



C R E S C E N T  
R A T I N G

## Global Muslim Travel Index (GMTI)

---

Release Ref: GMTI-001

Date issued: UNDER EMBARGO UNTIL WEDNESDAY MARCH 4<sup>th</sup>, 17.00 SGT

### **Indonesia comes sixth in the MasterCard-CrescentRating Global Muslim Travel Index 2015**

- Indonesia came sixth in the GMTI 2015 behind Malaysia, Turkey, UAE, Saudi Arabia and Qatar.
- In 2014, Indonesia welcomed 1.1 million Muslim visitors.
- Singapore topped the list for non-OIC countries which also included Thailand, UK, South Africa and France.
- In 2014, there were 108 million Muslim travellers spending \$145 billion. This is expected to grow to 150 million travellers in 2020 spending \$200 billion.
- To tweet this news, copy and paste <http://bit.ly/1wRsWIJ> to your Twitter feed with the hashtags #GMTI2015

### **Indonesia- March 4<sup>th</sup>, 2015**

Indonesia has today been named sixth in the Global Muslim Travel Index, the most comprehensive research that has been released on the sector.

The "MasterCard-CrescentRating Global Muslim Travel Index (GMTI) 2015" saw Indonesia come sixth on the list, behind Qatar, Saudi Arabia, UAE, Turkey and Malaysia who took the top spot for the Organisation of Islamic Cooperation (OIC) destinations.

Singapore came first for the non-OIC destinations, which also saw Thailand, UK, South Africa and France make the top five.

The GMTI looks at in-depth data covering 100 destinations, creating an overall index, based on a number of criteria. This is the first time such thorough insights have been provided into one of the fastest-growing tourism sectors in the world today.

It will provide travellers, Governments, travel services and investors comprehensive benchmarks across a number of important criteria enabling them to track the health and growth of this travel segment.

The study also revealed that in 2014, this segment was worth \$145 billion with 108 million Muslim travellers representing 10% of the entire travel economy. In 2014, Indonesia saw 1.1 million Muslim arrivals into the country which accounts for 12% of the total arrivals.

The Muslim travel market is forecasted to grow to 150 million visitors by 2020 and 11% of the entire segment with a value projected to grow to \$200 billion.

“The MasterCard-CrescentRating Global Muslim Travel Index has today set a real precedent for the tourism industry,” said Fazal Bahardeen, CEO of CrescentRating & HalalTrip.

“Not only is it the most in-depth research that we have undertaken so far on the fast-growing Muslim travel market, but has provided all stakeholders with some invaluable insight into how the halal-friendly tourism sector is growing and developing from a global perspective.”

“CrescentRating has seen a recent huge shift towards more destinations targeting this sector like Japan and Taiwan, and it is a trend we expect to continue,” he added.

“We are pleased to partner with CrescentRating to develop the Global Muslim Travel Index as we see it as an extension of our efforts in giving consumers ease of mind when travelling through our seamless payment solutions. Travel continues to be a core passion for consumers and we are confident the GMTI will prove to be a trusted resource for this important, fast-growing traveller segment,” said Matthew Driver, President, Southeast Asia, MasterCard.

Not surprisingly, Saudi Arabia saw the highest number of Muslim arrivals into the country in 2014 with 10.2 million followed by Turkey at 7.6 million.

All 100 destinations in the GMTI were scored against a backdrop of criteria which included suitability as a family holiday destination, the level of services and facilities it provides, accommodation options, marketing initiatives as well as visitor arrivals. Each criterion was then weighted to make up the overall index score.

Malaysia scored an Index score of 83.8, followed by Turkey at 73.8 while Indonesia had a GMTI of 67.5.

GMTI40, which will be updated quarterly around the year, will track the average score of the top 20 OIC and non-OIC destinations and will form the key index to monitor the performance of the Muslim travel segment.

The overall average score for 40 destinations (GMTI40) currently stands at 56 while the overall average GMTI score for the complete 100 destinations is at 43.8. From a regional perspective, Asia Pacific destinations lead with an average GMTI score of 54.

### **The Top 10 OIC destinations of GMTI 2015**

<b>RANK</b>	<b>OVERALL GMTI 2015 RANK</b>	<b>DESTINATION</b>	<b>SCORE</b>
<b>1</b>	1	Malaysia	83.8
<b>2</b>	2	Turkey	73.8
<b>3</b>	3	United Arab Emirates	72.1
<b>4</b>	4	Saudi Arabia	71.3
<b>5</b>	5	Qatar	68.2
<b>6</b>	6	Indonesia	67.5
<b>7</b>	7	Oman	66.7
<b>8</b>	8	Jordan	66.4
<b>9</b>	10	Morocco	64.4
<b>10</b>	11	Brunei	64.3

## **The Top 10 non-OIC destinations of GMTI 2015**

<b>RANK</b>	<b>OVERALL GMTI 2015 RANK</b>	<b>DESTINATION</b>	<b>SCORE</b>
<b>1</b>	9	Singapore	65.1
<b>2</b>	20	Thailand	59.2
<b>3</b>	25	United Kingdom	55.0
<b>4</b>	30	South Africa	51.1
<b>5</b>	31	France	48.2
<b>6</b>	32	Belgium	47.5
<b>7</b>	33	Hong Kong	47.5
<b>8</b>	34	USA	47.3
<b>9</b>	35	Spain	46.5
<b>10</b>	36	Taiwan	46.2

The full report is available here

<http://gmti.crescentrating.com/mastercard-crescentrating-global-muslim-travel-index-2015-gmti2015.html>

**ENDS**

**For further information and interview requests, please contact:**

**PR enquiries:**

Anas Kasak

CrescentRating

Tel: +44 7971 735090

Email: [anas@crescentrating.com](mailto:anas@crescentrating.com)

Hazel Hoo,

Weber Shandwick,

Tel: +603 6209 5209

Email: [hhoo@webershandwick.com](mailto:hhoo@webershandwick.com)

## **Editor's Notes**

### **About Crescentrating Pte Ltd**

CrescentRating is the world's leading authority on halal-friendly travel. The company's vision is to lead, innovate and drive this segment through practical and deliverable solutions in what is regarded today as one of the fastest growing segment in the tourism sector. The company uses insight, industry intelligence, lifestyle, behaviour and research on the needs of the Muslim traveller to deliver guidance on all aspects of halal-friendly travel to organisations across the globe.

CrescentRating's services now include rating & accreditation, research & consultancy, workshops & training, ranking & indices, event support/partnerships and content provisioning.

**Website:** <http://www.crescentrating.com>

**Twitter:** <http://twitter.com/crescentrating>

**LinkedIn:** <https://www.linkedin.com/company/crescentrating>

### **About MasterCard**

**MasterCard** (NYSE: MA), [www.mastercard.com](http://www.mastercard.com), is a technology company in the global payments industry. We operate the world's fastest payments processing network, connecting consumers, financial institutions, merchants, governments and businesses in more than 210 destinations and territories. MasterCard's products and solutions make everyday commerce activities – such as shopping, traveling, running a business and managing finances – easier, more secure and more efficient for everyone. Follow us on Twitter [@MasterCardAP](https://twitter.com/MasterCardAP) and [@MasterCardNews](https://twitter.com/MasterCardNews), join the discussion on the [Cashless Pioneers Blog](#) and [subscribe](#) for the latest news on the [Engagement Bureau](#).

## **Indonesia menempati peringkat ke-enam pada Indeks Perjalanan Muslim Global MasterCard-CrescentRating 2015 (*MasterCard-CrescentRating Global Muslim Travel Index 2015*)**

- Indonesia menduduki peringkat keenam pada daftar GMTI 2015 setelah Malaysia, Turki, UEA, Arab Saudi dan Qatar.
- Pada 2014, Indonesia didatangi 1,1 juta wisatawan Muslim.
- Singapura menempati peringkat teratas untuk negara non-OIC (Organisasi Kerjasama Islam) di mana Thailand, Inggris, Afrika Selatan, dan Prancis juga termasuk di dalamnya.
- Pada tahun 2014, 108 juta wisatawan Muslim menghabiskan US\$145 miliar. Angka ini diperkirakan meningkat menjadi 150 juta wisatawan dengan pengeluaran sebesar US\$200 miliar pada tahun 2020.
- Untuk berbagi berita ini di Twitter, gunakan link <http://news.mstr.cd/18EnjZk> dengan *hashtag* #GMTI2015

### **Indonesia – 4 Maret, 2015**

Saat ini Indonesia menempati peringkat ke-enam berdasarkan riset paling komprehensif yang telah dirilis mengenai pasar perjalanan Muslim, Indeks Perjalanan Muslim Global MasterCard-CrescentRating 2015 (*MasterCard-CrescentRating Global Muslim Travel Index 2015*).

“Indeks Perjalanan Muslim Global MasterCard-CrescentRating 2015” menempatkan Indonesia pada posisi ke-enam, setelah Qatar, Arab Saudi, UEA, Turki dan Malaysia yang menempati posisi teratas untuk destinasi Organisation of Islamic Cooperation (OIC).

Singapura menjadi tujuan utama untuk destinasi non-OIC (Organisasi negara-negara Islam/*Organization of Islamic Cooperation*), di mana Thailand, Inggris, Afrika Selatan, dan Prancis juga termasuk di dalamnya. GMTI menganalisis data lengkap yang mencakup 100 destinasi, dengan hasil rata-rata berdasarkan sejumlah kriteria. Ini merupakan studi komprehensif pertama yang dilakukan pada salah satu sektor wisata dengan pertumbuhan tercepat di dunia saat ini.

Hal ini akan memberikan gambaran bagi para wisatawan, pemerintah, pemilik layanan wisata, dan investor mengenai sejumlah kriteria yang memungkinkan mereka untuk melacak kondisi dan pertumbuhan segmen wisata ini.

Studi ini juga memaparkan bahwa pada tahun 2014, segmen ini memiliki

nilai sebesar US\$145 miliar dengan 108 juta wisatawan Muslim yang merepresentasikan 10% dari keseluruhan industri wisata. Indonesia menyambut 1,1 juta wisatawan Muslim yang berkontribusi sebesar 12% dari total kedatangan.

Diperkirakan angka wisatawan muslim akan meningkat menjadi 150 juta wisatawan di tahun 2020 dan mewakili 11% segmen industri wisata yang diramalkan akan meningkat menjadi US\$200 miliar.

“MasterCard-CrescentRating Global Muslim Travel Index telah memberikan acuan nyata bagi industri pariwisata,” kata Fazal Bahardeen, CEO CrescentRating & HalalTrip.

“Tidak hanya merupakan riset paling mendalam yang dilakukan bagi industri pariwisata Muslim, namun riset ini telah memberikan gambaran bagi setiap pemangku kepentingan dengan sejumlah fakta berharga mengenai bagaimana sektor pariwisata yang sesuai dengan masyarakat Muslim telah bertumbuh dan berkembang dari perspektif global.”

“CrescentRating melihat adanya perubahan besar ke arah destinasi-destinasi lain yang ditargetkan di sektor ini seperti Jepang dan Taiwan. Kami memperkirakan tren ini akan terus berlanjut,” tambahnya.

“Kami sangat senang dapat bekerja sama dengan CrescentRating untuk mengembangkan Global Muslim Travel Index untuk memberikan ketenangan kepada para pelanggan pada saat melakukan perjalanan menggunakan solusi pembayaran tanpa batas dari kami. Wisata kembali menjadi gairah utama dari para pelanggan dan kami yakin GMTI akan terbukti menjadi sumber paling terpercaya untuk segmen penting dan berkembang dengan sangat pesat ini,” ujar Matthew Driver, *President, Southeast Asia, MasterCard*.

Tidak mengejutkan, Arab Saudi memiliki jumlah tertinggi dalam hal kedatangan wisatawan Muslim di tahun 2014 dengan jumlah kedatangan sebanyak 10,2 juta dan disusul oleh Turki sebanyak 8,1 juta.

Semua 100 destinasi pada GMTI dinilai berdasarkan berbagai kriteria termasuk kecocokan sebagai destinasi liburan keluarga, tingkat layanan dan fasilitas yang disediakan, pilihan akomodasi, inisiatif pemasaran serta kedatangan pengunjung. Setiap kriteria kemudian dihitung untuk menghasilkan skor indeks keseluruhan.

Malaysia memperoleh skor indeks sebesar 83,8 disusul oleh Turki sebesar 73,8 sementara Indonesia dengan 67,5 skor indeks.

GMTI40, yang akan terus diperbarui setiap kuartal, akan melacak nilai rata-rata dari 20 besar destinasi OIC dan *non*-OIC dan akan membentuk algoritma untuk memantau kinerja segmen perjalanan Muslim terus-menerus.

Nilai rata-rata 40 negara (GMTI40) saat ini berada di angka 56 sementara nilai keseluruhan rata-rata GMTI untuk 100 destinasi adalah 43,8. Dari perspektif regional, destinasi Asia Pasifik memimpin dengan skor GMTI sebesar 54.

### **10 Besar Negara Tujuan OIC GMTI 2015**

<b>PERINGKAT</b>	<b>PERINGKAT GMTI 2015 KESELURUHAN</b>	<b>DESTINASI</b>	<b>SKOR</b>
<b>1</b>	1	Malaysia	83.8
<b>2</b>	2	Turki	73.8
<b>3</b>	3	United Arab Emirates (UAE)	72.1
<b>4</b>	4	Saudi Arabia	71.3
<b>5</b>	5	Qatar	68.2
<b>6</b>	6	Indonesia	67.5
<b>7</b>	7	Oman	66.7
<b>8</b>	8	Jordania	66.4
<b>9</b>	10	Moroko	64.4
<b>10</b>	11	Brunei	64.3

### **10 Besar Negara Tujuan Non-OIC GMTI 2015**

<b>PERINGKAT</b>	<b>PERINGKAT GMTI 2015 KESELURUHAN</b>	<b>DESTINASI</b>	<b>SKOR</b>
------------------	--	------------------	-------------



1	9	Singapura	65.1
2	20	Thailand	59.2
3	25	Inggris	55.0
4	30	Afrika Selatan	51.1
5	31	Perancis	48.2
6	32	Belgia	47.5
7	33	Hong Kong	47.5
8	34	Amerika Serikat	47.3
9	35	Spanyol	46.5
10	36	Taiwan	46.2

Laporan lengkap tersedia di sini

<http://gmti.crescentrating.com/mastercard-crescentrating-global-muslim-travel-index-2015-gmti2015.html>.

**Selesai**

**Untuk informasi lebih lanjut dan permintaan wawancara, silakan hubungi:**

**Permintaan PR:**

Anas Kasak

CrescentRating

Tel: +44 7971 735090

Email: [anas@crescentrating.com](mailto:anas@crescentrating.com)

Georgette Tan

MasterCard

Tel: +65 6390 5971

Email: [georgette\\_tan@mastercard.com](mailto:georgette_tan@mastercard.com)

Alina Morais

Weber Shandwick

Tel: +65 6825 8203

Email: [amorais@webershandwick.com](mailto:amorais@webershandwick.com)

## Catatan Editor

### Tentang CrescentRating Pte Ltd

CrescentRating merupakan otoritas terdepan di bidang industri wisata. Visi perusahaan adalah untuk memimpin, inovasi dan mendorong segmen ini melalui solusi-solusi praktis dan dapat disampaikan pada apa yang saat ini dianggap sebagai salah satu segmen dengan pertumbuhan tercepat di sektor pariwisata. CrescentRating's menggunakan wawasan, kecerdasan di dalam industri, gaya hidup, perilaku dan penelitian akan kebutuhan dari para wisatawan Muslim dalam memberikan panduan mengenai segala aspek dari perjalanan halal kepada organisasi-organisasi di seluruh dunia.

Layanan CrescentRating's saat ini mencakup penilaian & akreditasi, penelitian & konsultasi, pelatihan, ranking & indeks, acara / kerja sama dan penyediaan konten.

**Website:** <http://www.crescentrating.com>

**Twitter:** <http://twitter.com/crescentrating>

**LinkedIn:** <https://www.linkedin.com/company/crescentrating>

### Tentang MasterCard

[MasterCard](#) (NYSE: MA), [www.mastercard.com](http://www.mastercard.com), merupakan perusahaan teknologi di industri pembayaran global. Kami mengoperasikan jaringan proses pembayaran tercepat, menghubungkan konsumen, institusi finansial, merchants, pemerintah, dan bisnis dalam lebih dari 210 negara dan wilayah. Produk dan solusi MasterCard membuat aktivitas perdagangan – seperti berbelanja, bepergian, merencanakan bisnis, dan mengatur keuangan – lebih mudah, lebih aman, dan lebih efisien bagi siapa saja. Follow kami di Twitter [@MasterCardNews](#), bergabunglah dalam diskusi di [Cashless Pioneers Blog](#) dan [subscribe](#) untuk berita terakhir mengenai [Engagement Bureau](#).