

Preferensi Muslim *Friendly* Gastronomi di Kota Ho Chi Minh Vietnam

Abdul Aziz Pardon¹, Caria Ningsih², Dedy Setiyawan³, Mayadhisa Ardhita⁴
Universitas Pendidikan Indonesia Bandung, Indonesia, abdulazizpardon@student.upi.edu¹,
caria.ningsih@upi.edu², dedysetiawan19426@gmail.com³,
mayadhisa25@gmail.com⁴

ABSTRAK

Pertumbuhan jumlah wisatawan Muslim yang berkunjung ke Ho Chi Minh City, khususnya dari Indonesia dan Malaysia, belum diimbangi dengan ketersediaan restoran halal bersertifikat dan informasi kuliner yang memadai. Kondisi ini menimbulkan kesenjangan antara potensi pasar wisatawan Muslim dan kesiapan infrastruktur gastronomi halal di kota tersebut. Permasalahan utama penelitian ini adalah minimnya sertifikasi halal, kurangnya segregasi bahan halal dan non-halal, serta keterbatasan promosi kuliner halal yang membuat wisatawan ragu mengonsumsi makanan lokal. Penelitian ini bertujuan mengeksplorasi preferensi wisatawan Muslim terhadap gastronomi halal dengan fokus pada infrastruktur pendukung, persepsi makanan, kenyamanan konsumsi, dan aksesibilitas. Penelitian menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus, karena sesuai untuk memahami fenomena secara mendalam pada konteks tertentu. Data dikumpulkan melalui observasi lapangan, wawancara semi-terstruktur dengan pelaku usaha kuliner, serta survei terhadap wisatawan Muslim yang sedang berkunjung. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar wisatawan tidak yakin terhadap kehalalan makanan yang tersedia akibat minimnya sertifikasi dan informasi yang jelas. Wisatawan cenderung memilih makanan internasional atau memasak sendiri untuk menghindari keraguan. Simpulan penelitian menegaskan perlunya peningkatan sertifikasi halal, edukasi pelaku usaha, dan promosi gastronomi halal berbasis budaya lokal Vietnam. Rekomendasi untuk penelitian selanjutnya adalah mengkaji persepsi pelaku usaha lokal terhadap penerapan standar halal dan menganalisis potensi kolaborasi lintas negara dalam pengembangan wisata gastronomi halal. Keterbatasan penelitian ini terletak pada jumlah responden yang terbatas dan cakupan wilayah yang hanya meliputi pusat kota Ho Chi Minh.

Kata kunci: gastronomi, pariwisata, halal, wisatawan Muslim, Ho Chi Minh

ABSTRACT

The growth in the number of Muslim tourists visiting Ho Chi Minh City, particularly from Indonesia and Malaysia, has not been matched by the availability of certified halal restaurants and sufficient culinary information. This situation creates a gap between the potential Muslim tourist market and the readiness of halal gastronomy infrastructure in the city. The main problem addressed in this study is the lack of halal certification, inadequate segregation between halal and non-halal ingredients, and limited promotion of halal culinary options, which make tourists hesitant to consume local food. This research aims to explore Muslim tourists' preferences toward halal gastronomy, focusing on supporting infrastructure, food perception, consumption comfort, and food accessibility. This study employed a qualitative research method with a case study approach, as it is suitable for gaining in-depth understanding of phenomena within a specific context. Data were collected through field observations, semi-structured interviews with culinary business owners, and surveys of Muslim tourists visiting the city. The results show that most tourists are uncertain about the halal status of available food due to the lack of certification and clear information. Tourists tend to choose international dishes or cook their own meals to avoid doubts. The study concludes that there is an urgent need to improve halal certification, educate business owners, and promote halal gastronomy based on Vietnam's local culture. Recommendations for future research include

examining local business owners' perceptions of halal standard implementation and exploring cross-country collaborations in developing halal gastronomy tourism. The study's limitations lie in the small number of respondents and the geographical scope limited to the Ho Chi Minh City center.

Keywords: *gastronomy, tourism, halal, Muslim tourists, Ho Chi Minh*

Naskah diterima: 16 Juni 2025, direvisi: 06 Agustus 2025, diterbitkan: 25 Agustus 2025

DOI : <https://doi.org/10.37253/altasia.v7i2.10661>

PENDAHULUAN

Kota Ho Chi Minh, yang sebelumnya dikenal sebagai Saigon, merupakan pusat ekonomi, budaya, dan pariwisata terbesar di Vietnam. Dalam dua dekade terakhir, kota ini mengalami pertumbuhan pesat dan menjadi salah satu destinasi unggulan di Asia Tenggara. Peningkatan konektivitas internasional telah mendorong lonjakan jumlah wisatawan, termasuk wisatawan Muslim dari Malaysia dan Indonesia (Krisbintoro et al., 2023). Pada semester pertama 2024, jumlah wisatawan internasional yang berkunjung ke kota ini mencapai lebih dari 2,6 juta orang, naik 38% dibandingkan tahun sebelumnya. Namun, hingga Juli 2025 jumlah restoran halal di Ho Chi Minh hanya 17 unit atau sekitar 25% dari total restoran halal di Vietnam. Ketidakseimbangan ini menunjukkan adanya fenomena menarik: permintaan tinggi dari wisatawan Muslim tidak diiringi dengan ketersediaan fasilitas gastronomy halal yang memadai.

Dalam penelitian ini digunakan istilah gastronomy halal, yang mengacu pada penyediaan makanan dan pengalaman kuliner sesuai prinsip syariat Islam, mencakup pemilihan bahan, proses pengolahan, metode penyajian, serta kebersihan yang terjamin (Sufa et al., 2020; Dima, 2019). Istilah ini lebih luas dibanding sekadar "makanan halal" atau "kuliner halal" karena melibatkan aspek budaya, kenyamanan, dan kepercayaan konsumsi. Bagi wisatawan Muslim, gastronomy halal tidak hanya memastikan bebasnya makanan dari bahan haram, tetapi juga memberikan rasa aman, nyaman, dan sesuai dengan nilai-nilai Islam selama perjalanan wisata.

Di negara mayoritas Muslim seperti Malaysia, konsep gastronomy halal telah terintegrasi dalam industri pariwisata melalui sistem sertifikasi nasional dan promosi berkelanjutan. Sebaliknya, Ho Chi Minh masih berada pada tahap awal pengembangan, dengan jumlah restoran halal yang terbatas, distribusi yang tidak merata, dan belum adanya regulasi baku terkait sertifikasi halal (Suroto & Hermawati, 2023). Beberapa restoran yang dikelola komunitas Muslim memang menawarkan menu halal, namun mayoritas hotel dan restoran belum mampu memisahkan fasilitas dapur dan peralatan untuk makanan halal dan non-halal, sehingga menimbulkan keraguan bagi wisatawan.

Pengalaman kota lain di Asia Tenggara menunjukkan bahwa pengembangan gastronomy halal dapat menjadi strategi sukses menarik wisatawan Muslim. Kuala Lumpur memiliki sistem sertifikasi halal yang diakui internasional melalui JAKIM, sementara Bangkok, meskipun bukan kota mayoritas Muslim, aktif memasarkan kuliner halal melalui festival, peta wisata halal, dan pelatihan bagi pelaku usaha (Samori et al., 2016). Kondisi ini menegaskan adanya kesenjangan di Ho Chi Minh, yang belum menerapkan strategi terstruktur untuk memaksimalkan potensi pasar wisatawan Muslim, meskipun jumlah pengunjung dari negara mayoritas Muslim terus meningkat setiap tahun.

Selain kesenjangan dalam praktik pengelolaan pariwisata halal, terdapat pula kekosongan dalam kajian ilmiah terkait Ho Chi Minh. Sebagian besar penelitian pariwisata halal di Asia Tenggara berfokus pada destinasi yang sudah mapan, seperti

Kuala Lumpur dan Bangkok (Hashim et al., 2019; Sauky & Misnawati, 2023). Minimnya penelitian yang secara spesifik mengulas preferensi wisatawan Muslim terhadap gastronomi halal di Ho Chi Minh membuat pemahaman tentang kebutuhan, persepsi, dan perilaku konsumsi mereka masih terbatas. Padahal, informasi ini sangat penting sebagai dasar perumusan strategi pengembangan pariwisata halal yang tepat sasaran.

Fenomena tersebut memunculkan beberapa pertanyaan penelitian, yaitu: (1) Bagaimana kondisi infrastruktur gastronomi halal yang tersedia di Kota Ho Chi Minh? (2) Bagaimana persepsi dan preferensi wisatawan Muslim terhadap gastronomi halal di kota tersebut? (3) Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi wisatawan Muslim dalam memilih kuliner halal selama berwisata di Ho Chi Minh?

Berdasarkan permasalahan yang telah dirumuskan, penelitian ini bertujuan untuk: (1) mengidentifikasi kondisi infrastruktur gastronomi halal di Kota Ho Chi Minh, (2) menganalisis persepsi dan preferensi wisatawan Muslim terhadap gastronomi halal, dan (3) mengungkap faktor-faktor yang memengaruhi keputusan wisatawan Muslim dalam memilih kuliner halal. Kebaruan penelitian ini terletak pada fokus kajian gastronomi halal di kota non-Muslim yang sedang berkembang, dengan pendekatan kualitatif dan perbandingan terhadap dua kota rujukan, yaitu Kuala Lumpur dan Bangkok. Dengan demikian, hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis bagi pemerintah dan pelaku industri pariwisata dalam merumuskan strategi pengembangan destinasi kuliner halal yang kompetitif di kawasan Asia Tenggara.

KAJIAN PUSTAKA

Konsep Wisata Halal dan Muslim *Friendly*

Wisata halal merupakan konsep pariwisata yang mengakomodasi kebutuhan pengunjung Muslim sesuai prinsip-prinsip syariah, mencakup ketersediaan makanan halal, fasilitas ibadah, lingkungan yang sesuai nilai-nilai Islam, dan layanan penunjang lainnya. Menurut (Battour et al., 2021) wisata

halal telah berkembang menjadi segmen global yang berkontribusi signifikan terhadap industri pariwisata dunia, dengan permintaan yang terus meningkat setiap tahunnya.

Dalam konteks kuliner, gastronomi halal adalah bagian penting dari wisata halal, mencakup bukan hanya kepatuhan terhadap hukum Islam dalam bahan dan proses pengolahan, tetapi juga pengalaman budaya, penyajian yang layak, serta kenyamanan konsumsi. (Daryanto & Subagyo, 2020) menegaskan bahwa gastronomi halal mempengaruhi citra destinasi wisata karena pengalaman kuliner menjadi salah satu faktor pembentuk kepuasan wisatawan.

Wisatawan Muslim cenderung mencari informasi kuliner halal melalui *platform* digital seperti media sosial, blog perjalanan, dan aplikasi peta. Hal ini menunjukkan pentingnya penyediaan informasi yang valid dan terverifikasi, terutama di destinasi non-Muslim. Studi (Hamid et al., 2022) menemukan bahwa pelaku industri yang mampu memberikan informasi jelas tentang kehalalan dan fasilitas ibadah akan lebih mudah membangun kepercayaan wisatawan Muslim.

Kesuksesan destinasi halal juga ditentukan oleh pemahaman pelaku usaha terhadap faktor kenyamanan non-material seperti suasana bebas alkohol, keramahan layanan, dan pemisahan fasilitas yang jelas. Dengan demikian, gastronomi halal tidak hanya dilihat dari sisi kuliner, tetapi juga sebagai bagian integral dari ekosistem wisata halal yang memengaruhi keputusan berkunjung.

Kajian Gastronomi Halal

Gastronomi adalah ilmu dan seni yang mempelajari hubungan antara makanan, budaya, dan pengalaman makan. Dalam konteks pariwisata, gastronomi tidak hanya mencakup konsumsi makanan, tetapi juga proses pemilihan bahan, teknik pengolahan, penyajian, dan makna budaya yang melekat pada kuliner tersebut. Gastronomi halal mengacu pada seluruh praktik gastronomi yang sesuai dengan prinsip syariat Islam, mulai dari sumber bahan baku, proses pengolahan, penggunaan peralatan, hingga

penyajian yang terhindar dari kontaminasi bahan haram. Istilah ini lebih komprehensif dibandingkan sekadar “makanan halal” karena menempatkan pengalaman kuliner sebagai bagian dari identitas destinasi wisata, khususnya bagi wisatawan Muslim.

Kota Ho Chi Minh memiliki sejarah kuliner yang kaya, dipengaruhi oleh perpaduan budaya Vietnam, Tiongkok, Prancis, dan pengaruh Asia Tenggara lainnya. Hidangan ikonik seperti *pho*, *banh mi*, dan *goi cuon* mencerminkan kombinasi teknik masak lokal dan warisan kolonial. Namun, sebagian besar makanan khas ini menggunakan bahan yang tidak memenuhi standar halal, seperti daging babi atau kaldu berbahan alkohol. Bagi wisatawan Muslim, adaptasi terhadap kuliner lokal menjadi tantangan karena harus memodifikasi atau mencari versi halal dari hidangan tersebut. Dalam konteks ini, pengembangan gastronomi halal di Ho Chi Minh memerlukan inovasi resep yang tetap mempertahankan cita rasa otentik namun mematuhi hukum Islam.

Gastronomi telah diakui sebagai salah satu daya tarik utama dalam pariwisata modern. Pengalaman kuliner yang unik dapat meningkatkan citra destinasi, memperpanjang lama tinggal wisatawan, dan mendorong belanja lokal. Untuk wisatawan Muslim, gastronomi halal bukan hanya aspek kenyamanan, tetapi juga bagian dari kepatuhan terhadap keyakinan agama. Penelitian terbaru menunjukkan bahwa destinasi yang mengintegrasikan gastronomi halal ke dalam strategi pariwisata mengalami peningkatan kunjungan signifikan dari segmen wisatawan Muslim. Oleh karena itu, pengembangan gastronomi halal di Ho Chi Minh memiliki potensi strategis untuk memperluas pangsa pasar pariwisata kota ini.

Teori representasi sosial menjelaskan bagaimana suatu konsep dipahami, dibentuk, dan disebarkan dalam suatu kelompok sosial. Dalam konteks gastronomi halal, representasi sosial mencakup persepsi wisatawan Muslim tentang kehalalan makanan, kebersihan, dan keaslian cita rasa. Penelitian menunjukkan bahwa representasi sosial wisatawan terhadap gastronomi halal dipengaruhi oleh

pengalaman pribadi, rekomendasi komunitas, dan paparan media. Di Ho Chi Minh, representasi ini penting karena mayoritas penduduk bukan Muslim, sehingga persepsi wisatawan sangat menentukan tingkat kepercayaan mereka terhadap layanan kuliner halal yang tersedia.

Analisis Perbandingan: Kuala Lumpur, Bangkok, dan Ho Chi Minh

Perbandingan dalam subbab ini digunakan sebagai referensi strategis, bukan sebagai desain penelitian komparatif penuh. Tujuannya adalah memetakan posisi Ho Chi Minh dalam konteks pengembangan gastronomi halal di Asia Tenggara, serta mengidentifikasi praktik terbaik (*best practices*) yang dapat diadaptasi. Dengan demikian, analisis ini hanya bersifat pendukung terhadap fokus penelitian, yaitu preferensi wisatawan Muslim terhadap gastronomi halal di Ho Chi Minh.

Meskipun Thailand bukan negara mayoritas Muslim, Bangkok telah melakukan berbagai upaya strategis untuk memasarkan pariwisata bagi wisatawan Muslim. Dalam hal ini, pemerintah Thailand melalui *Tourism Authority of Thailand* (TAT) telah memfasilitasi pembuatan peta wisata halal, menyelenggarakan festival makanan halal, serta memberikan kursus tentang standarisasi halal bagi tenaga kuliner dan pengusaha restoran. Di Bangkok, khususnya di Petchaburi Road dan Ramkhamhaeng, terdapat sebagian restoran halal yang dikelola komunitas Muslim lokal dan ekspatriat, menjadikan kawasan tersebut pusat kuliner halal. Hal ini menunjukkan bahwa negara-negara dengan mayoritas penduduk non-Muslim juga bisa menerapkan pendekatan inklusif asal ada kesadaran dan kemauan dari pemerintah dan pelaku industri.

Perhatian khusus pada sektor gastronomi wisata halal ditangani di Vietnam oleh Ho Chi Minh City, meskipun masih di tahap pengembangan. Terdapat komunitas Muslim Cham yang mendirikan sejumlah restoran halal, namun keberadaan mereka belum terintegrasi secara sistematis ke dalam sektor pariwisata, menjadikan jumlahnya terbatas. Selain itu, tanpa adanya sistem

sertifikasi halal nasional di Vietnam, kualitas dan kehalalan makanan yang disajikan sulit dijamin. Sebagian besar hotel di Ho Chi Minh juga tidak membagi secara fisik pemisahan makanan halal dan non-halal, minim informasi dan marker bagi wisatawan Muslim yang mencari makanan di luar tempat menginap yang dianggap berisiko.

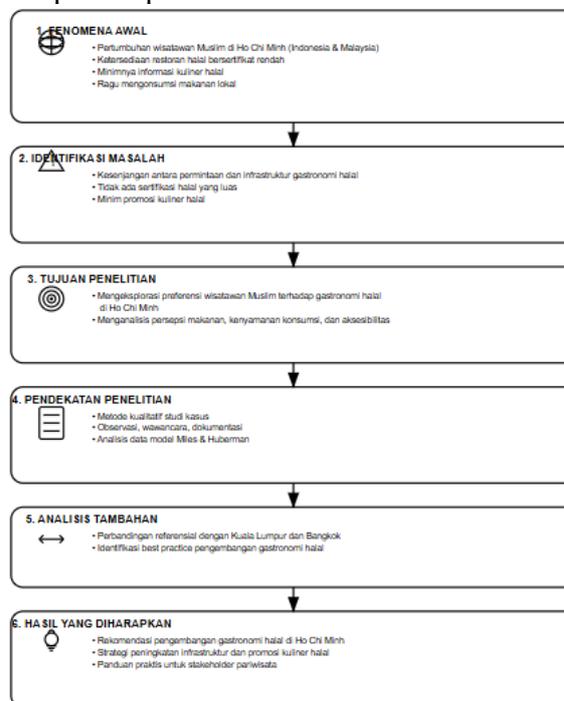
Studi perbandingan sangat penting dalam memberikan gambaran tentang posisi Ho Chi Minh dalam peta pariwisata halal di Asia Tenggara. Dengan mempelajari strategi yang telah berhasil diterapkan di Kuala Lumpur dan Bangkok, Ho Chi Minh dapat menemukan kekurangan dan area potensial untuk pengembangan. Memperkuat kerjasama dengan komunitas Muslim lokal, pelatihan untuk praktisi bisnis kuliner Muslim, serta promosi yang ditargetkan kepada wisatawan Muslim dari Malaysia dan Indonesia, dapat menjadi langkah awal yang strategis.

Penelitian yang fokus pada preferensi gastronomi wisatawan Muslim dan persepsi mereka terhadap ketiga kota ini kemungkinan akan memberikan kontribusi substansial terhadap pengembangan strategi promosi untuk pariwisata halal yang disesuaikan dengan kebutuhan nyata. Ini juga akan membantu pengusaha kuliner di Ho Chi Minh memahami cara menyediakan pengalaman bersantap yang tidak hanya enak tetapi juga aman dan sesuai dengan syariah.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus. Studi kasus dipilih karena fokus penelitian adalah memahami secara mendalam fenomena preferensi wisatawan Muslim terhadap gastronomi halal di Kota Ho Chi Minh dalam konteks kehidupan nyata. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk mengeksplorasi pengalaman, persepsi, dan perilaku secara holistik, yang sulit diungkap dengan metode kuantitatif. Menurut (Yin, 2020), studi kasus sesuai digunakan ketika peneliti ingin menjawab pertanyaan “bagaimana” dan “mengapa” terhadap fenomena kontemporer di dunia nyata.

Perbandingan dengan dua kota rujukan (Kuala Lumpur dan Bangkok) dilakukan secara referensial untuk memberikan konteks posisi Ho Chi Minh dalam pengembangan gastronomi halal, bukan sebagai desain komparatif penuh.



Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah wisatawan Muslim dari Indonesia dan Malaysia yang berkunjung ke Ho Chi Minh, serta pelaku usaha kuliner halal di kota tersebut. Populasi didefinisikan sebagai keseluruhan subjek atau objek yang memiliki karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Penentuan sampel menggunakan teknik *purposive sampling*, yakni memilih informan yang dianggap paling mengetahui dan relevan dengan fenomena yang diteliti. Jumlah responden yang diwawancarai adalah 15 orang wisatawan Muslim dan 5 pelaku usaha kuliner halal, disesuaikan dengan prinsip kecukupan data (*data saturation*) dalam penelitian kualitatif.

Teknik Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui:

1. Observasi lapangan di area dengan konsentrasi kuliner halal, seperti Jalan

- Nguyen An Ninh dekat Pasar Ben Thanh.
2. Wawancara mendalam menggunakan pedoman wawancara terstruktur dan semi-terstruktur, dilakukan secara langsung tatap muka.
 3. Dokumentasi, meliputi foto, brosur, dan materi promosi kuliner halal di Ho Chi Minh.

Instrumen Penelitian

Instrumen utama dalam penelitian ini adalah peneliti sendiri (*human instrument*) yang berperan dalam mengumpulkan, menganalisis, dan menafsirkan data, dibantu dengan pedoman wawancara dan lembar observasi sebagai instrumen pendukung.

Analisis Data

Analisis data dilakukan menggunakan model interaktif (Miles, Huberman, & Saldaña, 2019) yang meliputi tiga tahap: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi. Data yang terkumpul dari wawancara ditranskrip, dikodekan, lalu dikategorikan sesuai tema-tema penelitian.

Kerangka Berpikir Penelitian

Kerangka berpikir penelitian ini dimulai dari identifikasi fenomena kesenjangan antara tingginya kunjungan wisatawan Muslim dan terbatasnya infrastruktur gastronomi halal di Ho Chi Minh. Selanjutnya dianalisis persepsi dan preferensi wisatawan Muslim melalui studi kasus, serta dibandingkan secara referensial dengan kota rujukan untuk menyusun rekomendasi pengembangan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Gambaran Daerah Penelitian

Ho Chi Minh City, atau dikenal pula sebagai Saigon, merupakan pusat ekonomi dan budaya terbesar di Vietnam bagian selatan. Kota ini menjadi pintu gerbang utama bagi wisatawan internasional, termasuk wisatawan Muslim dari Indonesia dan Malaysia. Ho Chi Minh dikenal dengan keragaman budayanya yang terbentuk dari pengaruh Vietnam, Tiongkok, Prancis, dan komunitas minoritas lain seperti Muslim Cham. Pengaruh multikultural ini tercermin

dalam warisan kulinernya, yang memadukan cita rasa lokal dengan teknik dan bahan dari luar negeri. Relevansi kota ini terhadap penelitian terletak pada pertumbuhan jumlah wisatawan Muslim yang datang, sementara ketersediaan infrastruktur gastronomi halal, seperti restoran bersertifikat halal, informasi kuliner halal, dan promosi wisata halal, masih terbatas.

Kota Ho Chi Minh sebagai pusat ekonomi, budaya, dan komersial terbesar di Vietnam tetap memenuhi fungsinya sebagai salah satu destinasi unggulan di wilayah Asia Tenggara. Berdasarkan informasi yang diberikan oleh Departemen Pariwisata Kota Ho Chi Minh, kota ini menyimpan capaian yang cukup penting di sektor pariwisata sepanjang Januari hingga September, di mana kunjungan internasional mencapai 4,014 juta wisatawan sementara kunjungan domestik 27,353 juta wisatawan. Angka tersebut menunjukkan pertumbuhan masing-masing sebesar 12,4% untuk wisatawan internasional dan kenaikan 1,3% untuk domestik dibandingkan tahun sebelumnya. Lonjakan ini menjadi indikasi kuat akan pulihnya sektor pariwisata pasca-pandemi serta meningkatnya daya tarik kota ini di mata wisatawan domestik dan mancanegara.

Beberapa faktor yang mendorong meningkatnya jumlah kunjungan mencakup peningkatan frekuensi penerbangan, promosi yang dilakukan pemerintah, serta pembangunan sarana dan prasarana penunjang seperti akomodasi, pusat perbelanjaan, dan tempat wisata budaya. Ditambahkan pula, perkembangan di sektor pariwisata tidak terlepas dari geliat ekonomi di daerah ini yang banyak memberikan pelayanan serta produk dengan harga yang bersaing. Di samping itu, Ho Chi Minh terkenal sebagai kota yang memiliki daya tarik paduan arsitektur bangunan kolonial Prancis, kehidupan kota modern, serta kebudayaan lokal yang kaya.

Perkembangan ini memberikan peluang serta tantangan baru bagi sektor pariwisata kota tersebut. Hal ini sudah pasti berkaitan dengan memenuhi kebutuhan wisatawan yang berasal dari berbagai latar budaya dan agama.

Salah satu segmen yang terus mengalami pertumbuhan, yaitu wisatawan Muslim, khususnya dari negara-negara anggota ASEAN seperti Malaysia dan Indonesia. Kedua negara ini merupakan penyumbang wisatawan Muslim terbesar di kawasan dan memiliki preferensi khusus dalam hal konsumsi makanan halal serta akomodasi selama perjalanan.

Sehubungan dengan hal ini, timbul keinginan untuk menawarkan layanan wisata yang ramah Muslim, khususnya dalam bidang kuliner atau gastronomi. Wisatawan Muslim terutama menginginkan makanan yang tidak hanya menggugah selera, tetapi juga menjamin kehalalan. Meskipun jumlah wisatawan Muslim kian meningkat, harapan Ho Chi Minh masih menghadapi berbagai keterbatasan di dalam serta luar negeri dalam penyediaan informasi halal yang memadai berkaitan dengan makanan dan layanan. Dari sisi gastronomi, meskipun jumlah kunjungan wisatawan meningkat, masih sedikit restoran yang memiliki sertifikasi halal resmi. Banyak hotel dan restoran tidak memiliki ruang makan halal terpisah dari ruang makan non halal. Selain itu, keterbatasan informasi dalam bahasa Melayu atau Indonesia menjadi kendala tersendiri dalam membangun kepercayaan wisatawan Muslim terhadap layanan gastronomi yang ditawarkan.

Adanya peningkatan jumlah pengunjung memerlukan pengembangan infrastruktur berbasis halal serta pemetaan preferensi wisatawan Muslim. Dari aspek pengelolaan, pemahaman terhadap kebutuhan, persepsi, dan masalah yang dihadapi wisatawan Muslim di Ho Chi Minh City akan menciptakan daya tarik wisata halal yang tidak hanya memperkaya keragaman produk wisata, tetapi juga menjangkau salah satu segmen pasar yang menjanjikan dan sedang tumbuh.

1. Ketersediaan Infrastruktur Pendukung untuk Pariwisata Kuliner

Selain menjadi pusat perdagangan dan pariwisata, Ho Chi Minh memiliki sejarah panjang dalam perkembangan seni kuliner. Hidangan khas seperti *pho*,

banh mi, dan *goi cuon* telah menjadi ikon kota, mencerminkan perpaduan sejarah kolonial dan budaya lokal. Seni kuliner Ho Chi Minh juga dipengaruhi oleh konsep *communal eating* (makan bersama) yang memperkuat nilai kebersamaan dalam masyarakat Vietnam. Dalam konteks gastronomi halal, adaptasi terhadap kebutuhan wisatawan Muslim memerlukan penyesuaian bahan, metode pengolahan, dan penyajian yang sesuai standar halal.

Hubungan antara gastronomi dan pariwisata di Ho Chi Minh terlihat dari upaya pemerintah daerah dalam mempromosikan festival kuliner, meskipun promosi khusus kuliner halal masih sangat terbatas. Teori representasi sosial dalam gastronomi menjelaskan bahwa makanan bukan hanya sekadar asupan gizi, melainkan simbol identitas budaya dan cara suatu kelompok merepresentasikan diri di hadapan kelompok lain. Dalam konteks Ho Chi Minh, representasi makanan halal dapat membangun citra kota sebagai destinasi ramah Muslim, meningkatkan kepercayaan wisatawan, dan memperluas pasar pariwisata halal. Di area ini, terdapat banyak restoran dan pedagang kaki lima yang mengklaim menjual makanan halal. Sebagian besar dari mereka menampilkan "Halal" dalam bahasa Inggris dan Arab pada papan nama dan menu mereka. Berdasarkan observasi dan wawancara dengan pengusaha kuliner, beberapa memang memiliki sertifikasi halal internasional dari lembaga seperti JAKIM (Malaysia) atau mengimpor makanan halal bersertifikat dari negara asalnya. Namun, yang lainnya hanya mengandalkan kepercayaan konsumen tanpa sertifikasi resmi.

Lebih dari sekedar restoran, ketersediaan tempat ibadah seperti Masjid Pusat Saigon yang terletak dekat Ben Thanh menambah nilai pada area

tersebut. Masjid ini sering dikunjungi oleh wisatawan Muslim untuk berdoa, dan kedekatannya dengan restoran halal menjadi keuntungan tambahan. Namun, di luar area ini, infrastruktur halal masih sangat terbatas, dan wisatawan Muslim sering menghadapi tantangan dalam menemukan makanan halal atau informasi yang cukup akurat.

Salah satu isu utama yang mempengaruhi infrastruktur halal di Ho Chi Minh berasal dari tidak adanya badan sertifikasi halal berbasis lokal yang diakui secara internasional. Hal ini sangat menghambat para pelaku usaha dalam mendapatkan sertifikasi resmi, dan banyak di antara mereka terpaksa mengandalkan impor halal atau hanya melabeli produk mereka halal tanpa proses verifikasi. Informasi mengenai restoran halal juga tidak tersedia secara luas dalam bentuk brosur atau peta pariwisata halal yang disediakan oleh kota, sehingga wisatawan terpaksa mengandalkan aplikasi atau informasi dari komunitas *online*.

Namun, ada *trend* positif yang muncul terutama karena meningkatnya permintaan pasar dan kesadaran yang meningkat di kalangan pelaku usaha tentang potensi pariwisata halal. Beberapa hotel bintang tiga dan empat telah mulai menawarkan sarapan halal atas permintaan.



Gambar 1. Sertifikasi Halal

Namun, kurangnya dapur terpisah untuk makanan halal dan non-halal tetap menjadi perhatian, sehingga pelancong perlu lebih berhati-hati. Meskipun infrastruktur pendukung

untuk pariwisata kuliner halal di Ho Chi Minh masih terbatas dalam pengertian umum, area seperti Jalan Nguyen An Ninh telah menunjukkan perkembangan yang menjanjikan sebagai pusat layanan kuliner halal yang dapat diandalkan oleh pelancong Muslim.



Gambar 2. Restaurant Halal di Jalan Nguyen An Ninh

2. Persepsi dan Preferensi Wisatawan Muslim Terhadap Makanan Halal di Ho Chi Minh

Wisatawan Muslim memiliki kebutuhan khusus terkait makanan yang diizinkan oleh agama mereka, sehingga kekhawatiran mengenai kehalalan makanan dan proses konsumsi makanan tersebut sangat penting. Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan wisatawan Muslim asal Indonesia dan Malaysia yang mengunjungi Ho Chi Minh, ditemukan bahwa mereka sangat berhati-hati dalam memilih restoran.

Salah satu pertimbangan yang paling penting adalah kehalalan bahan-bahan

makanan, serta metode persiapan makanan. Banyak wisatawan mengungkapkan bahwa, meskipun sebuah restoran menampilkan tanda "halal", mereka tidak mempercayai label tersebut kecuali ada sertifikasi resmi, terutama ketika restoran tersebut menyajikan alkohol dan makanan lainnya yang tidak diizinkan. Akibatnya, mereka lebih memilih restoran yang secara khusus menyajikan makanan halal, terutama yang dimiliki oleh Muslim atau pengusaha Muslim.

Selain itu, kemudahan konsumsi mencakup kebersihan restoran, pelayanan yang ramah, serta penjelasan yang jelas mengenai bahan-bahan. Restoran dengan staf yang bisa berbahasa Melayu atau Indonesia dianggap lebih tepercaya karena mereka dapat memberikan penjelasan mendetail tentang menu yang ditawarkan. Wisatawan cenderung memesan hidangan yang sederhana dan umum seperti nasi goreng, ayam goreng, kari ayam, tom yum, dan nasi lemak.

Namun demikian, beberapa wisatawan Muslim bersedia mencoba masakan Vietnam setempat selama mereka yakin tidak mengandung bahan haram. Misalnya, beberapa wisatawan mengungkapkan minat untuk mencoba *Gà rán nước mắm* (ayam goreng dengan saus ikan) atau *cá rô phi chiên ba hương vị* (ikan tilapia goreng dengan tiga rasa) asalkan sausnya halal dan metode memasaknya diperbolehkan.

Preferensi wisatawan Muslim juga dipengaruhi oleh media sosial dan rekomendasi dari teman sebaya. Mereka cenderung mencari ulasan di Google, diskusi atau postingan di Instagram atau Facebook untuk mencari tempat makan halal yang tepercaya dan aman. Faktanya, beberapa wisatawan menyusun daftar restoran halal dari *blog* perjalanan sebelum kedatangan mereka di Vietnam. Dari sudut pandang

psikologis, wisatawan Muslim menginginkan makanan yang tidak hanya lezat tetapi juga aman dan damai secara spiritual. Oleh karena itu, meskipun harga makanan penting, aspek halal, kenyamanan, dan pengalaman jauh lebih diutamakan dibandingkan faktor lainnya.

3. Paket Perjalanan Wisata Halal ke Vietnam

Perjalanan terbuka halal ke Vietnam, khususnya ke Kota Ho Chi Minh, semakin menjadi salah satu pilihan wisata yang paling populer di kalangan wisatawan Muslim dari Indonesia dan Malaysia. Perjalanan terbuka ini disesuaikan khusus oleh agen perjalanan halal yang sepenuhnya memahami kebutuhan wisatawan Muslim dalam hal akomodasi, tempat makan, dan ibadah. Kota Ho Chi Minh sebagai destinasi yang berkembang pesat di bidang pariwisata ramah Muslim menyediakan lokasi ideal untuk penawaran paket semacam itu. Dengan lebih banyak fleksibilitas dan biaya yang lebih rendah, perjalanan terbuka halal memberi peserta kenyamanan dan keamanan dalam hal spiritual tanpa mengorbankan pengalaman wisata yang menarik.

Secara umum, durasi untuk perjalanan terbuka adalah tiga hingga lima hari, dengan layanan yang mencakup tiket pesawat pulang pergi, akomodasi, transportasi lokal, makanan, dan pemandu wisata ramah Muslim. Selain itu, beberapa paket telah menyertakan kunjungan ke masjid lokal dan jeda salat lima kali sehari ke dalam *itinerary*, yang memungkinkan peserta fokus pada ibadah tanpa khawatir saat bepergian. Semua restoran yang akan dikunjungi telah diperiksa untuk menyajikan makanan halal, dan sebagian besar terletak di Distrik 1 terutama sepanjang Jalan Nguyen An Ninh yang terkenal dengan makanan halal di kota tersebut. Restoran yang sering dikunjungi untuk paket

perjalanan terbuka sebagian besar adalah restoran Malaysia dan Indonesia seperti D'Nyonya Penang, Kampung Melayu, atau Pho Muslim, yang tidak hanya menyajikan makanan halal tetapi juga menawarkan menu yang familiar bagi wisatawan Asia Tenggara.

Perjalanan terbuka memiliki keuntungan dibandingkan perjalanan independen. Seperti dalam paket lainnya, makanan halal disediakan tiga kali sehari, dan peserta dibawa ke tempat-tempat bersejarah dan berbelanja seperti Pasar Ben Thanh. Mereka juga tidak termasuk kunjungan ke tempat-tempat yang dianggap sebagai hiburan malam seperti bar yang bertentangan dengan nilai-nilai Islam. Lebih lanjut, peserta juga dibimbing untuk membeli *souvenir* halal dan pakaian Muslim di toko-toko yang telah disarankan. Harga yang ditawarkan oleh agen perjalanan bersaing, rata-rata antara 4,5 juta hingga 8 juta IDR per orang, tergantung pada durasi perjalanan, kelas hotel, dan jumlah peserta dalam grup.

Penyediaan perjalanan halal terbuka tidak hanya menyelesaikan masalah konsumsi dan kemudahan ibadah bagi wisatawan Muslim, tetapi juga secara tidak langsung merangsang pertumbuhan ekonomi lokal, khususnya restoran halal. Banyak pemilik restoran di Distrik 1 mengakui bahwa pelanggan dari kelompok perjalanan terbuka membantu menjaga stabilitas operasional bisnis mereka. Jadwal yang terorganisir memungkinkan para pemilik restoran ini untuk menyiapkan menu yang lebih baik dan menjaga standar layanan yang tinggi. Dengan kata lain, perjalanan halal terbuka membentuk hubungan timbal balik antara wisatawan Muslim dan para pelaku bisnis lokal, yang menciptakan persaingan yang lebih kuat di industri pariwisata di Ho Chi Minh sebagai destinasi wisata ramah Muslim di Asia Tenggara.

4. Peran Komunitas Muslim Lokal dalam Mendukung Pariwisata Kuliner Halal di Ho Chi Minh

Peran komunitas Muslim lokal adalah salah satu faktor penting yang memungkinkan dan mendorong perkembangan pariwisata kuliner halal. Meskipun terdapat populasi non-Muslim yang besar di Vietnam, keberadaan Muslim di kota Ho Chi Minh, khususnya di sekitar Distrik 1 dan Masjid Pusat Saigon, sangat berperan dalam perkembangan masakan halal. Mereka tidak hanya berfungsi sebagai penjual makanan halal, tetapi juga membantu menjembatani bisnis lokal dengan pasar wisatawan Muslim asing.

Komunitas Muslim Vietnam mencakup kelompok etnis Cham yang menetap di bagian selatan Vietnam, bersama dengan para imigran dari Malaysia, Indonesia, India, dan negara-negara Timur Tengah yang mendirikan bisnis makanan halal. Banyak restoran halal di sepanjang Jalan Nguyen An Ninh dimiliki oleh para pebisnis Muslim Malaysia atau India yang memperkenalkan pendekatan yang lebih profesional dalam menyajikan makanan halal. Yang lebih penting, mereka menyajikan hidangan dari negara mereka kepada wisatawan Muslim.

Komunitas ini juga secara aktif membagikan informasi dan rekomendasi tentang tempat makan halal kepada pengunjung melalui jejaring sosial dan forum *online*. Beberapa anggota komunitas bahkan secara sukarela membantu wisatawan Muslim yang mengunjungi Ho Chi Minh untuk pertama kalinya dengan memandu mereka ke masjid, tempat makan halal, dan toko yang menjual produk Muslim termasuk jilbab, kurma, dan kosmetik halal.

Selain itu, kolaborasi komunitas Muslim lokal dengan operator tur halal dari Indonesia dan Malaysia juga

memberikan dampak positif. Beberapa restoran bahkan menjalin kemitraan khusus dengan operator tur untuk menyediakan makanan bagi kelompok trip terbuka halal. Peran aktif ini menunjukkan bahwa komunitas Muslim bukan hanya konsumen; mereka juga merupakan mitra strategis dalam mengembangkan ekosistem pariwisata halal yang berkelanjutan. Dalam hal ini, memberdayakan komunitas Muslim lokal di Kota Ho Chi Minh menjadi sangat penting dan harus diperkuat melalui pelatihan bisnis, sertifikasi halal, atau kolaborasi dengan pemerintah setempat dan pemangku kepentingan pariwisata. Peran aktif mereka akan menjadi dasar utama untuk mendorong ekosistem pariwisata halal yang tidak hanya bergantung pada wisatawan tetapi tumbuh dari akar sosial dan budaya wilayah tersebut.

SIMPULAN DAN REKOMENDASI

Kesimpulan

Penelitian ini mengungkap bahwa preferensi wisatawan Muslim terhadap gastronomi halal di Ho Chi Minh dipengaruhi oleh ketersediaan infrastruktur pendukung, persepsi terhadap makanan, kenyamanan konsumsi, dan aksesibilitas restoran halal. Hasil observasi dan wawancara menunjukkan bahwa meskipun terdapat beberapa restoran halal, jumlah yang memiliki sertifikat resmi masih terbatas. Minimnya promosi dan informasi kuliner halal menyebabkan wisatawan cenderung berhati-hati dalam memilih makanan lokal. Perbandingan referensial dengan Kuala Lumpur dan Bangkok menunjukkan bahwa Ho Chi Minh masih perlu memperkuat *branding* dan infrastruktur gastronomi halal untuk menarik lebih banyak wisatawan Muslim.

Rekomendasi

1. Bagi Pemerintah Kota Ho Chi Minh
 - a. Mengembangkan peta dan panduan digital kuliner halal yang terintegrasi dengan aplikasi pariwisata resmi.

- b. Mendorong kerja sama dengan lembaga sertifikasi halal internasional untuk memperluas jangkauan restoran bersertifikat.
2. Bagi Pelaku Usaha Kuliner
 - a. Mengikuti pelatihan pengolahan makanan halal dan pemasaran kepada wisatawan Muslim.
 - b. Memasang label halal yang jelas di tempat usaha dan materi promosi.
3. Bagi Akademisi dan Peneliti Selanjutnya
 - a. Melakukan penelitian lanjutan tentang persepsi pelaku usaha terhadap penerapan standar halal.
 - b. Mengkaji strategi promosi gastronomi halal berbasis budaya lokal Vietnam.

Limitasi Penelitian

Penelitian ini memiliki beberapa keterbatasan:

1. Jumlah responden terbatas pada wisatawan Muslim dari Indonesia dan Malaysia yang sedang berada di Ho Chi Minh, sehingga hasil belum dapat digeneralisasikan untuk seluruh wisatawan Muslim.
2. Cakupan wilayah hanya fokus pada pusat kota dan area sekitar Pasar Ben Thanh, belum mencakup seluruh distrik di Ho Chi Minh.
3. Metode kualitatif studi kasus memberikan pemahaman mendalam, namun tidak mengukur hubungan kuantitatif antar variabel.

DAFTAR PUSTAKA

- Brahmanto, E. (2022). Gastronomi Lawang Sewu dan Lumpia Sebagai Icon Kota Semarang Jawa Tengah. *Khasanah Ilmu - Jurnal Pariwisata Dan Budaya*, 13(1), 74–80. <https://doi.org/10.31294/khi.v13i1.12427>
- Caria Ningsih, & Dewi Turgarini. (2020). Preservation and Development of Kampung Nikmat As Tourist Destination for Sunda Gastronomy

- Cultural Heritage. *Tourism Scientific Journal*, 5(2), 266–276.
- Caria, N., & Nuraeni, R. (2019). Developing Strategy of Chinatown as a Halal Gastronomic Tourism Destination in Bandung. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 259, 42–46. <https://doi.org/10.2991/isot-18.2019.9>
- Ibrahim, A., & Ahmad, S. Z. (2020). Developing halal food tourism in non-Muslim countries. *Journal of Islamic Marketing*, 11(6), 1257–1275.
- Nguyen, T. H., & Tran, M. T. (2021). Tourism development in Ho Chi Minh City: Opportunities and challenges. *Journal of Tourism Studies*, 33(4), 55–68.
- Vu, H. T., & Parker, L. (2020). Cultural influences on Vietnamese cuisine. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 25(8), 789–804. <https://doi.org/10.1080/10941665.2020.1797089>
- Chandra, Y., & Fitriani, S. (2023). Peran gastronomi dalam peningkatan daya tarik wisata halal di kawasan Asia. *Jurnal ALTASIA*, 5(2), 99–113. <https://journal.uib.ac.id/index.php/altasia/article/view/2550>
- Tran, V. H., & Nguyen, T. L. (2022). Culinary tourism and city branding: The case of Ho Chi Minh City. *Journal of Tourism Futures*, 8(4), 341–355.
- Ningsih, C., Luthfi, M., & Turgarini, D. (2024). Generation Z Entrepreneurial Morals towards Intention through Self-Efficacy and Motivation, Based on Creative Economy. *Journal of Entrepreneurship Studies*, 9(2), 447–456.
- Pham, T. H., Tran, Q. T., & Nguyen, D. T. (2025). A strategic SWOT assessment of Vietnam's Halal market: Implications for Asian business and trade. *Asian Business & Trade Review*, 12(1), 22–37. https://www.researchgate.net/publication/393046401_A_strategic_SWOT_assessment_of_Vietnam%27s_halal_market
- Halal Times. (2025). How halal tourism could transform Vietnam's travel industry. Halal Times. <https://www.halaltimes.com/how-halal-tourism-could-transform-vietnams-travel-industry>
- Rahmawati, N., & Prasetyo, A. (2022). Strategi pengembangan destinasi wisata kuliner halal di Asia Tenggara. *Jurnal ALTASIA*, 4(1), 15–28. <https://journal.uib.ac.id/index.php/altasia/article/view/2215>
- Sari, D. P. (2024). Strategi pengembangan wisata gastronomi di Kota Bogor – Jawa Barat. *Tourism Gastronomy Development Strategy*, 7(1), 20–29.
- Sauky, M., & Misnawati, D. (2023). Potensi Daya Tarik Gastronomi Wisata Kuliner sebagai Faktor Kunci dalam Mengembangkan Pariwisata Kuliner Pempek 26 Ilir Palembang. *Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 4(2), 888–892.
- Sinthiya, K., Ningsih, C., & Turgarini, D. (2021). Potensi Jawadah Takir Sebagai Atraksi Wisata Gastronomi di Desa Panjalu Kecamatan Panjalu Kabupaten Ciamis. *Jurnal Industri Pariwisata*, 4(1), 32–50.
- Sufa, S. A., Subiakto, H., Octavianti, M., & Kusuma, E. A. (2020). Wisata Gastronomi Sebagai Daya Tarik Pengembangan Potensi Daerah Kabupaten Sidoarjo. *Mediakom: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1), 75–86.
- Suroto, A., & Hermawati, D. (2023). Peran Kuliner Lokal Dalam Mengembangkan Gastronomi Kuliner Berkelanjutan. *Panorama, Recreation, Accommodation, Merchandise, Accessibility*, 4(1), 55–67.