

Pendekatan Imam al-Ghazali dalam Pelancongan Digital: Potensi Aplikasi Realiti Luasan (*Augmented Reality*) Berbahasa Arab untuk Pelancong Muslim di Selangor

Imam al-Ghazali's Approach in Digital Islamic Tourism: The Potential of Arabic Based Augmented Reality Applications for Muslim Tourists in Selangor

Mohammad Imran bin Ahmad ^{ID}¹, Mohd Norzi bin Nasir ^{SC}², Mohammad Najib bin Jaffar ^{ID} ^{SC}^{3*}

¹ Jabatan Pengajian Bahasa dan Linguistik Arab, Fakulti Pengajian Peradaban Islam, Universiti Islam Selangor, 43000, Kajang, Selangor, Malaysia. E-Mail: imranahmad@uis.edu.my, Phone Number: (+60) 19-640 1667.

² Jabatan Al-Quran dan Al-Sunnah, Fakulti Pengajian Peradaban Islam, Universiti Islam Selangor, 43000, Kajang, Selangor, Malaysia. E-Mail: mohdnorzi@uis.edu.my, Phone Number: (+60) 17-5444487

³ Fakulti Pengajian Bahasa Utama, Universiti Sains Islam Malaysia, 718000, Nilai, Negeri Sembilan, Malaysia E-Mail: najib@usim.edu.my, Phone Number: (+60) 19-3049075

* Corresponding Author: Mohammad Imran bin Ahmad. Jabatan Pengajian Bahasa dan Linguistik Arab, Fakulti Pengajian Peradaban Islam, Universiti Islam Selangor, 43000, Kajang, Selangor, Malaysia. E-Mail: imranahmad@uis.edu.my, Phone Number: (+60) 19-6401667. ORCID id: <https://orcid.org/0009-0003-6511-9782>

Kata Kunci:

Pelancongan Islam,
Imam al-Ghazali, Realiti
Luasan, Bahasa Arab,
Nilai Etika Islam

ABSTRAK

Kajian kuantitatif ini meneliti integrasi prinsip kerohanian Imam al-Ghazali tentang perjalanan (*ādāb al-safar*) dalam pelancongan Islam digital melalui aplikasi Realiti Luasan (*Augmented Reality, AR*) berbahasa Arab untuk pelancong Muslim di Selangor. Kajian ini bertujuan menilai persepsi pelancong Muslim terhadap teknologi AR yang mengandungi elemen linguistik dan spiritual berasaskan konsep *tazkiyah al-nafs* (penyucian jiwa) oleh Imam al-Ghazali. Soal selidik berstruktur telah diedarkan kepada 400 responden yang terdiri daripada pelancong Muslim tempatan dan antarabangsa yang melawat tapak warisan Islam utama di Selangor. Data dianalisis menggunakan statistik deskriptif dan ujian korelasi Pearson. Dapatan menunjukkan penerimaan positif terhadap teknologi AR dalam meningkatkan refleksi

rohani, penglibatan bahasa Arab, dan penghayatan budaya semasa aktiviti pelancongan. Kajian merumuskan bahawa penerapan etika rohani Imam al-Ghazali dalam pelancongan digital berasaskan AR berpotensi membentuk pengalaman pelancongan yang lebih holistik dan bersendikan rohani.

Sumbangan:

Kajian ini menyumbang kepada pemahaman tentang bagaimana etika falsafah Islam dapat membimbing pembangunan pelancongan digital, selaras dengan fokus jurnal *al-Irsyad* dalam menghubungkan pemikiran Islam klasik dengan inovasi teknologi kontemporari.

Keywords:

Islamic Tourism, Imam al-Ghazali, Augmented Reality, Arabic Language, Islamic Ethical Values

ABSTRACT

Abstract (English)

This quantitative study explored the integration of Imam al-Ghazali's spiritual principles on travel (ʿādāb al-safar) into digital Islamic tourism through an Arabic-based Augmented Reality (AR) application for Muslim tourists in Selangor. The research aimed to evaluate the perception of Muslim travellers towards AR technology that incorporated Arabic linguistic and spiritual elements grounded in Imam al-Ghazali's concept of tazkiyah al-nafs (spiritual purification). A structured survey was distributed to 150 respondents comprising local and international Muslim tourists visiting key Islamic heritage sites in Selangor. Data were analyzed using descriptive statistics and Pearson correlation tests. The findings indicated a positive acceptance of AR technology in enhancing spiritual reflection, Arabic language engagement, and cultural appreciation during tourism activities. A strong correlation was found between AR immersion and perceived inner spiritual experience. The study concluded that integrating Imam al-Ghazali's ethical framework into AR-based Islamic tourism could foster a more holistic and spiritually conscious form of digital travel.

Contribution:

This study contributed to the understanding of how Islamic philosophical ethics can guide the development of digital tourism experiences, aligning with the al-Irsyad journal's focus on integrating classical Islamic thought with contemporary technological innovation.

ARTICLE HISTORY

Received: Month 00, 0000
Revised: Month 00, 0000
Accepted: Month 00, 0000
Available Online: Month 00, 0000
Published: Month 00, 0000

This is an open access article under the CC BY-NC license.



To cite this article:

Author's Name. (XXXX). Title. *Al-Irsyad: Journal of Islamic and Contemporary Issues*, X(X), XXXX-XXXX. <https://doi.org/10.53840/alirsyad.vXiX.XXX>

1. PENDAHULUAN

Pelancongan Islam kini muncul sebagai salah satu sektor terpenting dalam ekonomi global yang berteraskan nilai keagamaan dan etika Muslim. Menurut laporan *Global Muslim Travel Index* (GMTI, 2023), industri pelancongan Islam dijangka mencecah lebih USD 225 billion menjelang tahun 2028, dengan peningkatan mendadak dalam penggunaan teknologi digital sebagai medium interaksi antara pelancong dan destinasi. Selangor sebagai salah satu negeri maju di Malaysia turut memberi tumpuan terhadap pengembangan pelancongan Islam melalui strategi digital dan promosi nilai budaya Islam. Namun begitu, dimensi rohani dan etika dalam pelancongan masih kurang diberi perhatian berbanding aspek ekonomi dan komersial (Khan, 2025).

Dalam konteks transformasi digital, penggunaan Realiti Luasan (Augmented Reality, AR) kini menjadi trend utama dalam industri pelancongan global. Teknologi ini memperkaya pengalaman pelancong dengan memaparkan maklumat interaktif seperti teks, imej dan audio secara masa nyata (Han et al., 2019; Tussyadih et al., 2021).. Walau bagaimanapun, kebanyakan aplikasi AR sedia ada dibangunkan berdasarkan naratif universal yang tidak mengambil kira nilai Islam atau bahasa Arab sebagai medium interaksi untuk pelancong Muslim. Situasi ini menimbulkan persoalan tentang sejauh mana teknologi seperti AR boleh digabungkan dengan prinsip etika Islam bagi memperkukuh pengalaman spiritual dalam pelancongan digital (Jaffar et al., 2024).

Dari perspektif keilmuan Islam, Imam al-Ghazali (1058–1111M) merupakan tokoh besar yang menekankan keseimbangan antara aspek rohani, akhlak dan ilmu dalam setiap dimensi kehidupan, termasuk perjalanan (*safar*). Dalam *Ihya' 'Ulum al-Din*, beliau menggariskan adab pelancongan sebagai satu bentuk latihan jiwa dan medan pembentukan akhlak. Prinsip seperti *niyyah* (niat), *ādāb al-safār* (etika perjalanan), dan *tazkiyah al-nafs* (penyucian jiwa) menjadi teras dalam memahami perjalanan bukan hanya sebagai aktiviti fizikal, tetapi juga ibadah yang mendekatkan diri kepada Allah (al-Ghazali, 2004). Walau bagaimanapun, nilai-nilai ini masih belum diterjemahkan secara menyeluruh dalam inovasi pelancongan digital masa kini.

Kajian lepas menunjukkan bahawa penyelidikan pelancongan Islam banyak menumpukan pada tingkah laku pengguna, strategi pemasaran halal, dan pengurusan destinasi (Vargas-Sánchez & Moral-Moral, 2020; Akroush et al., 2019). Kajian terkini turut menegaskan bahawa fokus utama masih berkisar pada aspek pemasaran dan pengurusan, manakala inovasi teknologi dan integrasi nilai Islamik masih kurang diterokai (Bibliometric Analysis of Halal and Islamic Tourism, 2024; Hariani, 2025). Sementara itu, kajian dalam bidang teknologi pelancongan pula banyak membincangkan potensi AR dalam meningkatkan pengalaman pengguna tanpa mengambil kira dimensi rohani dan nilai etika Islam (Mustafa et al., 2025). Hal ini menunjukkan jurang ilmiah yang nyata iaitu kekurangan integrasi antara falsafah etika Imam al-Ghazali dengan inovasi AR berbahasa Arab dalam konteks pelancongan Islam di Malaysia, khususnya di Selangor.

Sehubungan dengan itu, kajian ini bertujuan menilai persepsi pelancong Muslim di Selangor terhadap potensi aplikasi AR berbahasa Arab yang berasaskan prinsip etika Imam al-Ghazali, di samping mengenal pasti hubungan antara kesedaran bahasa Arab, nilai etika Islam, dan penerimaan teknologi AR dalam konteks pelancongan digital Islam. Pendekatan ini diharap dapat melahirkan model pelancongan digital yang bukan sahaja interaktif dan informatif, tetapi juga berorientasikan kerohanian dan berpaksikan nilai keislaman.

2. SOROTAN LITERATUR

2.1 Pelancongan Islam dan Transformasi Digital

Pelancongan Islam kini merupakan antara sektor ekonomi global yang berkembang pesat, didorong oleh peningkatan jumlah pelancong Muslim yang menitikberatkan aspek syariah, kebersihan dan nilai spiritual dalam pengalaman perjalanan mereka (Battour & Ismail, 2016; Vargas-Sánchez & Moral-Moral, 2020). Di Malaysia, khususnya di Selangor, kerajaan negeri memperkenalkan pelbagai inisiatif digital bagi mempromosikan pelancongan Islam berteraskan nilai tempatan (Khan, 2025). Walau bagaimana pun, kebanyakan pendekatan pelancongan masih tertumpu kepada aspek pemasaran dan pengurusan destinasi, bukan pada pembinaan pengalaman rohani pelancong.

Teknologi AR muncul sebagai inovasi penting dalam memperkayakan pengalaman pelancong melalui penyediaan elemen interaktif dan imersif yang menggabungkan dunia sebenar dengan maklumat maya secara masa nyata. Kajian menunjukkan bahawa penggunaan AR dalam pelancongan mampu meningkatkan tahap keterlibatan, kepuasan, dan pemahaman pelancong terhadap destinasi yang dikunjungi (Han et al., 2019; Tussyadiah et al., 2021). Aplikasi AR boleh memaparkan maklumat sejarah, lokasi, dan naratif Islam secara masa nyata. Namun, kebanyakan aplikasi AR yang digunakan dalam sektor pelancongan tidak menekankan dimensi nilai Islam, bahasa Arab, dan panduan etika Muslim (Mustafa et al., 2025). Oleh itu, wujud keperluan untuk membangunkan pendekatan baharu yang menyatukan AR dengan falsafah etika Islam, sejajar dengan aspirasi pelancongan berakhlak.

2.2 Prinsip Etika dan Falsafah Imam al-Ghazali

Imam al-Ghazali menekankan hubungan erat antara ilmu, amal, dan adab dalam semua aktiviti kehidupan, termasuk perjalanan (*safar*). Dalam *Ihya' 'Ulum al-Din*, beliau menegaskan bahawa tujuan perjalanan bukan sekadar hiburan atau penjelajahan, tetapi juga peluang untuk memperkukuh iman, memperbaiki diri dan mendapat hikmah (al-Ghazali, 2004). Prinsip seperti niat yang ikhlas, adab semasa bermusafir, dan pemeliharaan akhlak membentuk kerangka etika pelancongan Islam yang holistik.

Kajian kontemporari (Jaffar et al., 2024; Mian, 2022) menunjukkan nilai-nilai Imam al-Ghazali ini boleh dijadikan panduan untuk membentuk tingkah laku pelancong Muslim beretika dalam dunia moden. Namun begitu, belum ada pendekatan sistematik yang mengaplikasikan falsafah etika al-Ghazali ke dalam sistem pelancongan digital berasaskan AR. Hal ini mewujudkan keperluan kepada satu model integratif yang mampu menggabungkan elemen kerohanian dan teknologi secara harmoni.

2.3 Aplikasi Realiti Luasan (AR) dan Bahasa Arab dalam Pelancongan Islam

Kajian dalam bidang teknologi pelancongan menunjukkan bahawa penggunaan AR memberi kesan signifikan terhadap peningkatan interaksi pelancong dan pembelajaran budaya. Teknologi

ini bukan sahaja membantu pengunjung memahami maklumat sejarah dan budaya secara lebih mendalam, malah meningkatkan keterlibatan mereka dengan destinasi pelancongan melalui elemen visual dan interaktif (Han et al., 2019; Ercan, Sayın, Dalgın, & Gençer, 2025; Mustafa et al., 2025). Kajian terkini menunjukkan bahawa integrasi bahasa Arab dalam aplikasi AR bukan sahaja memudahkan terjemahan teks/naratif, tetapi juga memperkukuh konteks Islamik dan menyumbang kepada pengalaman yang lebih autentik bagi pelancong Muslim (Ouertani & Tatwany, 2019; Jaffar et al., 2024). Bukti empirikal dari konteks pendidikan Islam turut menunjukkan bahawa AR meningkatkan penglibatan dan motivasi pengguna dalam konteks keagamaan, satu inferens yang relevan untuk pelancongan Islam berasaskan pendidikan (Mustafa et al., 2025). Namun, kajian bibliometrik menunjukkan penggunaan AR dalam pelancongan masih berkembang dan kurang menumpukan aspek bahasa Arab atau nilai rohani secara khusus, menandakan jurang penyelidikan yang wujud dalam konteks Malaysia (Ercan et al., 2025; Azam & Muflih, 2024).

Justeru, integrasi bahasa Arab, nilai etika Islam Imam al-Ghazali dan AR dapat membuka ruang baharu kepada pembangunan pelancongan Islam di Selangor bukan sahaja sebagai produk ekonomi, tetapi juga sebagai instrumen dakwah dan pendidikan spiritual.

Jadual 2.4
Sorotan Literatur Sistematik (SLR)

Penulis & Tahun	Fokus / Objektif Kajian	Dapatan Utama	Implikasi / Jurang Penyelidikan
Battour & Ismail (2016)	Menjelaskan konsep dan cabaran pelancongan halal dari perspektif syariah.	Pelancongan halal berkembang pesat dengan penekanan kepada syariah, kebersihan dan nilai spiritual.	Fokus masih umum terhadap konsep dan pengurusan, belum menyentuh aspek teknologi digital dan nilai kerohanian.
Vargas-Sánchez & Moral-Moral (2020)	Menyemak literatur pelancongan halal dan pandangan pakar.	Kajian banyak menumpu pada tingkah laku pengguna, pemasaran halal dan pengurusan destinasi.	Kajian berfokus kepada aspek ekonomi dan pemasaran, kurang meneliti dimensi nilai Islam dan teknologi baharu.
Khan (2025)	Menganalisis transformasi digital dalam pelancongan halal dan pembangunan lestari.	Transformasi digital memperkukuh promosi pelancongan Islam di peringkat negeri.	Belum meneliti integrasi nilai Islam dan elemen kerohanian dalam teknologi digital.
Han et al. (2019)	Mengkaji penggunaan AR/VR dalam memperkayakan pengalaman pelancongan budaya.	AR meningkatkan penglibatan dan pemahaman pelancong melalui interaksi imersif masa nyata.	Kajian tidak menekankan nilai Islam atau konteks Muslim dalam penggunaan AR.
Tussyadiah et al. (2021)	Menganalisis faktor penerimaan AR dalam pendidikan pelancongan.	Pengguna menerima AR kerana sifat interaktif dan pembelajaran mendalam yang ditawarkannya.	Perluasan kajian ke arah aplikasi AR dalam konteks keagamaan dan Islamik masih terhad.
Mustafa et al. (2025)	Menilai penggunaan AR dalam pendidikan Islam dan tahap motivasi pelajar.	AR meningkatkan motivasi dan penglibatan pelajar dalam konteks Islam.	Bukti ini boleh diperluas ke konteks pelancongan Islam,

			namun belum diuji secara empirik.
Jaffar et al. (2024)	Membangunkan aplikasi AR berbahasa Arab untuk pelancongan Islam.	AR berbahasa Arab memperkuat kefahaman konteks Islamik dan pengalaman autentik pelancong.	Kajian awal masih berbentuk analisis keperluan; perlu prototaip dan penilaian pengguna.
Ouertani & Tatwany (2019)	Membangunkan aplikasi mudah alih AR untuk terjemahan masa nyata bahasa Arab.	AR membantu interaksi pelancong dengan teks Arab secara lebih kontekstual dan praktikal.	Kajian fokus pada fungsi bahasa, belum dikaitkan dengan pengalaman pelancongan Islam.
Ercan et al. (2025)	Ulasan sistematik dan bibliometrik AR dalam pelancongan lestari.	AR terbukti meningkatkan interaksi dan pembelajaran budaya dalam pelancongan global.	Penggunaan AR dalam pelancongan Islam masih baru dan belum menitikberatkan nilai rohani atau bahasa Arab.
Azam & Muflih (2024)	Meneliti peranan inovasi digital dalam meningkatkan pengalaman pelancong Muslim.	Teknologi digital memperkayakan pengalaman pelancongan halal dan meningkatkan nilai spiritual.	Masih memerlukan integrasi nilai Islam, bahasa Arab dan AR secara menyeluruh.
al-Ghazali (2004)	Menghuraikan konsep perjalanan (safar) dan adab pelancong Muslim.	Tujuan perjalanan ialah memperkuat iman, adab dan hikmah.	Falsafah ini belum diadaptasi dalam model pelancongan digital moden.
Mian (2022)	Meneliti relevansi pemikiran etika al-Ghazali dalam konteks kehidupan moden.	Nilai ilmu, amal dan adab boleh diterapkan dalam pelbagai bidang kontemporari.	Masih tiada penerapan sistematik dalam konteks teknologi dan pelancongan digital.
Syed Ahamed Suban, Madhan & Shagirbasha (2023)	Analisis bibliometrik pelancongan Islam dan halal.	Fokus utama penyelidikan pada tingkah laku pengguna, pemasaran dan pengurusan destinasi.	Menunjukkan jurang terhadap integrasi teknologi, bahasa Arab dan dimensi spiritual.

Kajian lepas menunjukkan pelancongan Islam berkembang pesat dari segi konsep dan pemasaran, namun penyelidikan yang menggabungkan elemen teknologi AR, bahasa Arab dan nilai etika Islam masih sangat terhad. Terdapat potensi besar untuk membangunkan model pelancongan Islam digital berasaskan AR dan prinsip Imam al-Ghazali bagi memperkuat pengalaman rohani serta identiti pelancong Muslim.

3. METODOLOGI

3.1 Reka Bentuk Kajian

Kajian ini menggunakan reka bentuk kuantitatif berbentuk tinjauan untuk menilai persepsi dan keperluan pelancong Muslim berbahasa Arab terhadap pembangunan aplikasi pelancongan digital berasaskan AR yang berteraskan nilai etika Imam al-Ghazali. Reka bentuk ini dipilih kerana ia membolehkan pengumpulan data empirikal yang dapat dianalisis secara statistik bagi memahami corak kecenderungan pengguna terhadap pelancongan Islam digital di Selangor.

3.2 Populasi Kajian

Populasi kajian terdiri daripada pelancong Muslim dari negara-negara Arab yang melawat destinasi pelancongan Islam di negeri Selangor. Berdasarkan laporan rasmi *Tourism Selangor* (2024), jumlah pelancong dari rantau Timur Tengah pada tahun 2023 ialah 176,711 orang, dengan majoriti berasal dari Arab Saudi, Emiriah Arab Bersatu (UAE), dan Oman. Angka ini dijadikan asas populasi bagi kajian ini memandangkan sebahagian besar pelancong Timur Tengah tersebut adalah berbangsa Arab dan beragama Islam.

3.3 Saiz dan Pemilihan Sampel

Saiz sampel ditentukan berdasarkan Jadual Krejcie dan Morgan (1970), yang mencadangkan sekurang-kurangnya 384 responden bagi populasi melebihi 100,000 orang untuk mencapai kebolehpercayaan 95% dan ralat persampelan $\pm 5\%$. Oleh itu, sebanyak 400 responden dipilih bagi memberikan margin keselamatan terhadap kemungkinan data tidak lengkap.

Kaedah persampelan bertujuan digunakan kerana ia lebih sesuai bagi kumpulan sasaran khusus, iaitu pelancong Muslim dari negara Arab yang mempunyai pengalaman atau kecenderungan menggunakan aplikasi pelancongan digital semasa berada di Selangor.

3.4 Lokasi Kajian

Pengumpulan data dilaksanakan di beberapa lokasi pelancongan Islam utama di Selangor, termasuk:

- Masjid Sultan Salahuddin Abdul Aziz Shah, Shah Alam
- Kompleks Islam Darul Ehsan, Shah Alam
- Muzium Islam Selangor, Shah Alam
- Taman Warisan Melayu, Klang dan Sabak Bernam

Lokasi ini dipilih kerana merupakan antara destinasi yang sering dikunjungi pelancong Muslim dari negara Arab serta mempunyai elemen sejarah, budaya dan nilai Islam yang kuat.

3.5 Instrumen Kajian

Instrumen kajian berbentuk soal selidik berstruktur dibangunkan berdasarkan kajian lepas dan adaptasi prinsip etika Imam al-Ghazali dalam konteks pelancongan Islam. Soal selidik ini mengandungi empat bahagian utama, iaitu:

1. Bahagian A : Profil demografi responden (umur, jantina, negara asal, latar pendidikan, dan pengalaman melancong)
2. Bahagian B : Tahap kesedaran terhadap bahasa Arab dalam aplikasi pelancongan digital.
3. Bahagian C : Persepsi terhadap nilai etika Imam al-Ghazali (aspek niat, adab, kesederhanaan, dan tanggungjawab)
4. Bahagian D : Tahap penerimaan terhadap penggunaan AR dalam meningkatkan pengalaman pelancongan Islam.

Soal selidik ini menggunakan skala Likert lima mata (1 = sangat tidak setuju hingga 5 = sangat setuju). Bagi memastikan kesahan kandungan, soal selidik telah disemak oleh tiga orang pakar bidang seorang dalam bidang bahasa Arab, seorang dalam bidang pelancongan Islam, dan seorang dalam bidang teknologi AR. Nilai kebolehpercayaan (*Cronbach's Alpha*) yang diperolehi ialah 0.87, menunjukkan tahap konsistensi dalaman yang tinggi.

3.6 Kaedah Pengumpulan Data

Data dikumpulkan secara gabungan dalam talian dan lapangan (*hybrid*). Soal selidik digital diedarkan melalui Google Form kepada pelancong yang berdaftar dengan agensi pelancongan Islam tempatan, manakala pengumpulan data lapangan dilakukan oleh enumerator berbahasa Arab di lokasi pelancongan utama. Tempoh pengumpulan data berlangsung selama empat minggu (Ogos hingga September 2025). Sebelum pengumpulan data, setiap responden diberi taklimat mengenai tujuan kajian, jaminan kerahsiaan dan hak untuk menarik diri pada bila-bila masa tanpa sebarang implikasi.

3.7 Kaedah Analisis Data

Data yang dikumpul dianalisis menggunakan Perisian *Statistical Package for the Social Sciences* (SPSS) versi 29. Analisis dilakukan dalam dua peringkat utama:

1. Analisis Deskriptif : untuk mengenal pasti taburan frekuensi, peratusan, min dan sisihan piawai bagi setiap konstruk kajian.
2. Analisis Inferensi : melibatkan Ujian-t, ANOVA sehalu, dan Analisis Korelasi Pearson untuk menentukan hubungan antara tahap kesedaran bahasa Arab, nilai etika Islam, dan penerimaan teknologi AR.

Keputusan analisis ini digunakan untuk membentuk model konseptual pembangunan aplikasi AR berbahasa Arab berteraskan kerangka etika Imam al-Ghazali.

4. DAPATAN KAJIAN

4.1 Analisis Deskriptif

4.1.1 Profil Demografi Responden

Jadual 4.1.1

Profil Demografi Responden (N = 400)

Kategori	Butiran / Peratus (%)
Jantina	Lelaki: 62% Wanita: 38%
Umur	18–24 tahun: 28% 25–44 tahun: 56% 45 tahun ke atas: 16%
Negara Asal	Arab Saudi: 42% Emiriah Arab Bersatu: 28% Oman: 15% Lain-lain negara Arab: 15%
Tahap Pendidikan	Sarjana Muda: 54% Diploma: 30% Pasca Siswazah: 16%
Pengalaman menggunakan aplikasi pelancongan digital	Pernah menggunakan: 70% Tidak pernah: 30%

Jadual 4.1.1 menunjukkan majoriti responden adalah lelaki (62%) dan berumur antara 25–44 tahun (56%), menunjukkan kumpulan dewasa muda yang aktif melancong. Pelancong kebanyakannya berasal dari Arab Saudi (42%) dan UAE (28%), mencerminkan populasi pelancong Muslim Arab yang dominan di Selangor. Dari segi pendidikan, lebih separuh responden memiliki ijazah sarjana muda (54%), menandakan tahap literasi dan kefahaman yang tinggi. Selain itu, 70% responden mempunyai pengalaman menggunakan aplikasi pelancongan digital, menunjukkan bahawa majoriti pelancong sedia menerima inovasi teknologi seperti Realiti Luasan (AR) untuk memperkayakan pengalaman pelancongan mereka.

4.1.2 Skor Purata dan Penerimaan terhadap Konstruk Kajian

Jadual 4.1.2

Skor Purata dan Sisihan Piawai bagi Setiap Konstruk Kajian ($N = 400$)

Konstruk Kajian	Skor Min (Min)	Sisihan Piawai (σ)	Tahap Penerimaan / Persepsi
Kesedaran Bahasa Arab dalam Aplikasi AR	4.21	0.62	Tinggi
Niat (<i>Niyyah</i>)	4.41	0.55	Sangat Tinggi
Adab Perjalanan (<i>ādāb al-safar</i>)	4.33	0.57	Tinggi
Kesederhanaan	4.29	0.60	Tinggi
Tanggungjawab Sosial	4.34	0.59	Tinggi
Penerimaan Teknologi AR	4.18	0.65	Tinggi

Nota: Skala Likert 1–5 (1 = sangat tidak setuju, 5 = sangat setuju).

Jadual 4.1.2 menunjukkan bahawa pelancong Muslim Arab menilai kesedaran terhadap bahasa Arab, nilai etika Imam al-Ghazali, dan penerimaan teknologi AR berada pada tahap tinggi, menunjukkan penerimaan yang positif terhadap integrasi kerohanian dan teknologi dalam pelancongan Islam.

4.2 Analisis Inferensi

4.2.1 Korelasi Pearson

Jadual 4.2.1

Korelasi Pearson antara Kesedaran Bahasa Arab, Nilai Etika Imam al-Ghazali, dan Penerimaan AR ($N = 400$)

Konstruk Kajian	1	2	3
1. Kesedaran Bahasa Arab	1.00	0.55**	0.62**
2. Nilai Etika al-Ghazali	0.55**	1.00	0.69**
3. Penerimaan Teknologi AR	0.62**	0.69**	1.00

Keterangan:

- r = Koefisien Korelasi Pearson
- ** $p < 0.01$ (dua hala), ** = signifikan pada tahap 1%

Jadual 4.2.1: Terdapat hubungan positif yang signifikan antara kesedaran bahasa Arab dan penerimaan AR ($r = 0.62$), menunjukkan kefahaman linguistik meningkatkan penerimaan teknologi. Nilai etika al-Ghazali berkorelasi positif dengan penerimaan AR ($r = 0.69$), menandakan integrasi kerohanian memperkukuh pengalaman digital. Kesedaran bahasa Arab juga berkorelasi dengan nilai etika al-Ghazali ($r = 0.55$), menunjukkan kefahaman bahasa mempengaruhi penghargaan terhadap prinsip rohani.

4.2.2 Ujian-t dan ANOVA Sehalu

Jadual 4.2.2

Ujian-t dan ANOVA Sehalu bagi Penerimaan Teknologi AR

Faktor Demografi	Statistik	Nilai	Keputusan Signifikan
Jantina	Ujian-t	$t = 1.23, p > 0.05$	Tidak signifikan
Umur	ANOVA Sehalu	$F(2,397) = 4.62, p < 0.05$	Signifikan
Tahap Pendidikan	ANOVA Sehalu	$F(2,397) = 3.89, p < 0.05$	Signifikan

Nota: $p < 0.05$ menunjukkan perbezaan yang signifikan secara statistik.

Jadual 4.2.2 menunjukkan tiada perbezaan signifikan antara lelaki dan wanita terhadap penerimaan AR, menunjukkan kedua-dua jantina menerima teknologi AR secara serupa. Terdapat perbezaan signifikan berdasarkan umur ($p < 0.05$), di mana kumpulan 25–44 tahun menunjukkan penerimaan AR paling tinggi, menunjukkan pelancong dewasa muda lebih responsif terhadap inovasi digital. Terdapat perbezaan signifikan berdasarkan tahap pendidikan ($p < 0.05$), dengan responden berpendidikan tinggi lebih menghargai integrasi nilai etika al-Ghazali dan bahasa Arab dalam AR, menunjukkan literasi yang lebih tinggi mempengaruhi penerimaan teknologi berasaskan kerohanian.

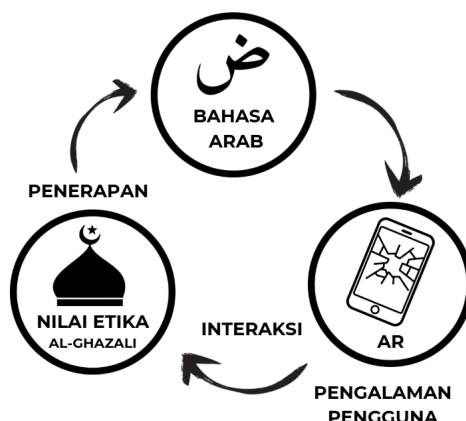
4.3 Kesimpulan Dapatan

Dapatan kajian menunjukkan bahawa integrasi bahasa Arab, nilai etika Imam al-Ghazali, dan teknologi AR diterima dengan baik oleh pelancong Muslim Arab di Selangor. Hasil korelasi dan analisis inferensi menyokong pembangunan model konseptual pelancongan digital berasaskan AR yang holistik, interaktif, dan berorientasikan rohani.

4.4 Rajah Visual Model Koseptual

Rajah 4.4

Hubungan antara bahasa Arab, nilai etika Imam al-Ghazali dan AR.



Rajah 4.4 menunjukkan hubungan dinamik antara Bahasa Arab, Nilai Etika Imam al-Ghazali, dan Teknologi AR dalam konteks pelancongan digital Islam. Dapatan kajian menunjukkan ketiga-tiga konstruk ini saling berkaitan secara positif dan signifikan. Bahasa Arab berperanan sebagai medium komunikasi rohani yang memperkukuh kefahaman pengguna terhadap kandungan AR

($r = 0.62$, $p < 0.01$), manakala Nilai Etika Imam al-Ghazali seperti niat, adab perjalanan, kesederhanaan, dan tanggungjawab sosial meningkatkan penerimaan terhadap teknologi ($r = 0.69$, $p < 0.01$).

Melalui AR, pelancong memperoleh pengalaman interaktif yang menggabungkan unsur bahasa dan nilai etika secara harmoni. Hubungan ini membentuk kitaran bersepadu antara kefahaman bahasa, penghayatan nilai rohani, dan penerapan teknologi. Kesimpulannya, model ini menegaskan bahawa pelancongan digital Islam yang berkesan perlu mengintegrasikan aspek linguistik, etika, dan teknologi bagi mewujudkan pengalaman pelancongan yang bermakna, beretika dan berorientasikan kerohanian.

3. PENUTUP

Kajian ini menegaskan kepentingan pengintegrasian bahasa Arab, nilai etika Imam al-Ghazali dan teknologi AR dalam pelancongan digital Islam. Dapatan menunjukkan bahawa kesedaran terhadap bahasa Arab dan penghayatan nilai etika seperti *niyyah*, *adab* dan *tazkiyah al-nafs* berperanan signifikan dalam meningkatkan penerimaan pengguna terhadap teknologi AR. Hal ini membuktikan bahawa inovasi pelancongan digital Islam memerlukan keseimbangan antara keaslian nilai keagamaan dan kemajuan teknologi.

Secara praktikal, model yang dibangunkan dapat dijadikan panduan oleh pembuat dasar, pendidik dan pembangun aplikasi dalam merancang kandungan pelancongan digital yang berpaksikan nilai Islam dan linguistik Arab. Model ini juga menyediakan asas konseptual bagi pembangunan aplikasi pelancongan digital yang lebih beretika dan berimpak spiritual.

Kajian lanjutan disarankan untuk menguji model ini secara empirikal merentasi konteks demografi dan geografi yang berbeza, serta menilai kesan jangka panjang terhadap tingkah laku dan pembelajaran pengguna. Secara keseluruhan, kajian ini menyumbang kepada pembentukan paradigma pelancongan digital berasaskan Islam yang menggabungkan teknologi, etika dan keimanan.

3.8 Pertimbangan Etika Kajian

Kajian ini mematuhi kod etika penyelidikan Universiti Islam Selangor (UIS). Kebenaran rasmi diperolehi daripada Jawatankuasa Etika Penyelidikan UIS, manakala setiap responden memberikan persetujuan termaklum (informed consent) sebelum mengambil bahagian dalam soal selidik. Data responden dirahsiakan dan hanya digunakan untuk tujuan akademik.

Secara keseluruhan, pendekatan kuantitatif melalui tinjauan ini dirancang untuk memberikan gambaran empirik tentang bagaimana nilai etika Imam al-Ghazali dapat diterapkan dalam pembangunan aplikasi AR bagi pelancongan Islam di Selangor. Dapatan daripada analisis data diharapkan mampu membentuk asas model konseptual pelancongan Islam digital yang menyepadukan bahasa Arab, nilai kerohanian, dan teknologi pintar secara harmoni.

PENGHARGAAN

Kajian ini telah dibiayai oleh Universiti Islam Selangor (UIS) melalui Geran Penyelidikan Negeri Selangor (GPNS). Para penulis merakamkan setinggi-tinggi penghargaan kepada semua rakan penyelidik, responden, dan penasihat teknikal yang telah memberikan sumbangan dalam menjayakan kajian bertajuk: "Pendekatan Imam al-Ghazali dalam Pelancongan Digital: Potensi

Aplikasi Realiti Luasan (*Augmented Reality*) berbahasa Arab untuk Pelancong Muslim di Selangor”.

SUMBANGAN PENULIS

Mohammad Imran bin Ahmad bertanggungjawab terhadap konseptualisasi kajian, pembangunan instrumen soal selidik, analisis literatur berkaitan etika Imam al-Ghazali, dan penyediaan draf utama artikel dalam bahasa Melayu. Beliau juga berperanan sebagai *corresponding author* yang menyelaraskan komunikasi akademik dan semakan akhir manuskrip.

Mohd Norzi bin Nasir menyumbang dalam aspek reka bentuk penyelidikan, kesahan kandungan instrumen berdasarkan kerangka nilai Islam, serta semakan teoretikal terhadap bahagian falsafah dan *ādāb al-safar* menurut al-Ghazali. Beliau turut menyemak ketepatan istilah agama dan konteks kerohanian dalam perbincangan.

Mohammad Najib bin Jaffar bertanggungjawab terhadap integrasi komponen teknologi Realiti Luasan (AR) dan analisis statistik menggunakan SPSS. Beliau menyemak bahagian dapatan kuantitatif, interpretasi korelasi dan ANOVA, serta memperkemas model konseptual akhir yang menghubungkan bahasa Arab, nilai etika al-Ghazali dan AR.

Secara kolektif, ketiga-tiga penulis terlibat dalam proses semakan, penyuntingan akhir, dan persetujuan terhadap versi terakhir manuskrip sebelum dihantar untuk penerbitan.

Para penulis mengisytiharkan bahawa tiada sebarang konflik kepentingan, kewangan atau peribadi, yang boleh mempengaruhi hasil atau interpretasi kajian ini. Semua penulis bersetuju dengan kandungan dan penerbitan artikel ini.

RUJUKAN

- Al-Ghazali, A. H. (2004). *Ihya' 'Ulum al-Din* (Vol. 3). Beirut: Dar al-Ma'rifah.
- Jaffar, M. N., Ab Rahman, A., Rashid Abdul Hamed, K., Ahmad, M. I., Ritonga, M., & Noor Azam, M. H. (2024). Development of Augmented Reality Arabic for Islamic Tourism: Sustainable Education Need Analysis. *IJAZ ARABI: Journal of Arabic Learning*, 7(2), 571–585. <https://doi.org/10.18860/ijazarabi.v7i2.25794>
- Akroush, M. N., Jraisat, L. E., Kurdieh, D. J., Al-Faouri, R. N., & Qatu, L. T. (2019). *The perception of non-Muslim tourists towards halal tourism: Evidence from Turkey and Malaysia*. *Journal of Islamic Marketing*, 9(4), 823–840. <https://doi.org/10.1108/JIMA-07-2017-0072>
- Battour, M., & Ismail, M. N. (2016). *Halal tourism: Concepts, practices, challenges and future*. *Tourism Management Perspectives*, 19, 150–154.
- Ercan, F., Sayın, K., Dalgin, T., & Gençer, K. (2025). A bibliometric and systematic review of publications on augmented reality in sustainable tourism. *Sustainability*, 17(4), 1508. <https://doi.org/10.3390/su17041508>
- Han, D.-I., Weber, J., Bastiaansen, M., Mitas, O., & Lub, X. D. (2019). *Virtual and augmented reality technologies to enhance the visitor experience in cultural tourism*. In M. Tom Dieck & T. Jung (Eds.), *Augmented Reality and Virtual Reality: The Power of AR and VR for Business* (pp. 113–128). Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-030-06246-0_9
- Hariani, D. (2025). *Promoting halal tourism in sharia-compliant destination*. *Tourism and Hospitality Research*. <https://doi.org/10.1177/14673584241283902>
- Khan, N. (2025). *Integrating halal tourism with sustainable development: The role of technology and governance*. *Sustainability & Entrepreneurship*. <https://doi.org/10.1007/s43621-025-01503-3>

- Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). *Determining Sample Size for Research Activities. Educational and Psychological Measurement*, 30(3), 607–610.
<https://doi.org/10.1177/001316447003000308>
- Mian, A. A. (2022). *Agents of Grace: Ethical Agency between Ghazālī and the Anthropology of Islam. American Journal of Islam and Society*, 39(1–2).
<https://doi.org/10.35632/ajis.v39i1-2.2951>
- Mustafa, F., Bin Daud, M., Bin Yussuf, A., Kasasbeh, N., & Abu Khurma, O. (2025). *The Practice of Augmented Reality in Islamic Education and the Level of Motivation among UAE Secondary School Students. Social Sciences*, 14(2), 80.
<https://doi.org/10.3390/socsci14020080>
- Ouertani, H. C., & Tatwany, A. (2019). *Augmented Reality Based Mobile Application for Real-Time Arabic language Translation. Communications in Science and Technology*, 4(1), 30–37.
<https://doi.org/10.21924/cst.4.1.2019.88>
- Syed Ahamed Suban, S., Kumar Madhan, M., & Shameem Shagirbasha, S. (2023). *A Bibliometric Analysis of Halal and Islamic Tourism. International Hospitality Review*, 38(2), 441–460.
<https://doi.org/10.1108/IHR-05-2021-0038>
- Tourism Selangor. (2024). *Selangor Tourism Performance Report 2023*. Shah Alam: Tourism Selangor Official Publication.
- Tussyadiah, I. P., Wang, D., & Jia, C. H. (2021). *Exploring The Factors Influencing The Acceptance and Usage of Augmented Reality (AR) Applications in The Field of Tourism Education. Journal of Hospitality and Tourism Technology*.
<https://doi.org/10.1108/JHTT-05-2020-0066>
- Vargas-Sánchez, A., & Moral-Moral, M. (2020). *Halal Tourism: Literature Review and Experts' View. Journal of Islamic Marketing*, 11(3), 549–569.
<https://doi.org/10.1108/JIMA-04-2017-0039>

Penafian

Pandangan yang dikemukakan dalam artikel ini adalah pandangan penulis. *Al-Irsyad: Journal of Islamic and Contemporary Issues* tidak akan bertanggungjawab terhadap sebarang kerugian, kerosakan, atau liabiliti lain yang timbul daripada penggunaan kandungan artikel ini.