

MASJID SEBAGAI PRODUK PELANCONGAN? SATU TINJAUAN

Siti Rokyah Md Zain, Ros Norita Abd Samad and Mohamed Muneer Samsudin

Faculty of Accountancy

UiTM Kampus Dungun, Terengganu

rokyahmz@tganu.uitm.edu.my, ilajannatizumra@gmail.com

ABSTRAK

Kertas kerja ini mengutarakan satu persoalan mengenai masjid yang dijadikan sebagai salah satu produk pelancongan dalam agenda para pelancong. Tujuan utama kertas kerja ini adalah untuk membuat suatu tinjauan mengenai konsep masjid sebagai produk pelancongan dan merungkai persoalan mengenai kebolegunaan masjid sebagai produk pelancongan dari kacamata Islam. Kajian penyelidikan secara sekunder telah dipilih untuk meninjau mengenai berkaitan kertas kerja berkenaan. Kertas kerja ini berpendapat bahawa masjid sebagai produk pelancongan perlu dilihat dari perspektif positif dalam penyebaran dakwah dan kefahaman Islam kepada pelancong asing dan tempatan.

Kata Kunci: Masjid, Pelancong, Produk Pelancongan, Dakwah

Pengenalan

Institusi masjid adalah sinonim dan begitu akrab dengan komuniti Islam. Masjid adalah wadah komuniti Islam dalam pelbagai aspek kehidupan. Matlamat masjid melangkaui batas ibadah. Ia merangkumi keseluruhan aspek kehidupan komuniti Islam. Umpamanya, masjid menyediakan asas pendidikan mengenai Islam, tempat pertemuan komuniti dimana mereka berkomunikasi dan berinteraksi dalam pelbagai hal, dan masjid juga dijadikan tempat kebajikan di mana pelbagai aktiviti kebajikan dijana seperti kutipan derma untuk golongan yang tidak berkemampuan. Selain dari itu, rekabentuk masjid yang kontemporari pula menyediakan pelbagai prasarana untuk digunakan oleh komuniti Islam setempat seperti bilik mesyuarat, bilik riadah, bilik jahitan, perpustakaan, dewan perkahwinan, dapur dan kemudahan bilik air yang bersih. Rekabentuk masjid juga mempamerkan kebudayaan setempat yang unik. Kebanyakan ruang mimbar masjid menggunakan ukiran seni Islam yang digarap dengan kebudayaan masyarakat tempatan.

Ringkasnya, masjid adalah institusi umat Islam yang menggambarkan kehidupan komuniti Islam yang menyeluruh, merangkumi kehidupan sosial dan keagamaan. Oleh yang demikian, adalah tidak menghairankan masjid juga menjadi tumpuan para pelancong, tempatan dan luar negara. Keinginan mereka untuk meninjau dan memahami keunikan kehidupan komuniti Islam, kebudayaan Islam dan ibadah umat Islam adalah melalui masjid. Justeru, mereka menjadikan masjid sebagai salah satu agenda pelancongan yang harus mereka dilawati.

Islamic Tourism Centre Malaysia (ITC) telah menyediakan gerbang laman sesawang dan pautan serta artikel ringkas mengenai masjid-masjid yang boleh dilawati oleh para pelancong luar dan dalam negara. Masjid-masjid yang mempunyai gerbang pautan laman

sesawang dengan ITC adalah seperti Masjid Negara, Masjid Wilayah, Masjid Tengker, Masjid Zahir dan banyak lagi masjid-masjid yang terkenal dipelosok tanahair. Tujuan asalnya adalah untuk memudahkan para pelancong melakukan lawatan ke masjid-masjid berkenaan. Dalam ertikata yang lain, bolehlah disimpulkan bahawa masjid telah dipilih sebagai salah satu produk pelancongan di Malaysia.

Definisi Pelancong

Collins Dictionary mendefinisikan pelancong sebagai:

“... a person who is visiting a place for pleasure and interest, especially when they are on holiday”.

Dari definisi di atas, ia membawa maksud iaitu pelancong adalah individu yang telah menyediakan sebahagian masa cutinya untuk menikmati atau mengalami atau mempelajari sesuatu yang baru yang bersesuaian dengan minat dan keinginannya. Oleh itu, apabila pelancong tersebut memilih untuk melancong disesebuah negara luar, contohnya Malaysia, maka adalah mejadi satu kewajaran kepada pelancong tersebut untuk merancang tempat-tempat menarik di negara tersebut untuk dilawati, bukan sekadar menghabiskan masa cuti tetapi juga untuk mengecapi pengalaman baru.

Sejajar dengan konsep agama Islam sebagai agama rasmi Malaysia, pautan laman sesawang menyediakan pelbagai maklumat mengenai masjid-masjid yang boleh dijadikan tempat menarik yang boleh mereka lawati, maka sudah pastilah para pelancong tersebut akan memilih melawat masjid sebagai salah satu destinasi pelancongan mereka.

Definisi produk pelancongan

Sementara itu, Koutulas (2004) berpendapat produk pelancongan adalah: *“...bundles of tangible and intangible components, based on the activity at a destination. It is the consumption of such a bundle that allows engaging in specific activities at the destination and creates the travel experience of each individual.”*

Dari definisi produk pelancongan yang diutarakan oleh Koutulas, maka produk pelancongan terdiri dari komponen yang nyata dan yang tidak nyata. Komponen yang nyata boleh dilihat dengan pancaindera seperti melawat zoo, muzium dan tempat bersejarah. Produk pelancongan juga merupakan sesuatu yang tidak boleh dipegang dengan pancaindera tetapi boleh dirasai seperti keseronokan atau ketenangan atau keterujaan apabila melawat sesebuah tempat. Produk pelancongan juga seharusnya boleh membuatkan individu atau pelancong tersebut merasai pengalaman atau aktiviti ditempat tersebut.

Sebagai contoh, pelancong yang melawat Royal Tasik Belum seharusnya bukan sahaja dapat melihat dan menikmati pemandangan indah ditempat tersebut, tetapi juga boleh melakukan pelbagai aktiviti yang disediakan seperti berperahu, memancing ikan atau mengenali flora dan fauna yang terdapat dikawasan tersebut. Ia mempamirkan pengalaman yang menyeronokan bagi para pelancong.

Pelancongan dari perspektif Islam

Pengkaji pelancongan Islam seperti Din (1989) dan Duman (2011), berpendapat pelancongan merupakan suatu aktiviti yang mempunyai tujuan tertentu. Dalam konteks Islam, niat memainkan peranan penting kepada setiap individu. Justeru, Din (1989) dan Duman (2011), berpendapat, sekiranya individu tersebut melakukan aktiviti pelancongan dengan niat kerana Allah, tindakan tersebut dikira sesuatu ibadah dalam Islam. Menurut mereka lagi pelancongan boleh membuka minda individu bukan sahaja untuk menikmati keindahan alam atau mencipta keseronokan semata-mata seperti yang diketengahkan oleh Barat, tetapi yang lebih utama adalah mengakui kebesaran ciptaan Allah. Melalui pengalaman yang diraih semasa melancong, individu atau pelancong mungkin berasa terkesan dengan pengalaman yang dilaluinya dan dapat merasakan kekerdilan diri dan merasakan keagungan alam ciptaanNya.

Pelancongan juga merupakan asas individu untuk mengambil iktibar sepanjang individu tersebut bermusafir. Ia juga merupakan jambatan untuk menghubungkan dan mengukuhkan tali silaturrahim diantara satu sama lain. Al Quran merakamkan kepentingan bermusafir atau pelancongan dalam pelbagai ayat. Ali Imran (ayat 137) yang bermaksud:

“...kerana itu berjalanlah kamu dimuka bumi dan perhatikanlah bagaimana akibat orang orang yang mendustakan rasul-rasul.”

Secara ringkasnya, pelancongan dari perspektif Islam adalah berbeza dibandingkan dengan maksud pelancongan dari aspek dunia Barat. Oleh kerana Islam adalah satu gaya hidup, maka pelancongan juga merupakan ibadah sekiranya dimulai dengan niat yang berlandaskan syariat Islam.

Kaedah Penyelidikan

Dalam kertas kerja ini, kaedah peneylidikan adalah berasaskan kepada maklumat sekunder yang diperolehi dari laman sesawang yang berkenaan dengan masjid. Ini adalah kerana kajian ini adalah sebagai permulaan untuk memahami konsep masjid sebagai produk pelancongan. Beberapa contoh dari laman sesawang seperti dari Masjid Negara dan Masjid Wilayah telah diambil kira. Walaupun masjid masjid lain mempunyai laman sesawang rasmi, tetapi masjid masjid tersebut tidak menyediakan maklumat mengenai pelancong yang melawat masjid mereka. Selain dari itu, kertas kerja ini juga menggunakan maklumat facebook dari Darul Fitrah yang giat membantu pelancong asing memahami Islam melalui lawatan ke masjid-masjid disekitar Kuala Terengganu.

Masjid sebagai produk pelancongan – Masjid Negara dan Masjid Wilayah

Persoalannya ialah, mutakhir ini masjid telah cadangkan untuk menjadi sebagai salah satu produk pelancongan oleh beberapa pihak yang berkenaan. Ia menjadi satu anjakan paradigm untuk komuniti Islam, amnya dan khususnya diMalaysia. Namun begitu, persoalan mengenai masjid sebagai produk pelancongan bukanlah perkara baru dalam kehidupam umat Islam diMalaysia. Ini adalah kerana ramai pelancong asing dan juga tempatan telah menjadikan masjid sebagai destinasi pelancongan mereka. Sebagai contohnya, telah hampir 50 tahun Masjid Negara meraikan pelbagai pelancong asing dan tempatan yang ingin melawat masjid tersebut. Ia bukanlah suatu yang luar biasa atau ganjil pada kacamata rakyat Malaysia. Barangkali, pada waktu itu, tidak diwar-warkan secara meluas mengenai masjid sebagai salah satu produk pelancongan.

Peningkatan pelancong ke negara-negara Islam juga adalah sangat memberangsangkan. Ini adalah rentetan peristiwa September 11 (Duman, 2011). Pelancong pelancong Islam terutamanya dari Timur Tengah merasa lebih selesa dan selamat melancong dinegara Islam lain. Bagi pelancong Barat pula, perasaan ingin tahu dan memahami Islam itu sendiri menjadi justifikasi mereka memilih menjadikan masjid sebagai salah satu destinasi pelancongan mereka.

Menurut laman sesawang Masjid Wilayah, pada tahun 2010, masjid tersebut telah menerima sejumlah 2,252 pelancong luar negara dan rakyat tempatan. Pelancong dari Perancis menduduki tangga teratas dalam jumlah pelancong yang berkunjung ke sana. Ini diikuti oleh pelancong dari Korea, Jepun, Thailand, Republik China, United Kingdom dan Amerika.

Jadual 1.1
Bilangan pelancong yang melawat Masjid Wilayah 2010

Bilangan pelancong	Negara
214	Perancis
158	Korea
147	Jepun
130	Thailand
98	Republik China
89	United Kingdom
74	Amerika

Jadual tersebut mengambil kira bilangan teramai dari tujuh negara yang mempunyai pelancong yang melawat Masjid Wilayah. Masjid Wilayah juga menyediakan sukarelawan yang bertindak sebagai pemandu pelancong untuk membantu pelancong tersebut memahami konsep dan fungsi masjid.

Tatacara dan adap memasuki masjid juga telah digariskan oleh pihak masjid. Sebagai contoh, Masjid Negara telah menyediakan tudung dan jubah yang bersesuaian untuk para pelancong. Ini bertepatan dengan lunas-lunas Islam. Antara adap-adap yang disarankan oleh Masjid Negara ialah:

- i. Tidak memakai kasut semasa di dalam masjid.
- ii. Memakai tudung yang disediakan oleh pihak masjid
- iii. Memakai jubah yang disediakan oleh pihak masjid.
- iv. Menyediakan pemandu pelancong bagi menerangkan perihal masjid.
- v. Tidak mengganggu pengunjung masjid yang sedang bersolat.
- vi. Menggunakan ruang berasingan bagi perempuan dan lelaki.

Masjid sebagai produk pelancongan – Dimensi dakwah Darul Fitrah

Semenjak terbinanya Masjid Kristal, yang terletak di Taman Tamaddun Islam, Pulau Wan Man, Terengganu, bilangan pelancong luar dan tempatan yang melakukan lawatan ke masjid berkenaan telah meningkat. Pelancong boleh melihat keunikan senibina masjid tersebut yang menjadi masjid pintar pertama di Malaysia.

Darul Fitrah, iaitu suatu badan bukan kerajaan di Terengganu, menyediakan landasan wajar bagi pelancong luar dan tempatan untuk memahami fungsi dan peranan masjid komuniti Islam. Darul Fitrah melihat bahawa terwujudnya suatu dimensi baru untuk berdakwah kepada pelancong asing dengan menyediakan pemandu pelancong masjid yang terlatih. Pemandu pelancong masjid tersebut, yang rata-ratanya adalah sukarelawan, membantu merungkai kemusykilan pelancong yang datang. Para pelancong diberikan gambaran sebenar mengenai Islam dan kepentingan institusi masjid kepada umat Islam. Kefahaman tentang nilai-nilai solat didalam Islam juga diterangkan dengan jelas kepada para pelancong. Program dakwah yang dianjurkan oleh Darul Fitrah ini membuka minda pelancong luar dan tempatan mengenai Islam.



Sedutan: FB Darulfitrah

Gambar di atas menunjukkan kunjungan para pelajar dari Sekolah Rendah Kebangsaan Cina, Dengkil Selangor. Para pelancong, seperti pelajar tersebut diberi penerangan mengenai masjid dan ciri ciri masjid serta beberapa asas mengenai kefahaman dan nilai-nilai Islam.



Sedutan: FB DarulFitrah Pelancong luar negara yang melawat Masjid Kristal. Gambar kiri, pelancong dari Brazil dan kanan, pelancong dari negara China.

Kesimpulan

Institusi masjid memainkan peranan yang besar dalam masyarakat Islam. Masjid bukan sahaja dijadikan tempat ibadah, tetapi adalah pusat sosial dan kemanusiaan. Masjid bukan hanya semata-mata produk pelancongan yang memaparkan keindahan seni reka dan ukir, tetapi menjangkau lebih dari aspek sempit pelancongan. Dengan kebanjiran pelancong luar dan dalam negara, masjid sepatutnya mengambil langkah positif dan membuat suatu anjakan paradigma untuk memberikan kefahaman tentang Islam kepada pengunjungnya. Ini adalah landasan dakwah yang paling berkesan bagi pelancong luar dan tempatan untuk memahami Islam. Oleh itu, masjid adalah suatu wadah dakwah bagi para pelancong.

Rujukan:

Din, H.K. (1982). TOURISM IN MALAYSIA: Competing Needs in a Plural Society, *Annals of Tourism Research*, 9, 453-460.

Din, H.K. (1989). ISLAM AND TOURISM: Patterns, Issues, and Options, *Annals of Tourism Research*, 16, 542-563.

Henderson, J.C., (2003). Managing Tourism and Islam in Peninsular Malaysia, *Tourism Management*, 24, 447-456.

<https://www.facebook.com/pages/Darul-Fikrah/174730772574558>

Koutoulas, D. (2004). Understanding the tourist product, Interim Symposium of the Research Committee on International Tourism (RC 50) of the International Sociological Association (ISA), Greece.

Smith, S.L.J. (1994). THE TOURISM PRODUCT, *Annals of Tourism Research*, 21(3), 582-595.

www.darulfikrah.com.my

www.masjidnegara.gov.my

www.masjidwilayah.gov.my