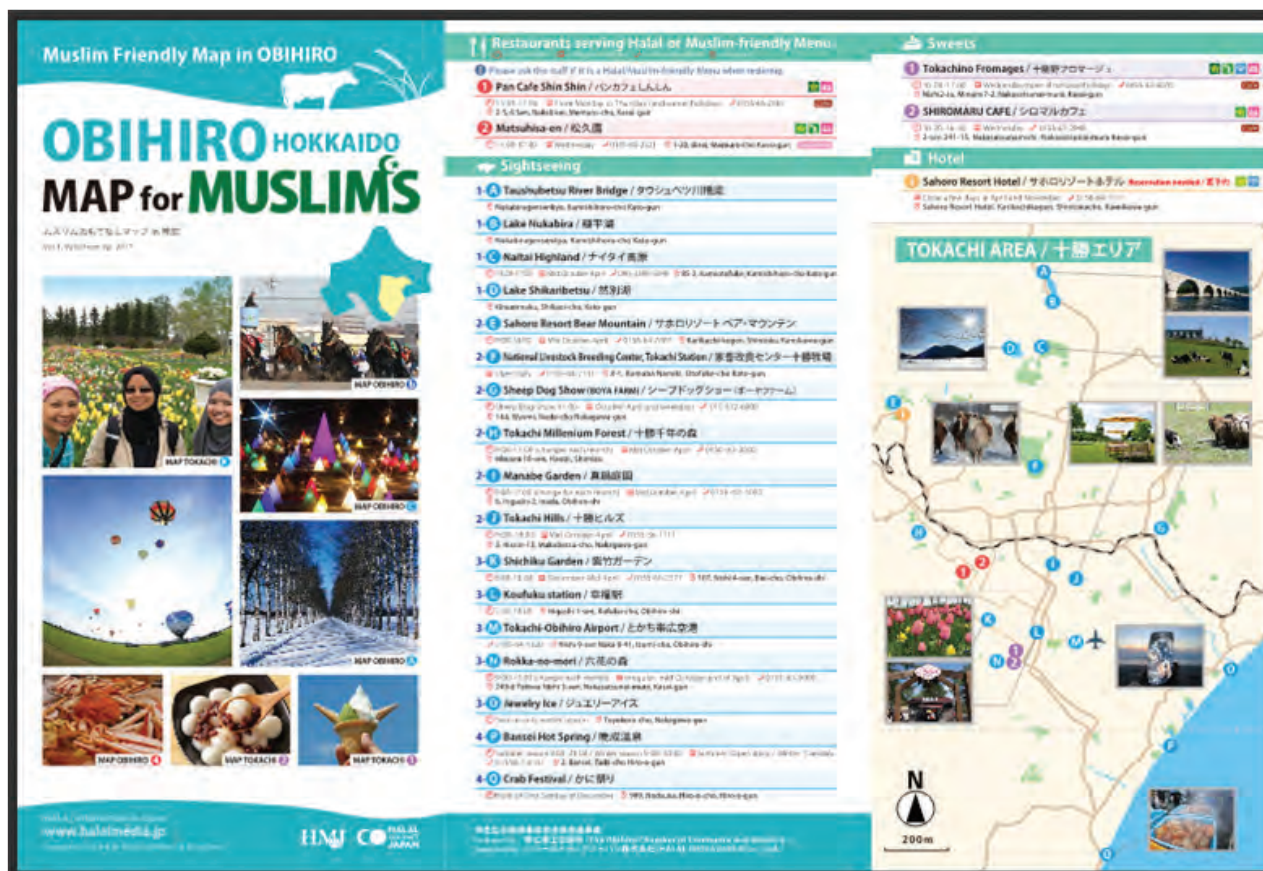
### Accessibility

Easy and open access is very important in attracting tourists. Global Muslim Travel Index (GMTI) makes ease of access to a destination as a major aspect in developing halal tourist destinations.

This access includes the convenience of a visa for tourists to visit the destination, intermodal transportation connectivity and adequate transportation and communication infrastructure to provide smoothness, safety, security, as well as comfort to the Muslim tourists.

The guide illustrates modes of transportation can be chosen by tourists to access the location, distance from the airport, or the nearest city, as well as travel time to get to the destination. The description of good transportation and communication infrastructure will attract the interest of tourists coming to visit. Likewise with the presence of signs and directions to tourist sites as well as adequate street lighting that will make a sense of security for tourists if they happen to still be at the tourist site at night or on their way to the inn.





DOK. OBIHIRO HOKKAIDO

### Peta Lokasi Wisata

Peta destinasi wisata halal dengan desain khusus yang menarik akan sangat membantu wisatawan merencanakan perjalanannya. Desain peta dibuat dengan menonjolkan objek utama di kawasan tersebut disertai dengan foto-foto suasana destinasi. Sangat penting peta ini juga tersedia secara online sehingga mudah diunduh. Untuk versi cetak dilengkapi barcode atau gps dengan tautan langsung ke google maps.

Desain peta wisata yang baik harus mampu menjawab aneka kebutuhan wisatawan untuk menjangkau lokasi. Di antaranya terkait jarak antara satu objek dengan objek lainnya, waktu tempuh seta moda transportasi yang biasa digunakan. Tergambar pula posisi restoran halal, pusat perbelanjaan, pusat oleh-oleh, masjid dan sebagainya.

Peta wisata juga bisa dilengkapi dengan jadwal atraksi atau pertunjukkan seni dan budaya, kalender kegiatan wisata tahunan dan lain-lain. Akan lebih menarik bila foto-foto di dalam peta ini menggunakan model sesuai asal negara wisatawan yang ditargetkan. Peta juga tersaji dalam beberapa bahasa sehingga lebih mudah dipahami.

### Tourist Location Map

Map of halal tourism destinations with attractive, informative and unique designs will greatly help tourists plan their trip. The map design is made by highlighting the main objects in the region accompanied by photographs of the destination atmosphere. It is very important that this map is also made available online so it's available to be downloaded to smartphones. For the printed version, it must be embedded with a barcode or GPS with a direct link to google maps.

A good tourist map design must be able to answer the various needs of tourists to reach the location, among other things related to the distance between one object with another object, the travel time and the usual mode of transportation used. Also illustrated is the position of halal restaurants, shopping centers, gift shops, mosques and other points of interest.

Tourist maps can also be complemented by a schedule of attractions or arts and cultural shows in a form of an annual calendar of tourist activities and others. It would be more interesting if the photos on this map use a model according to the country of origin of the targeted tourists. Maps are also presented in several languages so that they are easier to be understood by a broad range of tourists.

# Bab 3

## Chapter 3

# Pusat Informasi Destinasi

## Destination Information Center

*Destinasi wisata halal potensial harus menyiapkan dan mengelola pusat informasi destinasi untuk kenyamanan kunjungan wisatawan.*

*Potential halal tourist destinations must prepare and manage destination information centers for the convenience of tourist visits.*







**M**odal daya tarik serta keunggulan suatu destinasi tidak cukup untuk mendatangkan atau menarik minat wisatawan. Kerja strategis berikutnya adalah terkait unsur pemasaran yang meliputi strategi pemasaran, strategi promosi dan strategi media. Strategi komunikasi yang tepat harus disiapkan agar pesona destinasi sampai ke target pasar yang dibidik.

Salah satu bagian terpenting dari bagian ini adalah mengelola pusat informasi destinasi (tourist information center) serta menyiapkan materi promosi yang tepat untuk dipasang atau ditayangkan di berbagai jenis media. Pusat informasi destinasi biasa disiapkan di tempat-tempat strategis yang dilewati wisatawan seperti bandara, pelabuhan, terminal bis dan stasiun. Sarana akomodasi seperti hotel dan restoran sebaiknya juga menyiapkan layanan informasi wisata setempat. Keberadaan pusat informasi destinasi ini akan sangat membantu wisatawan mengatur perjalanannya ketika berkunjung ke satu daerah tujuan wisata.

Informasi destinasi juga bisa disampaikan melalui materi promosi yang bisa dipasang atau disebar di moda transportasi seperti di pesawat, kereta api, bus dan kapal laut. Materi ini bisa berbentuk *banner* yang dipasang di kabin atau berupa brosur atau *flyer* yang disisipkan di kantong kursi penumpang.

Lebih lengkapnya, materi promosi juga bisa dibuat secara digital untuk ditayangkan di media sosial atau media online. Akan lebih maksimal apabila disiapkan website khusus atau aplikasi (mobile app). Dengan metode promosi online, keberadaan website dan mobile app ini akan efektif menjangkau target pasar lebih luas.

### Bandara, Pelabuhan, Terminal Bis dan Stasiun

Pusat informasi destinasi di bandara, pelabuhan, terminal bis dan stasiun bisa berbentuk ruangan khusus di areal strategis seperti di terminal kedatangan. Di tempat ini tersaji semua informasi yang dibutuhkan wisatawan ketika melancong ke daerah tersebut. Informasi ini meliputi daya tarik/objek wisata, kalender kegiatan seni dan



**ATTRACTIVENESS** and excellence of a destination are not enough to bring or attract tourists. The next strategic step is related to marketing elements which include marketing strategy, promotion strategy and media strategy. The right communication strategy must be prepared so that the destination's charm reaches the targeted target market.

One of the most important parts of this section is managing the destination information center (tourist information center) and preparing the appropriate promotional materials to be posted or displayed in various types of media. Destination information centers are usually set up in strategic places that are traversed by tourists such as airports, ports, bus terminals and stations. Accommodation facilities such as hotels and restaurants should also prepare local tourist information services. The existence of this destination information center will greatly help tourists to organize their trips when visiting a tourist destination.

Destination information can also be conveyed through promotional materials that can be installed or distributed in transportation modes such as on planes, trains, buses and ships. This material can be in the form of a banner installed in



budaya, hotel, restoran, alat transportasi dan berbagai kebutuhan wisatawan lainnya.

Informasi bisa berbentuk monitor layar sentuh sehingga bisa diakses langsung oleh wisatawan untuk mencari berbagai informasi yang dibutuhkan. Tersedia pula monitor khusus yang menayangkan materi promosi. Pusat informasi destinasi juga dilengkapi berbagai brosur dan flyer dengan materi yang diperlukan. Akan lebih baik tersedia peta besar yang menggambarkan potensi dan daya tarik wisata.

Tentu saja pemilihan bahan, konten, model dan endorser serta materi harus memperhatikan nilai dan gaya hidup atau budaya serta preferensi wisatawan muslim serta terhindar dari unsur pornografi dan pornoaksi. Semua materi bersifat menampilkan citra positif dan *family friendly*.

Wisatawan juga dapat menanyakan berbagai hal yang belum dipahami kepada petugas yang disiapkan secara khusus di tempat ini. Petugas ini bisa berupa staf dinas pariwisata local yang sudah terlatih dan memahami seluk beluk pariwisata di daerahnya.

the cabin or in the form of a brochure or flyer that is inserted in a passenger seat bag.

A complete promotional material can also be made digitally and uploaded on social media or online media. Will be more leverage if prepared a special website or application (mobile app). With online promotion methods, the existence of this website and mobile app will effectively reach a wider target market.

### **Airport, Harbor, Bus Terminal and Station**

Destination information centers at airports, ports, bus terminals and stations can be in the form of special space in strategic areas such as arrival terminals. In this place all the information needed by tourists when traveling to the area is presented. This information includes attractions / attractions, calendar of arts and cultural activities, hotels, restaurants, transportation equipment and various other tourist needs.

The information can be in the form of a touch screen monitor so that it can be accessed directly by tourists to find various information needed. There are also special monitors that display the promotional material. The destination information center is also equipped with various brochures and flyers with the required materials. It would be better to have a large map that illustrates the destination and attractions within it.

Of course the selection of materials, content, models and endorsers and materials must pay attention to the values and lifestyle or culture and preferences of Muslim tourists and avoid the elements of pornography. All material should display a positive image and family friendly.

Tourists can also ask various things they don't understand to the officers who are specially prepared in this place. These officers can be from local tourism service staff who are trained and understand the field of tourism in the area.

Of course, the services must be provided in languages that are understood by tourists.

*Informasi bisa berbentuk monitor layar sentuh sehingga bisa diakses langsung oleh wisatawan untuk mencari berbagai informasi yang dibutuhkan.*

*The information can be in the form of a touch screen monitor so that it can be accessed directly by tourists to find various information needed.*



***Materi promosi berupa brosur, flyer, booklet atau berbentuk video yang diputar di layar monitor.***



***Promotional materials in the form of brochures, flyers, booklets or videos that are played on the monitor screen.***

Tentu saja layanan diberikan dengan bahasa yang dimengerti oleh wisatawan. Karena itu materi promosi dibuat dengan berbagai bahasa negara asal wisatawan yang ditargetkan. Petugas di konter pusat informasi destinasi juga harus fasih berbicara menggunakan berbagai bahasa asing.

### **Moda Transportasi**

Moda transportasi seperti pesawat udara, kapal laut, kereta api dan bus juga menjadi sarana efektif dalam menginformasikan suatu destinasi tertentu. Materi bisa disampaikan dalam bentuk tayangan di monitor khusus yang disediakan, pemasangan *banner* di kabin atau ruang penumpang. Berbagai brosur dan flyer tentang keunikan satu destinasi atau agenda wisata juga akan sangat membantu wisatawan. Tidak ada saja di dalam negeri, materi promosi ini juga bisa dipasang di moda transportasi negara-negara yang ditargetkan.

Khusus untuk informasi di pesawat udara, daerah-daerah bisa berpromosi di majalah pesawat atau *in-flight magazine* yang tersedia gratis di setiap bangku penumpang. Materi promosi berbentuk advertorial atau *display ad* di majalah ini akan sangat efektif karena hampir pasti dibaca oleh penumpang selama penerbangan. Iklan destinasi juga bisa tayang di sela-sela video hiburan *in-flight entertainment*.

### **Hotel dan Restoran**

Pusat informasi destinasi berikutnya adalah sarana akomodasi dan restoran. Wisatawan yang menginap di hotel, villa, homestay dan sebagainya bisa mendapatkan informasi destinasi atau kalender

Therefore promotional material is made in various languages of the countries of origin of the targeted tourists. Officers at the information center counter must also be fluent in using a variety of foreign languages.



### Transportation Modes

Modes of transportation such as airplanes, ships, trains and buses are also effective means of informing a particular destination. The material can be delivered in the form of impressions on a special monitor provided, as well as the installation of banners in the cabin or passenger room. Various brochures and flyers about the uniqueness of a destination or tourist agenda will also greatly help tourists. Not only in the country, this promotional material can also be installed in the modes of transportation of the countries that are being targeted.

Specifically for information on aircraft, regions can promote in airplane magazines or in-flight magazines which are available free on each passenger seat. Promotional material in the form of advertorial or display ad in this magazine will be very effective because it is almost certainly read by passengers during the flight. Destination advertisements can also appear on in-flight entertainment video.

### Hotel and Restaurant

The next destination information center is in the accommodation and restaurant facilities. Tourists who stay at hotels, villas, homestays, and others can get destination information or tourist activity calendars from staff or through various promotional tools and information available.

*Materi promosi berbentuk advertorial atau display ad di majalah ini akan sangat efektif*



*Promotional material in the form of advertorial or display ad in this magazine will be very effective*



■ Dengan metode promosi dunia digital, website atau aplikasi ini bisa disebar ke netizen melalui media sosial, atau promosi khusus di media online.

kegiatan wisata dari staf atau melalui berbagai sarana promosi dan informasi yang tersedia.

Materi promosi berupa brosur, *flyer*, *booklet* atau berbentuk video yang diputar di layar monitor bisa ditempatkan di konter *check in* atau di tempat khusus di lobby hotel ataupun restoran. Materi ini juga bisa disebar di kamar-kamar hotel atau tayang di televisi di tiap-tiap kamar.

#### Website dan Mobile App

Informasi lengkap tentang satu destinasi bisa disampaikan dengan sangat efektif melalui website atau aplikasi mobile (mobile app). Bisa dibuat khusus website atau aplikasi wisata halal, atau hanya sebagai salah satu kanal dari website atau aplikasi wisata yang telah ada. Dengan metode promosi dunia digital, website

Promotional materials in the form of brochures, flyers, booklets or videos that are played on the monitor screen can be placed at the check-in counter or in a special place in the hotel lobby or restaurant. This material can also be distributed in hotel rooms or aired on television in each room.

#### Website and Mobile App

Complete information about a destination can be displayed very effectively through a website or a mobile app. It can be made specifically for halal tourism websites or mobile applications, or embedded in an existing tourism website or application. With the digital world promotion method, this website or application can be distributed to netizens through social media, or special promotions on online media.





*With the digital world promotion method, this website or application can be distributed to netizens through social media, or special promotions on online media.*

atau aplikasi ini bisa disebar ke netizen melalui media sosial, atau promosi khusus di media online.

Sarana promosi yang tak kalah efektif untuk website dan aplikasi ini adalah bekerja sama dengan operator seluler. Caranya, operator seluler secara otomatis mengirimkan link website atau informasi aplikasi ke setiap penumpang berbagai moda transportasi yang baru datang ke satu daerah. Ketika penumpang pesawat mulai menyalakan telepon genggam masing-masing setelah pesawat mendarat, secara otomatis akan masuk SMS link website atau informasi aplikasi.

Website dan aplikasi ini tentu didesain sebagai mungkin untuk menarik minat wisatawan. Informasi yang tersaji meliputi segala hal yang dibutuhkan wisatawan dengan materi sesuai nilai dan gaya hidup atau budaya serta preferensi wisatawan muslim.

A means of promotion that is no less effective for websites and applications is to work with mobile operators. How, mobile operators automatically send website links or application information to each passenger in various modes of transportation that have just arrived in one area. When airplane passengers start turning on their mobile phones after the plane lands, they will automatically enter the website's SMS link or application information.

This website and application are certainly designed as good as possible to attract tourists. The information presented includes everything that the tourists need with material according to their values and lifestyle or culture and Muslim tourist preferences.

# Bab 4

## Chapter 4

# Media Promosi

## Promotional Media

*Penggunaan media promosi yang tepat akan sangat berpengaruh dalam meningkatkan kunjungan wisatawan.*

*The use of appropriate promotional media will be very influential in increasing tourist visits.*







**D**aya tarik suatu destinasi wisata tidak akan dikenal bila tidak dipromosikan. Perlu usaha promosi sungguh-sungguh, apalagi untuk dikenalkan pada pasar baru. Media promosi yang dipilih juga harus berjangkauan luas untuk menarik minat sebanyak mungkin wisatawan, utamanya dari mancanegara.

Materi promosi wisata biasanya memperkenalkan keindahan alam yang menonjol di suatu daerah serta agenda kegiatan seni, budaya dan agama yang unik serta tempat atau bangunan bersejarah. Hal menarik lain yang perlu dikenalkan adalah aktivitas yang bisa dilakukan selama berkunjung ke tempat tersebut, kekayaan kuliner serta oleh-oleh khas setempat.

Ada beragam media promosi yang bisa digunakan dengan kelebihan dan kekurangan masing-masing. Beriklan di televisi melalui materi TV Commercial (TVC) dapat menjangkau pasar yang luas namun berbiaya mahal. Apalagi bila ditayangkan di televisi asing, sesuai target wisatawan yang dibidik. TVC juga bisa tayang di media online, *in-flight entertainment* atau di monitor yang disiapkan di Pusat Informasi Destinasi (Tourism Information Center).

**THE** attractiveness of a tourist destination will not be known if it is not promoted. Promotional activities must be taken seriously, especially for a destination that wants to be introduced to new markets. The chosen promotional media must also be able to attract as many tourists as possible, mainly from foreign countries.

Tourism promotional materials usually introduce prominent natural beauty in an area as well as an agenda of unique artistic, cultural and religious activities and historical places or buildings. Other interesting things that need to be introduced are the activities that can be carried out during a visit to the destination, culinary options, as well as local specialties.

There are various promotional media that can be used with the advantages and disadvantages of each. Advertising on television through TV Commercial (TVC) material can target a broad market but it is a costly venture, especially when aired on foreign television towards a specifically targeted tourist market. TVC can also be aired on online media, *in-flight entertainment* or on monitors prepared at the Tourism Information Center.

**materi TVC harus muslim friendly dan memperhatikan kultur serta budaya masyarakat setempat serta sesuai dengan konsep gaya hidup halal**



*TVC materials must be Muslim friendly and highlights the culture of the local community that is in accordance with the concept of a halal lifestyle*



Belakangan banyak cerita sukses promosi destinasi wisata melalui blogger atau influencer. Mereka akan menulis pengalaman wisatanya ke suatu tempat di blog atau media sosial masing-masing. Tulisan para blogger berpengaruh atau influencer dengan follower jutaan terkadang lebih efektif dibanding beriklan di media konvensional. Media promosi konvensional seperti borsur atau baliho/billboard tetap diperlukan dan ditempatkan di lokasi yang tepat.

### TV Commercial/TVC

Video iklan atau populer dengan sebutan TV Commercial (TVC) adalah materi yang lazim digunakan sebagai sarana promosi, termasuk untuk promosi wisata. TVC bisa ditayangkan di berbagai media sesuai kebutuhan, baik televisi, *in light entertainment*, media online, monitor di arena pameran, monitor di Pusat Informasi Destinasi (Tourism Information Center) dan sebagainya.

Materi TVC tentu digarap sebaik mungkin dengan menonjolkan citra positif dan keunikan destinasi dengan backsound musik yang khas dan menarik. *Talent* atau bintang iklan sebaiknya dipilih sesuai sosok target pasar yang dibidik. Materi TVC juga diterjemahkan ke berbagai bahasa yang diperlukan.

Karena mempromosikan destinasi wisata halal, materi TVC harus muslim friendly dan memperhatikan kultur serta budaya masyarakat setempat serta sesuai dengan konsep gaya hidup halal. Akan sangat mengganggu bila *talent* wanita dalam materi TVC berpakaian terbuka, atau ada adegan yang mengarah ke pornografi atau pornoaksi.

Lately there have been many success stories about promoting tourist destinations through bloggers or influencers. They will write their tour experiences to a place on their respective blogs or social media. The writings of influential bloggers or influencers with millions of followers are sometimes more effective than advertising in conventional media. Conventional promotional media such as brochure and billboards are still necessary to be placed in the right location.

### TV Commercial/TVC

Video advertising or popularly called TV Commercial (TVC) is a material that is very commonly used as a promotional tool, including for tourism promotion. TVC can be broadcasted in various media outlets, whether on television, online entertainment, online media, monitors in the exhibition arena, monitors in the Tourism Information Center, and others.

TVC material is an effective medium of advertising since it is able to highlight the positive image and uniqueness of the destination with a distinctive and inviting background music. The commercials' talents should be chosen according to the target market profile. TVC material is also translated into various languages as needed.

Since it promotes halal tourism destinations, TVC materials must be Muslim friendly and highlights the culture of the local community that is in accordance with the concept of a halal lifestyle. It will be very inappropriate if the female talent in TVC material is dressed openly, or there is a scene that can be interpreted as pornography.





### Media Internet / Digital

Perkembangan teknologi informasi yang pesat ikut mempermudah cara berpromosi. Termasuk mempromosikan destinasi wisata. Salah satu contoh, dengan membuat titik-titik instagramable untuk selfie di satu destinasi dan memposting foto-foto tersebut ke media sosial. Foto-foto yang menarik akan kembali disebar banyak orang sehingga menimbulkan efek viral.

Cara lain adalah dengan mengundang blogger atau influencer ke salah satu destinasi wisata. Mereka kemudian mengunggah foto atau tulisan di media sosial atau blog masing-masing. Tulisan para blogger, apalagi yang sudah kawakan, dengan mudah akan tersebar ke komunitas masing-masing dan dibaca banyak orang. Begitu juga foto dan tulisan yang diupload influencer, akan langsung tersebar ke follower mereka.

Media berita online terpilih juga sangat tepat untuk menayangkan display ad, TVC ataupun advertorial ad. Dengan teknik promosi media online, link advertorial ad ini bisa dishare ke media sosial sehingga daya jangkauannya semakin luas. Beriklan secara resmi di media sosial juga layak dipertimbangkan karena bisa dilakukan secara mudah, biaya cukup terjangkau dan cakupan *audiens*-nya luas, bisa diakses siapa pun dan kapan pun.

### Internet / Digital Media

The rapid development of information technology also makes it easier for tourism destinations to promote their attractiveness to a much broader audience. For instance, by making *instagramable* spots for selfies in a destination, tourists who are traveling to the destination will take pictures in those spots and it will trigger a viral effect when uploaded to the social media.

Another way is to invite bloggers or influencers to one of the tourist destinations. They will then upload photos or writings on social media or their respective blogs. The writings of the bloggers, especially those who are experienced and has many followers, will easily spread to their respective communities and read by many people. Likewise, photos and writings uploaded by influencers, will immediately spread to their followers.

The selected online news media is also very appropriate to display ad, TVC or advertorial ad displays. With online media promotion techniques, the ad links can be shared with social media so that its reach is wider. Advertising officially on social media is also worth considering because it can be done easily, the cost is quite affordable and the audience coverage is broad, accessible to anyone and at any time.

### Brosur / Booklet

Brosur/ Booklet adalah sarana efektif untuk mempromosikan destinasi wisata. Karena berukuran kecil, brosur dengan mudah ditempatkan di Pusat Informasi Destinasi, ruang tunggu bandara, lobby hotel, kantung kursi pesawat, kereta api atau pun bis dan lain-lain.

Dibuat di media kertas dengan ukuran terbatas, brosur/ booklet disusun dengan kata-kata yang singkat namun informatif. Judul harus memancing keingintahuan pembaca dengan pilihan gambar objek wisata atau atraksi budaya unggulan sebagai foto utama. Pilihan *font* dan ukuran *font* sangat mempengaruhi minat pembaca. Infografis juga akan menambah daya tarik brosur.

Konsep brosur harus disesuaikan dengan target audiens, termasuk dalam hal penggunaan bahasa. Diinformasikan juga alamat website, aplikasi yang bisa diunduh atau QR Code untuk informasi lebih lanjut. Nomor telepon, email, atau akun media sosial yang bisa dikontak sebaiknya juga dicantumkan jika pembaca memerlukan tambahan informasi.

*harus memancing keingintahuan pembaca dengan pilihan gambar objek wisata atau atraksi budaya unggulan sebagai foto utama.*



*The title should provoke the curiosity of the reader with a choice of images of attractions or top cultural attractions as the main photo.*

### Brochure / Booklet

Brochure / Booklet are effective means to promote tourist destinations. Due to their compact size, brochures are easily placed in the Tourism Information Centers, airport lounges, hotel lobbies, airplane seat pockets, trains, buses and so on.

Made on limited size paper, brochures / booklets are arranged in short but informative words. The title should provoke the curiosity of the reader with a choice of images of attractions or top cultural attractions as the main photo. The choice of font and font size greatly influences the reader's interest. Infographics will also add to the attractiveness of brochures.

The concept of the brochure must be adjusted to the target audience, including the language used in the brochure. Also inform the website address, the application that can be downloaded or QR Code for more information. Phone numbers, e-mails or social media accounts that can be contacted should also be included if the reader requires additional information.







### Baliho/ Billboard

Baliho/ Billboard adalah sarana promosi konvensional yang masih sangat efektif. Penempatannya di lokasi-lokasi strategis di pusat kota atau di jalan-jalan utama mempermudah penyebaran informasi. Pembuatan dan pemasangan baliho juga bisa dilakukan dengan relatif cepat dibanding menyiapkan media promosi lain seperti TVC.

Hampir sama dengan brosur, ruang baliho juga bersifat terbatas sehingga tidak bisa memuat banyak informasi. Kekuatan baliho terletak pada foto serta kata-kata atau *tagline* yang menarik. Agar informasi tentang satu destinasi bisa tersosialisasi dengan baik, mungkin ada beberapa baliho yang dibuat, masing-masing untuk tema wisata alam, budaya, kuliner, tempat atau bangunan bersejarah. Sebaiknya juga tersaji website, nomor telepon, email, atau akun media sosial untuk informasi tambahan.

### Billboard

Billboards are conventional promotional tools that are still very effective today. Placement in strategic locations in the city center or on main roads can accelerate and widen the spread of information that destinations want to convey to the public. Making and installing billboards can also be done relatively quickly compared to preparing other promotional media such as TVC.

Almost the same as a brochure, billboard space is also limited so it cannot contain much information. The strength of billboards lies in the photos and interesting words or taglines. For information to be well socialized, there may be several billboards created, each for the theme of nature, culture, culinary tourism, places or historic buildings. Some essential informations for a billboard advert includes a website, telephone number, e-mail or social media account for additional information.

# Bab 5

## Chapter 5

# Karakter Wisatawan Muslim

## Muslim Tourist Profile

*Mengenal karakter dan preference wisatawan perlu untuk kemudahan penyediaan layanan.*

*Getting to know the characters and preferences of tourist is necessary for ease of service provision.*







**B**erasal dari berbagai negara dengan latar belakang adat istiadat dan kebiasaan yang berbeda-beda tentunya kebutuhan dan keinginan wisatawan berbeda-beda pula. Untuk dapat memberikan layanan optimal perlu dipelajari karakter dan keunikan masing-masing wisatawan berdasarkan negara atau wilayah asal mereka. Layanan yang baik, bahkan melebihi harapan mereka, akan berdampak positif bagi peningkatan kunjungan wisatawan pada masa-masa berikutnya.

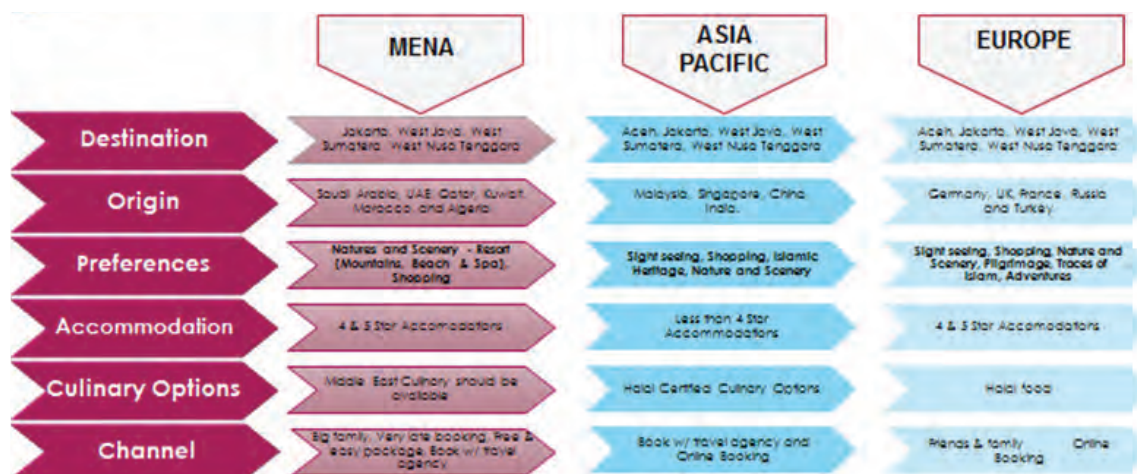
Meski sama-sama menginginkan layanan wisata halal, *profile* dan *preference* turis muslim asal Timur Tengah, Asia Tenggara dan Eropa ternyata berbeda-beda. Cara mereka menikmati atraksi seni dan pertunjukkan budaya juga tidak sama. Di sisi kuliner, ada wisatawan yang sangat mudah beradaptasi dengan makanan lokal dan ada pula yang mesti disediakan menu khas yang biasa mereka konsumsi sehari-hari.

**COMING** from various countries with different customs and habits background, surely the needs and desires of tourists are different as well. To be able to provide optimal services, it is necessary to learn the character and uniqueness of each tourist based on their country or region of origin. Good service, even exceeding their expectations, will have a positive impact on increasing tourist visits in the next period.

Although all Muslim tourists want halal tourism services, the profile and preferences of Muslim tourists from the Middle East, Southeast Asia and Europe turned out to be different. The way they enjoy attractions and art as well as cultural performances or shows is also not the same. On the culinary side, there are tourists who are very easy to get in touch with local food and some must be provided with a special menu that they usually consume daily.



## Muslim Travelers Profile and Preferences





Wisatawan asal Timur Tengah dengan kondisi alam yang tandus berupa padang pasir yang kering sangat menyukai wisata alam. Mereka akan terpesona melihat panorama alam di kawasan Puncak di Bogor atau indahnya pesona pantai Kuta atau Mawun di Lombok. Seakan-akan mereka berada di sepotong surga yang ditempatkan di bumi ketika menikmati pemandangan perbukitan yang hijau, perkebunan yang subur, lembah, sungai-sungai berair jernih dan pantai yang menawan.

Tourists from the Middle East with barren natural conditions in the form of dry deserts are very fond of natural attractions. They will be fascinated by the natural scenery in the Puncak area in Bogor or the beautiful charm of Kuta or Mawun Lombok beaches. As if they felt in a piece of heaven placed on earth while enjoying the view of the green hills, lush plantations, valleys, clear watery rivers and charming beaches.

## Karakter Wisatawan Mancanegara



Copyright © 2017 PT. Solyan Hospitality International | ALL RIGHTS RESERVED

Wisatawan muslim asal Timur Tengah, seperti Saudi Arabia, Uni Emirate Arab, Qatar, Kuwait, Maroko dan Aljazair biasanya datang dengan membawa keluarga. Selain menggemari panorama alam, mereka juga menikmati objek wisata buatan. Wisatawan kelompok ini menghindari pertunjukkan seni yang dimainkan oleh wanita, menghindari ornamen patung dan aroma tertentu seperti kemenyan serta tidak suka dengan kamar mandi terbuka. Kelompok wisatawan ini akan sangat nyaman bila ada pantai yang penggunaannya secara privat atau bersifat family.

Pilihan akomodasi wisatawan Timur Tengah adalah hotel bintang empat dan lima serta sangat senang dengan layanan spa. Pilihan kuliner mereka adalah makanan Timur Tengah. Kegiatan lain yang sangat disukai adalah berbelanja di pusat perbelanjaan. Di Indonesia, destinasi wisata yang banyak dikunjungi dan sesuai dengan kelompok wisatawan ini adalah Jakarta, Jawa Barat, Sumatera Barat, Nusa Tenggara Barat dan Jawa Timur dengan Malang Rayanya.

Muslim tourists from the Middle East, such as Saudi Arabia, the United Arab Emirates, Qatar, Kuwait, Morocco and Algeria usually travel with families. Besides enjoying the natural panorama, they also enjoy man-made attractions. This group of tourists avoids performing arts played by women, avoids certain ornamental sculptures and scents such as incense and does not like open bathrooms. The group will be very comfortable if there are beaches that are used privately or are family friendly.

Middle Eastern tourist accommodation options are four and five star hotels and they highly enjoy spa services. Their culinary choices are Middle Eastern food. Another very popular activity is shopping at a shopping center. In Indonesia, the most visited tourist destinations and in accordance with this group of tourists are Jakarta, West Java, West Sumatra and West Nusa Tenggara, East Java with Malang Raya.



# Karakter Wisatawan Mancanegara



Copyright © 2017 PT. Sofyan Hospitality International | ALL RIGHTS RESERVED

Wisatawan muslim asal Asia yang meliputi Malaysia, Singapura, China dan India juga menyukai panorama alam, wahana wisata buatan dan budaya serta tidak menyukai pertunjukan seni yang mengarah ke porno aksi. Mereka juga sangat menyukai situs-situs peninggalan sejarah Islam. Kegiatan lain adalah berbelanja di berbagai pusat perbelanjaan.

Untuk akomodasi, kebanyakan kelompok wisatawan ini memilih hotel bintang empat ke bawah dengan destinasi yang banyak dikunjungi Aceh, Jakarta, Jawa Barat, Sumatera Barat, Nusa Tenggara Barat, Daerah Istimewa Yogyakarta, Jawa Tengah dan Jawa Timur. Karakter lain dari kelompok ini adalah tidak menyukai ornamen patung yang mengarah pada pornografi. Pilihan kuliner mereka adalah restoran atau rumah makan yang telah mendapatkan sertifikat halal.

Muslim tourists from Asia, including Malaysia, Singapore, China and India also love the natural panorama, man – made attractions, cultural tourism, and do not like art shows that lead to pornography. They also really like heritage sites of Islamic history.

Another activity that they are very fond of is shopping at various shopping centers. For accommodation, most of these groups of tourists choose a four-star hotel with destinations that are visited by Aceh, Jakarta, West Java, West Sumatra, West Nusa Tenggara, DI Jogjakarta, Central Java and East Java. Another character of this group is that they do not like statue or ornaments that lead to pornography. Their culinary choices are restaurants or restaurants that have received halal certificates.



Indonesia juga banyak menerima kunjungan wisatawan muslim dari negara-negara Eropa seperti Inggris, Jerman, Prancis, Rusia dan Turki. Mereka menyukai menikmati pemandangan alam, menyusuri jejak sejarah Islam, berbelanja dan berpetualangan. Daerah yang banyak dikunjungi adalah Aceh, Jakarta, Jawa Barat, Sumatera Barat dan Nusa Tenggara Barat. Sebagian besar kelompok ini menginap di hotel bintang empat dan bintang lima. Halal food menjadi pilihan untuk kuliner mereka.

Survei tentang profil pelancong muslim yang diselenggarakan oleh Organisasi Konferensi Islam pada 2016 mengungkap persentase tujuan traveling wisatawan muslim. Persentase paling besar, atau sebanyak 62 persen traveler muslim berpergian untuk bersantai (leisure). Sebanyak 54 persen traveler muslim berpergian bersama keluarga atau teman mereka.

Traveler muslim yang berpergian dengan alasan untuk kegiatan agama (ibadah) juga cukup tinggi, yakni sebesar 32 persen. Peringkat berikutnya adalah perjalanan untuk kegiatan bisnis yang mencapai 21 persen. Sekitar 5 persen traveler muslim berpergian untuk keperluan medis.

Untuk aktivitas bersantai, 86 persen traveler muslim memilih

Indonesia also receives many Muslim tourist visits from European countries such as Britain, Germany, France, Russia and Turkey. They enjoy the natural scenery, trace the history of Islam, shop and adventure – based tourism. The most visited areas are Aceh, Jakarta, West Java, West Sumatra and West Nusa Tenggara while staying at four-star and five-star hotels. Halal food is their culinary choice.

A survey of the profile of Muslim travelers conducted by the OIC in 2016, revealed the percentage of Muslim tourists traveling destinations. The biggest percentage, or as much as 62 percent, Muslim travelers travel for leisure. 52 percent of Muslim travelers travel with their family or friends.

Muslim travelers who travel for reasons of religious activities (worship) are also quite high, at 32 percent. The next rank is travel for business activities which reaches 21 percent. About 5 percent of Muslim travelers travel for medical purposes.

# Karakter Wisatawan Mancanegara



Copyright © 2017 PT. Solvan Hospitality Internasional | ALL RIGHTS RESERVED

## Muslim Travelers Profile and Preferences

### TRAVEL PURPOSE

Type of travel:

- 62% Leisure
- 54% Family and Friends
- 32% Religious
- 21% Business
- 5% Medical



### Leisure Activities

Type of activities:

- 86% Sight-seeing
- 71% Shopping
- 48% Beach/ Water
- 47% Museums
- 40% Theme Parks
- 35% Adventure



Muslim Traveler Survey: OIC Commissioned 2016

© OneStratemy 2016-2017

menikmati pemandangan (*sight-seeing*), 71 persen dari mereka berwisata belanja, 48 persen bersantai di pantai atau menikmati berbagai permainan air. Traveler muslim yang mengunjungi museum juga cukup tinggi, mencapai 47 persen. Sementara itu sebesar 40 persen dari mereka juga suka menikmati berbagai macam hiburan di taman hiburan dan 35 persen menyukai kegiatan petualangan.

For leisure activities, 86 percent of Muslim travelers choose to enjoy sight-seeing, 71 percent of them loves shopping trips, and 48 percent choose to relax on the beach or enjoy various water games. Muslim travelers who visited the museum were also quite high, reaching 47 percent. Meanwhile, 40 percent of them also like to enjoy various kinds of entertainment in amusement parks and 35 percent like adventure related activities.

# Bab 6

## Chapter 6

# Panduan Ringkas Pembuatan Travel Guide untuk Muslim Travellers

## Creating Travel Guide for Muslim Travelers

*Panduan wisata sesuai kebutuhan wisatawan muslim akan sangat membantu aktivitas berlibur.*

*Travel guides according to the needs of Muslim tourists will greatly help the vacation activity.*









**P**anduan ringkas dan menarik akan memudahkan dan membantu *travelers* saat mengunjungi sebuah objek wisata.

Panduan ini biasanya dibuat dalam bentuk brosur atau *leaflet* yang mudah dibawa, atau bisa juga dikemas secara digital dalam bentuk website atau aplikasi (mobile app). Lebih praktisnya, panduan dalam bentuk berupa brosur dan *leaflet* dilengkapi QR Code sehingga langsung bisa diakses wisatawan secara digital.

Hal utama yang ditampilkan pada *travel guide* ini adalah daya tarik dan atraksi wisata unggulan di suatu daerah. Digambarkan deskripsi daya tarik dan atraksi wisata ini, baik keindahan atau daya pikat objek serta keunikannya. Dijelaskan pula jadwal pertunjukkan atau agenda seni dan budaya serta beberapa aktivitas yang dapat dilakukan wisatawan selama berkunjung. Agar lebih memudahkan wisatawan, tampilkan pula destinasi dalam bentuk peta dan infografis.

**A SHORT** but attractive and informative travel guide will simplify traveling and greatly assist travelers when visiting a tourism destination. Travel guides are usually made in the form of brochure or leaflet that is easy to carry around. Travel guides can also be packaged digitally in the form of website or mobile apps. Furthermore, to be more practical, brochures or leaflets can also be embedded with QR Code so that it can be digitally accessed by travelers.

The main highlight of the travel guide is the main tourism attractions in a destination. The tourism attractions should be described thoroughly, whether in terms of its beauty or the uniqueness of it. More information that could be described in the guide includes the activities that tourists can do during their travel, as well as the schedule of the activities that can be done in the destination, such as art performances, shows, etc. Keep in mind that maps and infographics are essential tools for travelers to have a better understanding of the destination that they are traveling to.

---

Hal berikutnya adalah penjelasan tentang jarak dan waktu tempuh dari bandara, pelabuhan, stasiun kereta atau terminal bis terdekat ke lokasi. Pilihan moda transportasi yang tersedia juga akan memudahkan wisatawan, baik berupa kendaraan umum, mobil sewaan (rent car) dan sebagainya.

Didesain untuk memenuhi kebutuhan wisatawan muslim, maka perlu ditambahkan simbol fasilitas yang tersedia di lokasi sesuai panduan simbol fasilitas wisata untuk muslim traveller yang telah disebutkan pada pembahasan terdahulu. Simbol diberikan sesuai dengan keberadaan fasilitas yang tersedia.

Materi panduan berikutnya tentang pusat perbelanjaan, baik tradisional maupun modern. Disajikan pula foto dan keterangan tentang makanan khas atau kuliner favorit setempat beserta restoran atau rumah makan yang direkomendasikan. Tersedianya simbol-simbol fasilitas pada bagian ini juga memudahkan wisatawan memilih lokasi belanja atau akan makan di restoran yang disukai. Penempatan simbol-simbol dapat dilihat secara lebih jelas dalam pada contoh leaflet Memandu Muslim Travellers di bagian akhir buku ini.

Pilihan hotel atau sarana akomodasi lain, berikut fasilitas yang ada juga menjadi materi penting dalam travel guide ini. Tampilkan pula simbol fasilitas, seperti tersedianya mushalla di hotel, makanan halal atau layanan spa sesuai kaidah Islam.

Tersedianya daftar biro perjalanan wisata (BPW) yang memiliki paket wisata muslim makin melengkapi travel guide. Informasi ini akan sangat membantu wisatawan yang ingin menggunakan jasa BPW selama berlibur. Sertakan pula daftar, alamat, serta nomor telepon perusahaan penyewaan mobil.

Terakhir dan tak kalah penting adalah mencantumkan *hotline* atau *call center* darurat seperti rumah sakit, kepolisian, dinas pariwisata dan lain-lain.



The next thing is an explanation of the distance and travel time from the airport, port, train station, and bus terminal closest to the destination. The choice of transportation modes available will also facilitate tourists, whether in the form of public transportation, rental cars (rent cars) and so on.

Designed to meet the needs of Muslim tourists, it is necessary to add a symbol of the facilities available at the location in accordance with the guidelines for the symbol of tourist facilities for Muslim travelers mentioned in the previous discussion. Symbols are given accordingly to the available facilities.

The next guide material is about shopping centers, both traditional and modern. It is necessary to include photos and information about local specialties or favorite culinary options along with recommended restaurants or food courts. The availability of facility symbols in this section also makes it easier for tourists to choose a shopping location or to eat at a preferred restaurant. Layout of symbols can be seen more clearly in the template (example) of Muslim Travelers Guide.

The choice of hotel or other accommodation facilities, along with the existing facilities is an essential information in this travel guide. Furthermore, it is important to put symbols of facilities, such as the availability of mushalla in hotels, halal food or spa services that are Muslim friendly.

All locations (attractions, restaurants, accommodations and shopping centers) should be given a QR Code so that tourists can access the information easily.

The list of travel agents that have Muslim tour packages will complete the travel guide. This information will greatly help tourists who want to use the services of travel agents during a vacation. It's important to include a list, address, and telephone number of the car rental company.

Last but not least is to include emergency hotlines or call centers such as hospitals, police, tourism agencies and others.



The background of the cover is a photograph of a vast field of tall, golden-brown grass, likely rice, under a bright, slightly cloudy sky. The grass is in the foreground and middle ground, creating a textured, layered effect. The sky is a pale blue with soft white clouds. In the distance, a dark line of trees is visible on the horizon.

# Panduan Wisata Muslim

Muslim Travel Guide

# Sumatera Barat

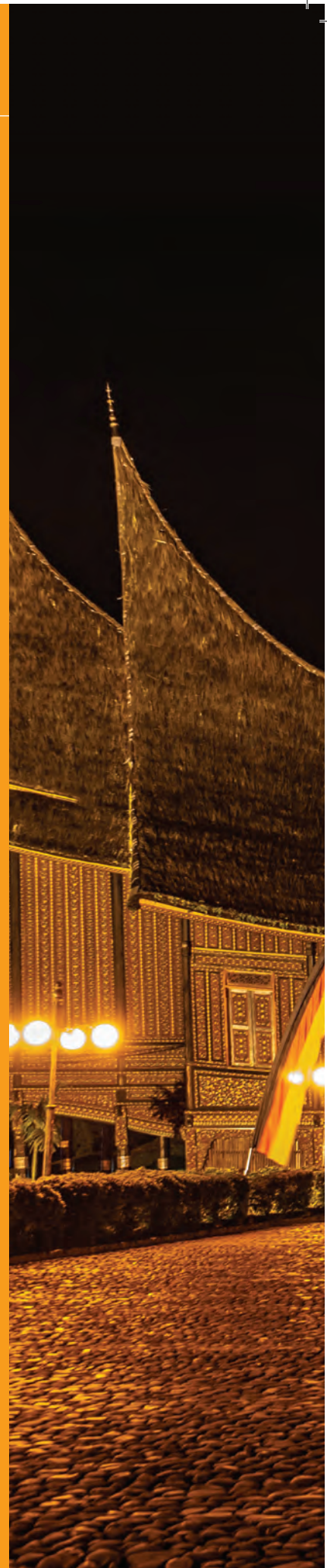
## West Sumatera

**S**umatera Barat adalah salah satu destinasi wisata unggulan di Indonesia. Alamnya didominasi kawasan pegunungan dan hutan hujan. Menikmati alam yang indah, menjelajah pedesaan dan mengenal budaya masyarakat adat Minangkabau bisa dimulai dari kota wisata utama daerah ini, yakni Bukittinggi, sekitar 72 kilometer dari Bandara Internasional Minangkabau, Padang, Ibukota Sumatera Barat. Ada Taman Panorama yang menghadap ke Ngarai Sianok, sangat cocok untuk bersantai di sore hari. Wisatawan juga akan disugahi arsitektur bangunan khas dengan atap melengkung, salah satunya di Istana Pagaruyung, bekas pusat Kerajaan Minangkabau zaman lampau.

Sekitar 50 kilo meter ke arah timur Bukittinggi ada kawasan Lembah Harau. Daya tariknya berupa bentangan bukit batu terjal setinggi lebih dari 100 meter. Di sela-sela bukit batu ini mengalir air terjun yang jernih. Daerah ini juga memiliki sejumlah danau dengan pemandangan yang indah, yakni Danau Maninjau, Danau Singkarak dan danau kembar, Danau di Atas dan Danau di Bawah. Untuk wisata selancar ada kawasan Mentawai yang memiliki ombak kelas dunia. Pelancong juga dapat menikmati sajian kuliner daerah ini yang sudah terkenal sejak lama.

West Sumatra is one of the leading tourist destinations in Indonesia. The nature is dominated by mountainous areas and rain forests. Enjoying beautiful nature, exploring the countryside and getting to know the culture of Minangkabau's indigenous people can be started from the main tourist city of this area, namely Bukittinggi, about 72 kilometers from Minangkabau International Airport, Padang, the capital of West Sumatra. There is a Panorama Park overlooking Sianok canyon, perfect for relaxing in the afternoon. Tourists will also be treated to typical architectural buildings with curved roofs, one of them is in the Pagaruyung Palace, the former center of the Minangkabau Kingdom of ancient times.

About 50 kilometers east of Bukittinggi there is the Harau Valley region. The attraction is in the form of a stretch of steep rock hill as high as more than 100 meters. On the sidelines of we can see the breathtaking view of waterfalls flowing over natural stones. This area also has a number of lakes with beautiful views, namely Lake Maninjau, Lake Singkarak and twin lakes, Lake Above and Lake Below. For surfing there is the Mentawai area which has world class waves. Travelers can also enjoy the culinary offerings of this area which has been famous for a long time.





# Lembah Harau

## Harau Valley

Lembah Harau yang terkenal dengan bentangan bukit batu terjalnya terletak di daerah Limapuluh Kota. Perjalanan bisa dilakukan dengan menyewa mobil dari Bukittinggi dengan harga sekitar Rp400-Rp500 ribu per hari. Tak cuma mengagumi bukit batu yang tegak lurus, wisatawan juga akan dimanjakan suasana pedesaan alami dengan keasrian alam yang sangat terjaga. Hewan liar kera yang berlompatan dari satu pohon ke pohon juga dengan mudah terlihat.

Bukit batu Lembah Harau juga menjadi salah satu lokasi favorit olahraga panjat tebing. Pengunjung juga bisa mandi di kolam berair jernih yang menampung air terjun dari puncak batu terjal.



**HARAU** Valley is famous for its stretch of steep rock hill located in the Limapuluh Kota area. The trip can be done by renting a car from Bukittinggi at a price of around Rp400-Rp500 thousand per day. Not only admiring the upright stone hill, tourists will also be mesmerized by the natural rural atmosphere with natural beauty that is very hard to forget. Wild apes and monkeys that jump from tree to tree are also easily seen.

Harau Valley rock hill is also one of the most preferred locations for rock climbing sport. Visitors can also take a bath in a crystal clear pool that holds a waterfall from the top of a steep rock.



# Pantai Mandeh

## Mandeh Beach

**MANDEH** Beach in the South Coast area is another natural tourist destination that is much visited by tourists. In order to make the trip more practical, renting a vehicle from Padang City to Mandeh Beach is the best choice, in addition to public transportation available. The attraction of this area is the natural scenery towards the enchanting sea, especially from the Mandeh Peak. From a distance, several islands in the middle of the sea appear bluish and graded.

Visitors can rent a motorboat to visit the islands, some of which are uninhabited. The trip using a motorboat starts from Carocok Beach. Another activity that is preferred to do here is diving into the sea to snorkel around the clear and calm seawater.

Pantai Mandeh di daerah Pesisir Selatan adalah destinasi wisata alam lain yang banyak dikunjungi wisatawan. Agar perjalanan lebih praktis, menyewa kendaraan dari Kota Padang ke Pantai Mandeh adalah pilihan terbaik, selain tersedia angkutan umum. Daya tarik kawasan ini adalah pemandangan alam ke arah laut yang mempesona, terutama dari Puncak Mandeh. Dari kejauhan terlihat beberapa pulau di tengah laut tenang kebiru-biruan dan bergradasi.

Pengunjung bisa menyewa perahu motor untuk mengunjungi pulau pulau tersebut, yang sebagiannya tidak berpenghuni. Perjalanan menggunakan perahu motor dimulai dari Pantai Carocok. Kegiatan lain di sini adalah *nyemplung* ke laut untuk snorkeling.

Perjalanan ke Desa Adat Sijunjung di Kabupaten Sijunjung biasanya ditempuh selama empat jam dari Kota Padang atau Bandara International Minangkabau. Desa Adat Sijunjung ini terletak di desa Koto Padang Ranah dan Tanah Bato, Kecamatan Sijunjung, Kabupaten Sijunjung. Dari Ibu Kota Kabupaten Sijunjung yaitu Muaro Sijunjung hanya berjarak 15 menit perjalanan. Rasa capek selama perjalanan akan terobati begitu memasuki desa ini dan melihat puluhan rumah adat Minangkabau berjejer di jalan utama desa. Beberapa di antara rumah adat ini berusia ratusan tahun, namun tetap terpelihara hingga saat ini. Lingkungan desa yang bersih dan tertata dengan baik menambah daya tarik tempat ini.

Selain masih ditinggali warga, sebagian rumah adat ini digunakan untuk berbagai acara warga setempat. Salah satunya tempat pelaksanaan pernikahan yang sangat kental dengan adat tempo dulu.

Sebagaimana desa-desa lain di Sumatera Barat, di Desa Adat Sijunjung tersedia sarana ibadah yang memadai. Untuk makan cobalah makan Nasi Sup Datuk Panghulu Sutan yang berlokasi di Silungkang jalan Lintang Muaro Sijunjung – Padang.

# Desa Adat Sijunjung



## Sijunjung Traditional Village

**TRAVEL** to the Sijunjung Traditional Village in Sijunjung Regency is usually taken four hours from the City of Padang or the Minangkabau International Airport. The Sijunjung Traditional Village is located in the villages of Koto Padang Ranah and Tanah Bato, Sijunjung District, Sijunjung Regency. From the capital city of Sijunjung Regency, Muaro Sijunjung is only 15 minutes away. Fatigue during the trip will be relieved once entering this village and see dozens of traditional Minangkabau houses lined on the main road of the village. Some of these traditional houses are hundreds of years old, but are still maintained today. A clean and well-organized village environment adds to the appeal of this place.

Some of these traditional houses are used for various local residents' events. One of them is a place for holding a wedding that is very similar with the traditional weddings in the past.

The same with other villages in West Sumatra, adequate worship facilities are available in Sijunjung Traditional Village. For the best local culinary treat in the area, try having the Datuk Panghulu Sutan Rice Soup, located in Silungkang, Jalan Lintang Muaro Sijunjung – Padang.





**D**esa Wisata Kubu Gadang terletak di Kota Padang Panjang, sekitar satu setengah jam perjalanan dari Kota Padang. Di sini wisatawan dapat menikmati beragam pertunjukkan seni dan budaya asli Minangkabau. Di antaranya silek lanyah atau bela diri khas Minang serta tarian tradisional Minangkabau, seperti tari piring dan tari payung. Ada pula pertunjukkan randai, teater tradisional masyarakat Minangkabau.

Kota Padang Panjang juga terkenal dengan kuliner khasnya. Wisatawan bisa berkunjung ke restoran legendaris, Restoran Gumarang dengan menu spesialnya Soto Padang, Bubur Kampiun dan lainnya, atau mencicipi Sate Mak Syukur yang lokasinya di pusat Kota. Terkenal sebagai Kota Serambi Mekah, sejumlah masjid besar dan terawat dengan baik juga siap menyambut wisatawan yang akan beribadah.



## Desa Wisata Kubu Gadang

### Kubu Gadang Tourism Village



**KUBU** Gadang Tourism Village is located in Padang Panjang City, about one and a half hours drive from Padang City. Here tourists can enjoy a variety of indigenous Minangkabau art and cultural performances. Among them are silang lanyah or martial arts typical of Minang and Minangkabau traditional dances, such as plate dance and umbrella dance. There is also the performance of randai, the traditional theatrical performance of the Minangkabau people.

The city of Padang Panjang is also famous for its culinary delights. Tourists can visit the legendary restaurant, Gumarang Restaurant with its special menu of Soto Padang, Bubur Kampiun and others, or taste the Sate Mak Syukur located in the center of the city. Famous as the City of the Veranda of Mecca, a number of large and well-maintained mosques are also ready to welcome Muslim tourists.

## Kawasan Seribu Rumah Gadang

### Kawasan Seribu Rumah Gadang



**K**awasan Seribu Rumah Gadang berlokasi di Desa Koto Baru, Kabupaten Solok Selatan. Hampir sama dengan Desa Adat Sijunjung, pesona utama desa ini adalah deretan rumah adat Minangkabau, yang sebagiannya berusia ratusan tahun. Wisatawan juga bisa merasakan sensasi menginap di rumah adat karena beberapa di antaranya disewakan untuk menginap wisatawan. Desa ini juga pernah terpilih sebagai Kampung Adat Terpopuler penghargaan Anugerah Pesona Indonesia (API) 2017.

Perjalanan ke Desa Koto baru memakan waktu 3,5 jam dari Kota Padang atau Bandara International Minangkabau. Tak perlu khawatir tidak menemukan masjid, mushalla karena 100 persen penduduknya muslim. Untuk makan siang bisa mampir ke Rumah Makan Sungai Kalu dengan menu spesialnya dendeng lado ijo serta belut lado ijo yang berlokasi di jalan lintas Padang - Muaralaboh.

**KAWASAN** Seribu Rumah Gadang is located in the village of Koto Baru, South Solok Regency. Almost as the same as the Sijunjung Traditional Village, the main attraction of this village is the complex of Minangkabau traditional houses, some of which are hundreds of years old. Tourists can also feel the sensation of staying at traditional houses because some of them are rented out for tourists to stay. The village was also chosen as the Most Popular Indigenous Village in the Indonesian Charm Award (API) 2017.

The trip to Koto Village only takes 3.5 hours from Padang City or Minangkabau International Airport. No need to worry about not finding a mosque, mushalla because 100 percent of the population is Muslim. For lunch, you can stop by the Sungai Kalu Restaurant with its special menu of Lado Ijo Jerky and Lado Ijo Eels, located on the Padang - Muaralaboh causeway.

# Belajar Randai

## Learning to perform Randai

**R**andai adalah teater tradisional masyarakat Minangkabau zaman lampau yang tetap populer hingga saat ini. Ada beragam cerita menarik yang dimainkan secara berkelompok dalam satu lingkaran. Adegan demi adegan yang biasanya dimainkan di alam terbuka diselingi petatah petitiyah adat. Iringan musik tradisional membuat pertunjukan makin menarik. Ikut bermain dalam pertunjukan ini menjadi pengalaman tak terlupakan bagi wisatawan. Salah satu tempat belajar randai untuk wisatawan ada di arena Pasa Harau Art dan Culture yang rutin digelar setiap tahun di Lembah Harau, 18 kilo meter dari Kota Payakumbuh.



Randai is a traditional theatrical performance of the Minangkabau people of the past which remains popular today. There are various interesting stories that are played in groups in a circle. Scene after scene which is usually played in the open, interspersed with traditional literature performances. Traditional music that accompanies the performance makes the show more interesting. Come play in this show to be an unforgettable experience for tourists. One of the best places for tourists to learn is in the arena of Pasa Harau Art and Culture which is routinely held every year in the Harau Valley, 18 kilometers from Payakumbuh City.



# Memasak Rendang

## Cooking Rendang

**M**akanan terenak di dunia ternyata ada di Sumatera Barat. Ya rendang berturut-turut tercatat sebagai makanan terenak di dunia versi CNN Travel pada September 2011 dan Juli 2017. Salah satu sentra rendang ada di Kampung Rendang, Kota Payakumbuh. Selain bisa mencicipi dan membeli rendang, di tempat ini wisatawan juga bisa belajar memasak. Tentu sebuah pengalaman menarik memasak makanan terenak di dunia di tempat asalnya.

**WHO** knew the most delicious food in the world turns out to be in West Sumatra? Rendang was recorded as the most delicious food in the world by CNN Travel in September 2011 and July 2017. One of the most popular place to find the authentic rendang is in Kampung Rendang, Payakumbuh City. Besides being able to taste and buy rendang, tourists can also learn to make their own rendang. Certainly an interesting experience cooking the most delicious food in the world in its place of origin.

# Membuat Karupuk Sanjai

## Making Karupuk Sanjai

**O**leh-oleh populer dari Sumatera Barat adalah karupuk sanjai. Ini adalah sejenis kerupuk dari bahan singkong. Dengan cara pengolahan tertentu, kerupuk ini bisa tersaji dengan gurih dan renyah. Ada beragam rasa yang ditawarkan kepada konsumen, yakni pedas, manis dan asin. Sentra pembuatan kerupuk sanjai terkenal adalah di Mandiangin, sekitar 2 kilo meter dari pusat Kota Bukittinggi. Dengan ikut belajar membuat karupuk sanjai, ada pengalaman unik sekaligus ilmu yang didapat wisatawan.

One of the most popular culinary treats to bring home from West Sumatra is Karupuk Sanjai. This is a kind of cracker that is made from cassava. With a certain processing methods, these crackers are a savory and crispy treats that is surely one of its own. There are various flavors offered to consumers, namely spicy, sweet and salty. The famous center for making sanjai crackers is in Mandiangin, about 2 kilometers from the center of Bukittinggi City. By participating in learning to make Karupuk Sanjai, there is a unique experience as well as knowledge gained by tourists.



# Pasar Aur Kuning



## Aur Kuning Market



Pasar terbesar di Sumatera Barat adalah Aur Kuning yang terletak Kota Bukittinggi. Banyak yang menyebut tempat ini sebagai Tanah Abang-nya, Sumatera Barat. Di pasar yang berlokasi di lahan seluas 2,3 hektare ini terdapat banyak pedagang grosir maupun eceran busana muslim, perlengkapan ibadah, tas, sepatu, sandal, aksesoris pria dan wanita, perlengkapan rumah tangga dan sebagainya. Tak ketinggalan dipasarkan kerajinan khas Sumatera Barat, seperti songket dari beberapa daerah. Terdapat juga los dan kios yang menjual kebutuhan sehari-hari.

The biggest market in West Sumatra is Aur Kuning. Located in Bukittinggi City, Many refer to this place as the Tanah Abang of West Sumatra. In this 2.3 hectare market, there are many wholesalers and retailers of Muslim clothing, worship equipment, bags, shoes, sandals, male and female accessories, household equipment and so on. The traditional handicrafts of West Sumatra can also be found in this market, such as songket from several regions. There are also booths and kiosks that sell daily necessities.

# Pasar Atas dan Pasar Bawah

## Pasar Atas dan Pasar Bawah

Masih di Bukittinggi, ada Pasar Atas dan Pasar Bawah dengan lokasi yang berdekatan dan tidak jauh dari Jam Gadang, maskot pariwisata Sumatera Barat. Pasar Atas lebih didominasi para pedagang busana muslim dan mukena dengan bordiran khas Sumatera Barat. Barang lain yang dipajang adalah souvenir dan cinderamata khas Bukittinggi seperti kaos, gelang, kalung, hiasan rambut, kacamata, gantungan kunci serta aksesoris pria dan wanita. Untuk wisatawan yang ingin memasak ala masakan Padang bisa berbelanja ke Pasar Bawah. Di sini tersedia aneka bumbu jadi masakan Padang. Barang-barang lain yang dijual adalah kebutuhan harian, sayur mayur dan buah-buahan.

Still in Bukittinggi, there are Pasar Atas and Pasar Bawah with adjacent locations and not far from Jam Gadang Clock Tower, the tourism icon of West Sumatra. Pasar Atas is more dominated by Muslim wear and mukena fashion traders with traditional embroideries of West Sumatra. Other items on display are souvenirs from Bukittinggi such as T-shirts, bracelets, necklaces, hair ornaments, glasses, key chains and accessories for men and women. For tourists who want to cook Padang-style cuisine can shop at Pasar Bawah. Here are available various spices that is usually found in Padang cuisine. Other items sold are daily necessities, vegetables and fruits.



# Basko Grand Mall



## Basko Grand Mall

**B**asko Grand Mall atau juga disebut Basko Minang Mall di Kota Padang menjadi pilihan wisatawan yang suka berbelanja di pusat perbelanjaan modern. Berlokasi di Jalan Dr. Hamka, pusat perbelanjaan ini mudah diakses dari pusat kota, atau dari beberapa hotel berbintang di Kota Padang.

Layaknya sebuah mall, sejumlah produk pakaian, tas, sepatu, *gadget* dan aksesoris buatan dalam dan luar negeri dijual di Basko Grand Mall. Sejumlah restoran dan café lokal maupun *franchise* dari luar negeri juga siap memanjakan lidah pengunjung. Pusat perbelanjaan ini juga dilengkapi ruang sholat yang memadai.

Basko Grand Mall, also known as Basko Minang Mall, is the choice of tourists who like to shop at modern shopping centers. Located at Jalan Dr. Hamka, the shopping center is easily accessible from the city center, or from several star hotels in the city of Padang.

Like any mall, a number of clothing products, bags, shoes, gadgets and accessories made in and outside the country are sold at Basko Grand Mall. A number of restaurants and local cafes and franchises from abroad are also ready to pamper the tongue of visitors. This shopping center is also equipped with adequate prayer rooms.



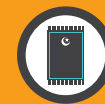
# Plaza Andalas



## Andalas Plaza

**P**usat perbelanjaan modern berikutnya di Kota Padang adalah Plaza Andalas. Di sini pengunjung bisa berbelanja berbagai kebutuhan atau sekadar bersantai menikmati suasana di sejumlah café atau restoran. Barang-barang bermerek tersedia di sejumlah outlet ternama, berupa produk pakaian, aksesoris, *gadget*, otomotif, salon dan sebagainya. Tersedia pula ruang sholat yang nyaman untuk beribadah.

Another modern shopping center in Padang is Plaza Andalas. Here visitors can shop for various needs or just relax and enjoy the atmosphere in a number of cafes or restaurants. Branded goods are available at a number of well-known outlets, in the form of clothing products, accessories, gadgets, automobiles, salons and so on. There is also a comfortable prayer room for worship.



# Informasi Simbol

## Objek Wisata / Pusat Perbelanjaan



Restoran  
Bersertifikat  
Halal



Pork Free



Alcohol Free



Toilet Basah



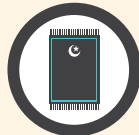
Tempat  
Wudhu



Mushalla



Arah Kiblat



Peralatan  
Shalat

## Restoran



Restoran  
Bersertifikat  
Halal



Pork Free



Alcohol Free



Toilet Basah



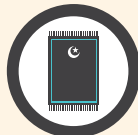
Tempat  
Wudhu



Mushalla



Arah Kiblat

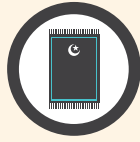


Peralatan  
Shalat

## Hotel



Arah Kiblat



Peralatan Shalat



Tempat Wudhu



Toilet Basah



Mushalla



Al - Qur'an



Adzan



No Adult Channel



Restoran Bersertifikat Halal



Makanan Bersertifikat Halal



Pork Free



Alcohol Free



Pelayanan Sahur



Kolam Renang Terpisah



Fitness Terpisah



Spa Terpisah



Pasangan Suami - Isteri



Hotel Syariah

## Spa



Spa Wanita



Pelayanan Terpisah



Staff Bersertifikat



Toilet Basah



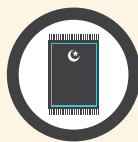
Tempat Wudhu



Mushalla



Arah Kiblat



Peralatan Shalat



Bahan Bersertifikat Halal



Makanan Bersertifikat Halal



- **Rendang**
- **Sate Padang**
- **Dendeng Batokok**
- **Keripik sanjai**
- **Gulai Itiak**
- **Gulai Paku**
- **Teh Talua**
- **Dendeng Balado**
- **Soto Padang**
- **Gulai Banak**



## Rumah Makan Lamun Ombak



Jl. Khatib Sulaiman No. 99 Padang  
Utara, Padang, Sumatera Barat 25133



## Rumah Makan Pongek OR Situjuh



Jalan Khatib Sulaiman, Limbukan,  
Payakumbuh Selatan, Payakumbuh  
Sumatera Barat 26225



## Rumah Makan Pak Datuk



Jl. Sutan Sahrir, Silaing Bawah, Padang  
Panjang, Sumatera Barat 27116



## Sate Mak Syukur



Jl. Sutan Sahrir No 250, Silaing Bawah,  
Padang Panjang, Sumatera Barat 27116



## Resto Es Duren Ganti Nan Lamo



Jl. Hos Cokroaminoto No.  
31 B, Padang Sumatera  
Barat 25119



## Restoran Taman Sari



Jl. Jenderal A. Yani No. 23,  
Padang Barat, Padang,  
Sumatera Barat 25023





## Hotel Rangkayo Basa



★★

Jalan Hangtuh No. 211 , Padang Barat, Padang, Sumatera Barat, Indonesia, 25117

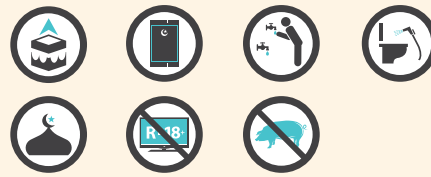


## Hotel Kyriad Bumiminang



★★★★

Jl. Bundo kanduang No. 22-28, Padang Barat, Padang, Sumatera Barat, Indonesia, 25118



## Hotel Rocky Plaza



★★★★

Jalan Permindo No. 40 Po Box 380 PD, Padang Barat, Padang, Sumatera Barat, Indonesia, 25111



## Hotel Mercure



★★★★

Jl Purus IV No 8 Padang, West Sumatra Indonesia, Padang Barat, Padang, Sumatera Barat, Indonesia, 25115



## Bali Heritage Salon & Spa



Jl. Veteran No.43, Purus, Kec. Padang Baru, Kota Padang, Sumatera Barat 25115



## Avanti Salon Beauty & Spa



Jl. Veteran No.43, Purus, Kec. Padang Baru, Kota Padang, Sumatera Barat 25115



## Aura Salon Day Spa



Jl. Veteran No.43, Purus, Kec. Padang Baru, Kota Padang, Sumatera Barat 25115



## Arsyla Salon & Spa



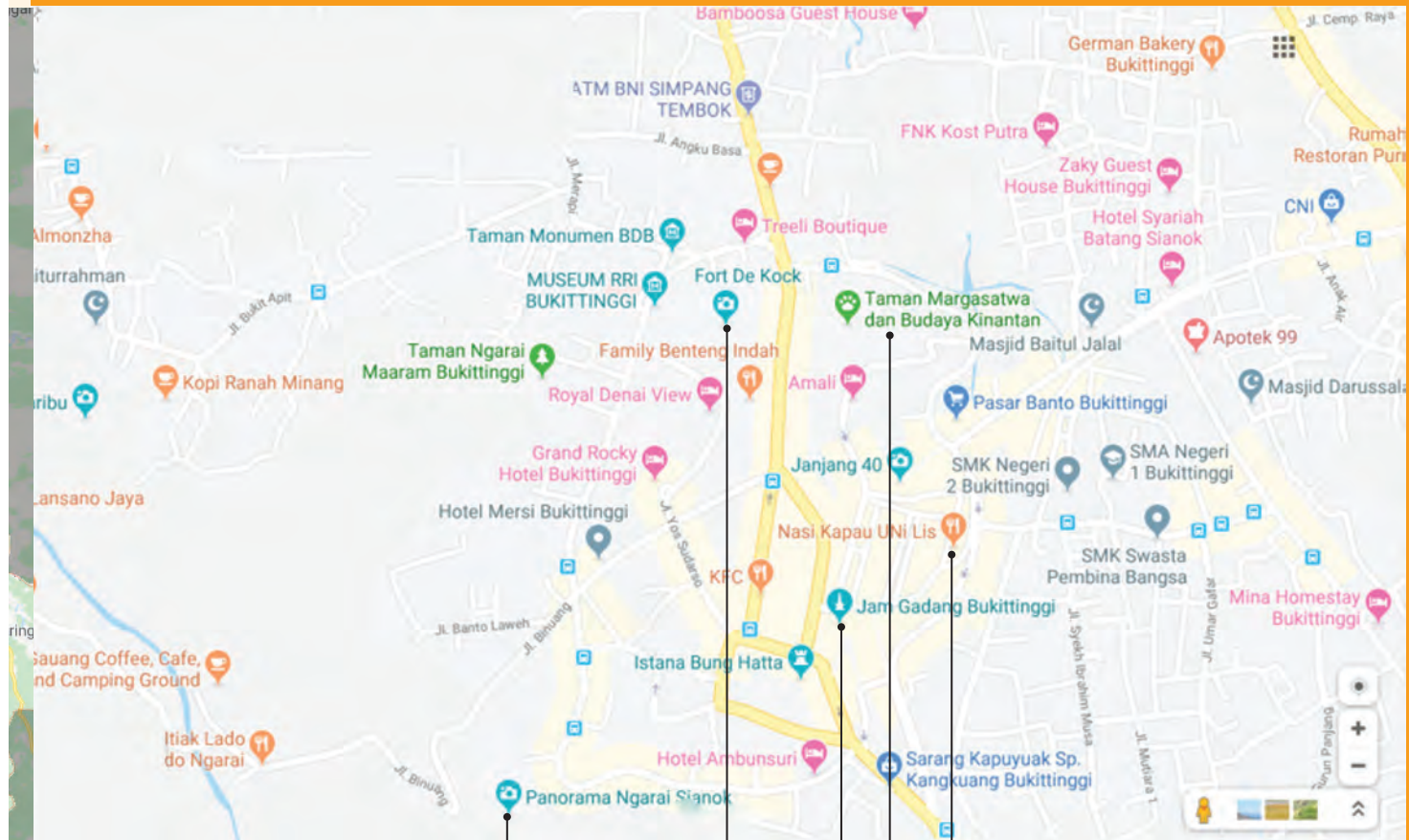
Jl. Veteran No.43, Purus, Kec. Padang Baru, Kota Padang, Sumatera Barat 25115





## Informasi

- Padang - Padang Panjang  
**76.7 km**
- Padang - Bukittinggi  
**95.7 km**
- Padang - Batusangkar  
**100.6 km**
- Padang - Payakumbuh  
**123.4 km**



Taman Margasatwa dan Budaya Kinantan

Panorama Ngarai Sianok

Jam Gadang

Nasi Kapau  
Uni Lis

Benteng For De Kock



# Peta Bukittinggi

## Bukittinggi Map

# Peta Kota Padang

## Padang City Map



Minangkabau International Airport

Basko Grand Mall

Rumah Makan Lamun Ombak

Masjid Raya Sumatera Barat

Hotel Mercure Padang  
Restoran Taman Sari

Hotel Rocky Plaza

Plaza Andalas

Hotel Rangkayo Basa

Es Duren Ganti Nan Lamo

Hotel Kyriad Bumiminang

PuncakMandeh/Patai Mandeh



## Puncak Lawang Lawang Peak

Puncak Lawang adalah puncak perbukitan dengan view menakjubkan ke arah Danau Maninjau. Daerah berhawa sejuk khas pegunungan ini terletak sekitar 22 kilo meter dari Kota Bukittinggi, arah Danau Maninjau.

Puncak Lawang Peak is a hilltop with a stunning view towards Lake Maninjau. This cold mountainous area is located about 22 kilometers from the city of Bukittinggi, in the direction of Lake Maninjau.



## Danau di Atas Danau di Bawah

Danau di Atas Danau Di Bawah Lakes



Dijuluki Danau Kembar karena terletak berdekatan, Danau di Atas dan Danau di Bawah menyajikan panorama alam berlatar pegunungan yang hamper selalu dibalut kabut. Lokasinya di daerah Alahan Panjang, Solok, sekitar 56 kilo meter dari Kota Padang, atau sekitar 29 kilo meter dari Kota Solok

Nicknamed Twin Lakes because they are located close together, Danau di Atas and Danau di Bawah lakes offer a panoramic view of the mountainous nature that is almost always clad in fog. Its location is in the Alahan Panjang area, Solok, around 56 kilo meters from Padang City, or around 29 kilo meters from Solok City



## Ngarai Sianok Sianok Canyon

Ini adalah lembah curam dengan view mempesona bila dilihat dari Bukittinggi. Terlihat bukit batu kapur yang seolah-olah dikawal oleh Gunung Singgalang di kejauhan. Lokasinya sekitar 1,5 kilometer dari pusat Kota Bukittinggi.

This is a steep valley with a personalized view when viewed from Bukittinggi. The limestone hills were seen as if escorted by Mount Singgalang in the distance. The location is about 1.5 kilometers from the center of Bukittinggi City.

# Air Terjun Lembah Anai

## Anai Valley Waterfall



Terletak di ruas jalan Padang – Bukittinggi, air terjun Lembah Anai menjadi penyegar perjalanan. Banyak wisatawan yang berhenti sejenak di lokasi ini untuk berfoto atau menikmati jajanan, sebelum melanjutkan perjalanan ke arah Bukittinggi atau ke Padang. Lokasinya sekitar 57 kilo meter di utara Kota Padang.

Located on the Padang - Bukittinggi road, the Anai Valley waterfall is an iconic natural tourism attraction. Many tourists usually stop at this spot for a moment to take pictures or have a short meal, before continuing the journey toward Bukittinggi or to Padang. The location is about 57 kilometers north of Padang City.

# Danau Singkarak

## Lake Singkarak

Dikelilingi Bukit Barsian, panorama Danau Singkarak cukup khas. Banyak spot menarik untuk selfie. Selain berkeliling menggunakan perahu, banyak juga wisatawan *nyebur* ke danau, merasakan sejuknya air danau. Lokasi Danau sekitar 93 kilo meter dari Padang, atau sekitar 47 kilo meter dari Bukittinggi.

Surrounded by Barisan Hill, the panorama of Lake Singkarak is quite unique and beautiful, meaning that there are a lot of interesting spots for selfies. In addition to traveling around by boat, many tourists enjoy diving into the lake, feeling the coolness of the lake water. The location of the lake is about 93 kilometers from Padang, or about 47 kilometers from Bukittinggi.



# Desa Pariangan

Pariangan Village



Pernah dinobatkan sebagai desa terindah di dunia, Desa Pariangan menyajikan pemandangan alami sebuah perkampungan tradisional Sumatera Barat. Pemandangan alam dengan hamparan sawah di kejauhan juga menjadi daya tariknya. Terletak sekitar 38 kilo meter dari Bukittinggi, atau sekitar 95 kilo meter dari Kota Padang

Once named the most beautiful village in the world, Pariangan Village presents a natural view of a traditional village in West Sumatra. Natural scenery with a stretch of rice fields in the distance is also an attraction. Located about 38 kilometers from Bukittinggi, or about 95 kilometers from the city of Padang



## Pandai Sikek

Pandai Sikek

Daerah di kaki Gunung Singgalang ini terkenal dengan kerajinan tenunnya. Berhawa sejuk, daerah ini juga subur, cocok untuk tanaman sayur mayur. Daerah ini tak jauh dari Bukittinggi, sekitar 15 kilo meter.

The area at the foot of Mount Singgalang is famous for its weaving crafts. The cool breeze of air makes this area highly fertile, suitable for vegetable crops. This area is not far from Bukittinggi, about 15 kilometers.

## Istana Pagaruyung

Pagaruyung Palace



Rumah adat Minangkabau terbesar di Sumatera Barat ini adalah bekas pusat pemerintahan Kerajaan Minangkabau. Kini, selain menjadi tujuan wisata, Istana Pagaruyung juga menjadi sentra kegiatan budaya Minangkabau. Perjalanan ke Istana Pagaruyung sekitar 1,5 jam dari Bukittinggi, atau berjarak sekitar 44 kilo meter.

The biggest Minangkabau traditional house in West Sumatra is the former center of the government of the Minangkabau Kingdom. Now, besides being a tourist destination, Pagaruyung Palace is also a center of Minangkabau cultural activities. Traveling to the Pagaruyung Palace takes about 1.5 hours from Bukittinggi, or a distance of about 44 kilometers.





## Biro Wisata

Ero Tour: (0751) 442655

Bumi Wisata Minang: (0752) 33318

## Rent Car

Ghaisan Car Rental: 0822 8391 0000

Welly Car Rental: 0812 6616 448

Omo Cars WA: 08 999 123 123

## Hotline

Dinas Pariwisata Sumatera Barat: 0811661181

Call Center Polri: 110

## Rumah Sakit

RS Dr M Djamil Padang: ( 0751) 32373

RS Dr Achmad Mochtar Bukittinggi: 0752- 21720

RSUD Dr Adnan WD Payakumbuh: 0752-796152

