

## Fenomena Pariwisata Halal di Kota Batu

Sri Wahyuni Safitri. AR<sup>1\*)</sup>, Umrotul Khasanah<sup>2)</sup>, Misbahul Munir<sup>3)</sup>

<sup>1,2,3</sup>Ekonomi Syariah, UIN Maulana Malik Ibrahim Malang

\*Email korespondensi: [220504220012@student.uin-malang.ac.id](mailto:220504220012@student.uin-malang.ac.id)

### Abstract

Beberapa dekade terakhir, wisata halal mulai mendapat banyak perhatian, tidak hanya di negara yang mayoritas muslim tetapi juga di negara nonmuslim. Hal ini dianggap sebagai cara strategis untuk masa depan pariwisata. Destinasi wisata dapat dikatakan wisata halal apabila wisatawan muslim telah terpenuhi kebutuhan utamanya. Makna wisata halal dipandang berbeda arah antara pemerintah dan pelaku usaha. Dengan makna wisata halal, apakah mungkin hanya sebatas branding dan peningkatan citra bangsa untuk tujuan komersil atau justru didominasi oleh kepentingan ekonomi sebagai peluang bisnis, padahal wisata halal tidak hanya sebatas kesenangan fisik melainkan islami. nilai-nilai juga diwujudkan sehingga secara spiritual juga terpenuhi. Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif, dengan menggunakan pendekatan fenomenologi. Pendekatan ini bertujuan untuk memahami bagaimana pelaku usaha dan wisatawan memaknai dan mendalami wisata halal di Kota Batu sesuai konsep dan praktiknya. Penelitian ini menggunakan sumber data primer dan data sekunder. Peneliti mengumpulkan data primer melalui wawancara mendalam dan observasi langsung kepada wisatawan yang berkunjung ke destinasi wisata Kota Batu.

**Keywords:** Wisata Halal, Kota Batu, Destinasi, Pemaknaan

**Saran sitasi:** Safitri, S. W., Khasanah, U., & Munir, M. (2024). Fenomena Pariwisata Halal di Kota Batu. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(03), 3221-3232. Doi: <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v10i3.15169>

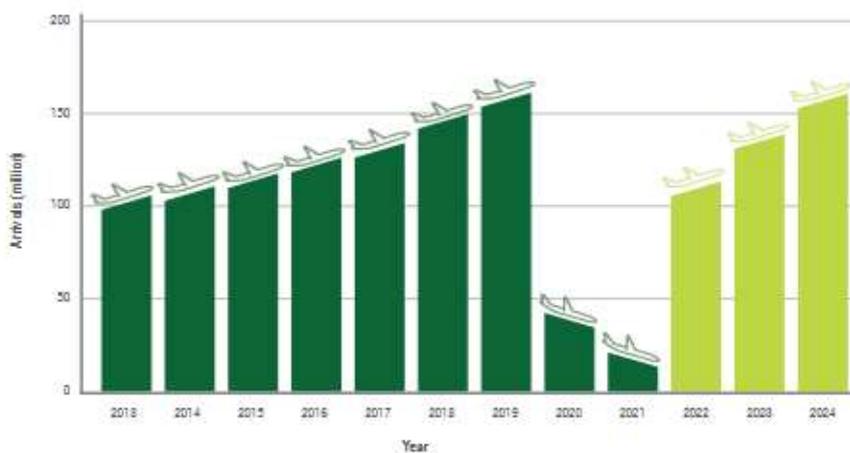
**DOI:** <http://dx.doi.org/10.29040/jiei.v10i3.15169>

### 1. PENDAHULUAN

Perekonomian global mengenai industri halal semakin meningkat belakangan ini. Permintaan industri halal pada tahun 2000an mulai bergerak ke sektor gaya hidup (*lifestyle industry*), termasuk di dalamnya sektor pariwisata, hospitaliti, rekreasi, perawatan, hingga mode (*fashion*), kosmetik, dan perbankan lain sebagainya. Hal ini juga dapat dilihat dari pertumbuhan populasi muslim yang besar (Djakfar, 2017; Faza *et al.*, 2019). Fenomena industri halal bukan hanya di negara yang penduduknya mayoritas muslim (Sayekti, 2020), berdasarkan laporan Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (KNEKS) tahun 2018 disebutkan bahwa negara mayoritas nonmuslim pun mulai melirik industri halal (Sariati, 2019; Sayekti, 2020).

Pariwisata halal dalam beberapa dekade ini mulai banyak diminati (Satriani & Faridah, 2018) dianggap sebagai cara strategis untuk masa depan pariwisata (Ahmed & Akbaba, 2020). Hal tersebut dapat dilihat dari banyaknya jumlah umat muslim di seluruh dunia dan keinginan mereka untuk berwisata (Laras & Gunawijaya, 2016). Serta sebagai alternatif bagi pasar muslim yang ingin mendapatkan tidak hanya kebutuhan wisata, akan tetapi juga kebutuhan spiritual (Muthmainnah & Rubiyanti, 2020). Kepatuhan terhadap ajaran Islam dan menawarkan destinasi, serta produk dan layanan halal yang cocok untuk wisatawan muslim (Bustamam & Suryani, 2021).

Proyeksi Pertumbuhan Wisatawan Muslim Dunia



Sumber: (Global Muslim Travel Index, 2023)

Berdasarkan gambar diatas, dapat dilihat bahwa proyeksi pertumbuhan wisatawan muslim mengalami pertumbuhan meskipun di tahun 2020 terjadi penurunan akibat pandemi Covid 19. Namun pertumbuhan wisatawan muslim di tahun 2022 kembali mengalami kenaikan secara terus-menerus hingga saat ini (Arisanti & Kurniawan, 2022). Berdasarkan data dari PEW Research Center populasi muslim merupakan populasi terbesar di dunia yang mencapai 1,7 miliar di dunia (Djakfar, 2017).

Pariwisata halal telah diperkenalkan dalam pertemuan OKI pada tahun 2000. Organisasi Konferensi Islam (OKI) memberikan definisi *Islamic Tourism* sebagai perjalanan wisata yang ditujukan untuk memberikan pelayanan dan fasilitas wisata bagi wisatawan Muslim sesuai dengan kaidah Islam (Sayekti, 2020). Berdasarkan data *Utilizing the Word Tourism Organisation* (UNWTO) menunjukkan bahwa pariwisata muslim mancanegara sebesar 126 miliar dolar AS mengalahkan wisatawan dari Jerman, Amerika Serikat dan Cina. Menurut data *Global Muslim Traveler*, wisatawan Indonesia termasuk dalam 10 negara yang gemar berwisata (Rifa'i, 2019).

Terkait adanya peningkatan pertumbuhan minat pada wisata halal (*halal tourism*), maka pemerintah Indonesia merespon dengan usaha mewujudkan Indonesia sebagai pusat halal dunia (*global halal hub*). Hal ini didukung karena adanya potensi Indonesia dengan iklim tropis yang memiliki keanekaragaman flora dan fauna, serta biodiversitas sehingga Indonesia dijadikan sebagai negara tujuan. Selain itu Indonesia juga telah memiliki besarnya populasi umat muslim

dengan persentase 75% hal ini menjadikan permintaan pada produk halal menjadi besar. Produk wisata dikelompokkan menjadi wisata alam, wisata budaya, dan wisata buatan (Umiyati & Tamrin, 2020).

Destinasi wisata dapat dikatakan sebagai wisata halal jika wisatawan muslim telah terpenuhi kebutuhan utamanya (Hariani & Dinitri, 2020). Wisata halal dapat dikatakan juga sebagai bentuk wisata religi yang mempresentasikan kepatuhan terhadap ajaran Islam dan menawarkan destinasi yang menawarkan produk dan layanan halal yang cocok untuk wisatawan muslim serta kenyamanan bagi wisatawan muslim untuk melaksanakan ibadahnya (Bustamam & Suryani, 2021). Islam melihat bahwa berwisata penting juga bagi setiap muslim untuk mengambil ibrah dalam perjalanan, yang bertujuan memberikan pelayanan terhadap wisatawan sesuai dengan kaidah keislaman seperti mengkonsumsi makanan dan minuman yang halal serta menjalankan ibadah (shalat) di tempat yang sesuai (Subarkah, 2018).

Makna pariwisata halal dipandangan dengan arah berbeda antara pemerintah dengan pelaku usaha juga wisatawan. Pemerintah berpandangan pariwisata halal sebagai media promosi yang didominasi oleh kepentingan ekonomi dan politik (Slamet *et al.*, 2022), sebagai strategi dalam branding bangsa (Kurniawan *et al.*, 2018; Fithriyah, 2022; Jafari & Scott, 2014; Firdausi *et al.*, 2017), meningkatkan citra Indonesia (Sunaryo, 2013; Jaelani, 2017) juga dipicu kepentingan dan ambisi pemerintah menjadikan Indonesia sebagai destinasi wisata halal (Laras & Gunawijaya, 2016).

Sementara pandangan pelaku usaha memaknai sebagai suatu peluang bisnis (Rimet, 2019), dapat meningkatkan daya saing dan profitabilitas bisnis mereka (Musa *et al.*, 2016), juga sebagai perlindungan konsumen yaitu dasar dalam penyediaan produk dan jasa wisata bagi konsumen, seperti hotel halal, resort halal, restoran halal dan perjalanan halal (Samsuduha, 2020), juga diperuntukkan bagi wisatawan muslim (ramah muslim) tapi tidak menutup pemanfaatannya bagi wisatawan nonmuslim (Syahid, 2017).

Dengan membuktikan adanya perbedaan dalam pemaknaan pariwisata halal maka dalam implementasi pemerintah menjadikan pengembangan pariwisata halal Indonesia menjadi salah satu program prioritas Kementerian Pariwisata (Kemenkominfo, 2019) dan pariwisata halal juga harus mampu mendorong pertumbuhan ekonomi negara (Ma'rifah *et al.*, 2020), kontribusi pariwisata halal terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) nasional pada tahun 2022 mencapai 3,6% sebesar US\$4,26 miliar (Hasibuan *et al.*, 2023).

DSN MUI juga telah mendukung pengembangan pariwisata halal di Indonesia dan menetapkan pedoman penyelenggaraan pariwisata berdasarkan prinsip syariah melalui fatwa nomor 108/DSN/MUI/X/2016, dalam fatwa tersebut menetapkan tentang prinsip umum penyelenggaraan pariwisata syariah, ketentuan-ketentuan terkait pihak dan akad, hotel syariah, wisatawan, destinasi wisata, spa, sauna dan massage, biro perjalanan wisata, serta pemandu wisata (Sayekti, 2020).

Hal tersebut menjadikan wisata halal menjadi sebuah fokus dan upaya membangun pariwisata oleh Kemenpareagraf RI, sehingga pengembangan pariwisata halal diperluas di berbagai destinasi yang unggul. IMTI (*Indonesia Muslim Travel Index*) menyebut 10 tempat destinasi unggul Lombok, Aceh, Riau, Jakarta, Jogjakarta, Malang Raya, Makassar, Jawa Barat, dan Jawa Tengah (Azizah & Kewuel, 2021). Menariknya bahwa kota batu memperoleh penghargaan dalam “*Wonderfull Indonesia Halal Tourism Meeting and Conference*” dengan kategori

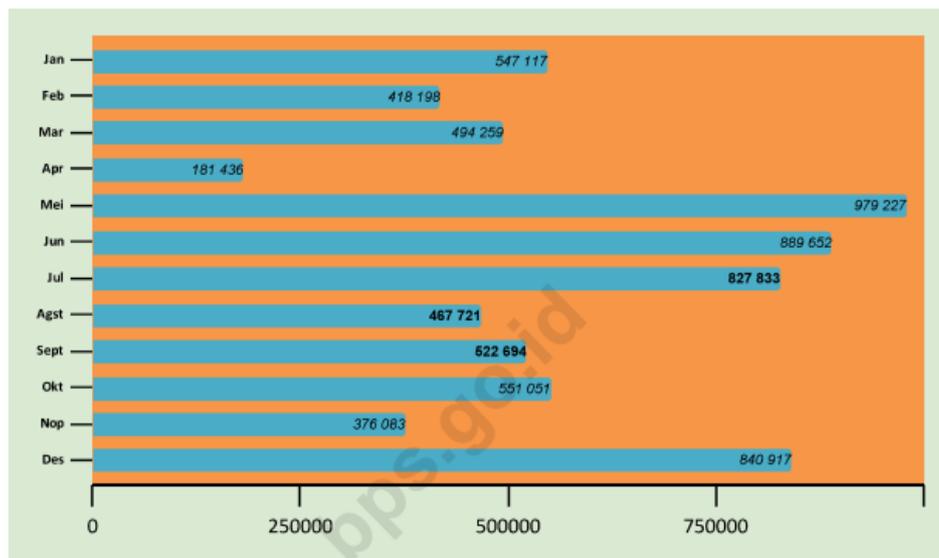
kabupaten/kota destinasi wisata halal Unggulan (Malangtimes.com, 2020).

Setelah mendapatkan penghargaan sebagai salah satu kota Wisata Halal, promosi terus digencarkan oleh Pemerintah Kota Batu khususnya bagian Dinas Pariwisata. Salah satunya ialah melakukan promosi wisatanya ke dalam dan keluar negeri. Promosi ini dilakukan, selain untuk mempromosikan Kota Batu sebagai kota wisata, namun juga untuk menarik para wisatawan agar berkunjung ke Kota Batu. Dalam hal ini pemerintah Kota Batu sendiri terus berupaya untuk meningkatkan kunjungan wisatawan lokal dan wisatawan asing (Malangtimes.com, 2020).

Upaya untuk menarik perhatian para wisatawan Pemerintah Kota Batu melaksanakan festival yang bertaraf internasional, kunjungan keberbagai daerah dan berbagainegara. Salah satu festival yang bertaraf internasional yang telah dilaksanakan ini dinamakan *Diplomatic Tour Batu International Islamic Tourism* yang diselenggarakan pada tahun 2016. Festival ini dihadiri oleh perwakilan dari 20 negara di lima Benua. Hingga di tahun 2018 sudah dicanangkan oleh Dinas Pariwisata Kota Batu, menerima dan menandatangani *Memorandum of Understanding (MoU)* dengan Kementerian Pariwisata tahun 2018 tentang rencana wisata halal (Rosita & Kewuel, 2021).

Masuknya Kota Batu dalam destinasi wisata halal unggul memerlukan peningkatan kualitas dengan melakukan penyesuaian kebijakan yang telah disusun oleh pemerintah pusat. Selain itu, keberadaan Kota Batu dalam destinasi wisata halal unggul di Indonesia tentunya memiliki potensi-potensi wisata yang mendukung. Keberadaan potensi wisata halal di Kota Batu terdiri atas dua kategori. Pertama, tempat penginapan, kami memilih fokus pada hotel kedua daya tarik wisata (Azizah & Kewuel, 2021). Meskipun sempat mengalami penurunan pada tahun 2020 akibat covid 19 namun setelah peraturan pembatasan sosial dilonggarkan aktivitas pariwisata di Kota Batu kembali meningkat di banding tahun 2021. Hingga di tahun 2022 jumlah kunjungan wisatawan sebesar 7.096.188 (BPS, 2023) terlihat pada gambar di bawah.

### Jumlah Pengunjung Objek Wisata dan Wisata Oleh-Oleh di Kota Batu tahun 2022



Sumber: Dinas Pariwisata Kota Batu (BPS, 2023)

Dicanangkannya oleh Dinas Pariwisata Kota Batu yang menerima dan menandatangani *Memorandum of Understanding* (MoU) dengan Kementerian Pariwisata tahun 2018 tentang rencana wisata halal, juga adanya upaya upaya yang dilakukan pemerintah Kota Batu terkait pariwisata halal, maka tidak sedikit juga pelaku usaha yang bermunculan dengan menggunakan ataupun menambahkan indikator pariwisata halal dalam usahanya. Seperti beberapa UMKM yang ada di AlunAlun Kota Batu yang telah mendapatkan sertifikat halal di produknya, begitupun di Wisata Pasar Apung Musium Angkut, juga beberapa restoran.

Berdasarkan uraian di atas, mungkinkah pemaknaan pariwisata halal hanya sebatas branding serta peningkatan citra bangsa untuk komersial ataupun didominasi oleh kepentingan ekonomi sebagai peluang bisnis, yang diantaranya melalui fasilitas yang ditambahkan atraksi seperti air terjun, laut, sunset hingga tempat *selfie*, sehingga jika hanya sebatas itu maka dikhawatirkan terjadi degradasi nilai dan tatanan keislaman. Padahal dalam upaya berwisata halal tidak hanya sebatas kesenangan secara jasmani tetapi nilai keislaman juga terwujud sehingga secara spiritual juga terpenuhi dan mendatangkan mashlahat dunia dan akhirat. Sebab itulah peneliti ingin menggambarkan “**Fenomena Pariwisata Halal di Kota Batu**”

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1. Pariwisata Halal

#### a. Pariwisata

Secara bahasa kata pariwisata berasal dari bahasa sansekerta, yaitu kata “*pari*” yang berarti halus maksudnya memiliki tata krama tinggi, dan “*wisata*” yang berarti kunjungan atau perjalanan untuk melihat, mendengar, menikmati dan mempelajari sesuatu (Haryanti, 2020). Wisata merupakan istilah yang merujuk pada suatu kegiatan perjalanan ke suatu tempat. Perjalanan ini biasanya dilakukan oleh setiap orang maupun secara berkelompok untuk berlibur menikmati keindahan suatu tempat yang dikunjungi. Keindahan ini biasanya dalam bentuk daya tarik alam maupun budaya (Samsuduha, 2020).

Pariwisata sendiri berkaitan dengan dua hal, yaitu *leisure* and *pleasure*. *Leisure* merupakan segala aktivitas atau pengalaman yang dipilih secara bebas yang terjadi di luar waktu kerja, Sedangkan *pleasure* adalah perasaan bahagia, rasa puas (kepuasan) atau kenikmatan. *Leisure* dan *pleasure* dapat disandingkan sebagai suatu hal yang berkaitan dalam pariwisata karena sesuai dengan definisi yang telah disebutkan, seseorang yang memiliki waktu luang (*leisure*) akan melakukan suatu perjalanan yang dapat memberikan satu kesenangan (*pleasure*) (Azizah & Kewuel, 2021).

Cooper mengemukakan bahwa pariwisata adalah serangkaian kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh perorangan atau keluarga atau kelompok dari tempat tinggal asalnya ke berbagai tempat lain dengan tujuan melakukan kunjungan wisata dan bukan untuk bekerja atau mencari penghasilan di tempat tujuan (Ferdiansyah, 2020). Selanjutnya, Menurut Undang-Undang No 10 tahun 2019 tentang kepariwisataan, yang dimaksud dengan pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung dengan berbagai fasilitas dan layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah daerah (Hutagaluh *et al.*, 2022).

b. Halal

Sedangkan kata halal berasal dari bahasa Arab yang berarti diijinkan atau sesuai dengan hukum. Term halal menurut Qardhawi didefinisikan sebagai “*That which is permitted, with respect to which no restriction exists, and the doing of which the law-giver, Allah, is allowed*”. Sebab itu term halal mempunyai arti “*permissible*” atau “*diizinkan atau diperbolehkan*” menurut ajaran Islam. Selain itu halal juga diartikan sebagai “*one human action (al-ahkam la khamsah) that categorizes the morality of human action in Islam, others being Fard (compulsory), Mustahab (recommended), Makruh (dislike) dan Haram (forbidden)*” (Djakfar, 2017). Adapun halal disebutkan dalam surah Al-Baqarah ayat 168:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوتِ

الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ عَدُوٌّ مُّبِينٌ ﴿١٦٨﴾

168. Wahai manusia, makanlah sebagian (makanan) di bumi yang halal lagi baik dan janganlah mengikuti langkah-langkah setan.

*Sesungguhnya ia bagimu merupakan musuh yang nyata.*

Jadi halal merupakan segala sesuatu yang diperbolehkan oleh syariat untuk dikonsumsi atau digunakan (Adli, 2021). Terdapat Batasan bagi umat muslim untuk tidak mengkonsumsi sesuatu yang haram atau bertentangan dengan aspek kehalalan kecuali dalam keadaan terpaksa (darurat) (Arta, 2021).

c. Pariwisata halal

Wisata halal terdiri atas dua kata yaitu wisata dan halal. Kata wisata adalah bepergian dengan tujuan bersenang-senang atau menambah pengetahuan sedangkan kata halal berasal dari bahasa Arab yang artinya diizinkan atau dibolehkan (Haryanti, 2020). Selain itu beberapa peneliti terdahulu yang menggunakan istilah wisata halal (Slamet *et al.*, 2022; Adriana *et al.*, 2021; Azizah & Kewuel, 2021; Bustamam & Suryani, 2021; Al *et al.*, 2019; Basyariah, 2021; Priyana *et al.*, 2022; MA'RIFAH *et al.*, 2020; Satriani & Faridah, 2018; Sunardi *et al.*, 2021; Setyowati & Anwar, 2022; Arta & Fikriyah, 2021; Surur, 2020; Saufi *et al.*, 2020; Rahman, 2023; Subarkah, 2018; Hariani & Dinitri, 2020; Sukirman & Zulkarnaen, 2022; Khalifah *et al.*, 2023; Reza, 2020; Ishak, 2020; Ismawan & Amalia, 2022), wisata syariah (Rimet, 2019; Adinugraha *et al.*, 2018; Noviantoro & Zurohman, 2020; Santoso Hadi & Argubi, 2019), wisata Islami (Kamarudin & Ismail, 2017) dan pariwisata Islam friendly (Ropik & Kawwami, 2022). Juga terkait industri halal dalam pandangan agama dan politis (Laras & Gunawijaya, 2016), serta budaya (Azizah & Kewuel, 2021).

Adapun perbedaan wisata konvensional, dan wisata syariah, dan wisata halal sebagai berikut:

**Komparasi Wisata Konvensional, Wisata Syariah dan Wisata Halal**

Aspek	Wisata Konvensional	Wisata Religi	Wisata Halal
Objek	Alam, budaya, dan Kuliner	Tempat ibadah dan peninggalan Sejarah	Semuanya
Tujuan	Menghibur	Meningkatkanspritualis	Memberikankepuasaan spritualitas
Target	Menyentuh kepuasan kesenangan yang berdimensi nafsu	Mencari ketenangan jiwa dan raga	Memenuhikesadaran beragama

Aspek	Wisata Konvensional	Wisata Religi	Wisata Halal
Guide	Memahami dan menguasai informasi sehingga bisa menarik wisatawan terhadap obyek wisata	Menguasai sejarah tokoh dan lokasi yang menjadi obyek wisata	Membuat turis tertarik pada obyek sekaligus membangkitkan spirit religi wisata
Fasilitas Ibadah	Sekedar pelengkap	Sekedar pelengkap	Menjadi bagian yang menyatu dengan obyek
Kuliner	Umum	Umum	Spesifik halal
Relasi dengan Masyarakat dilingkungan Obyek Wisata	Komplementer dan hanya untuk keuntungan materi	Komplementer dan hanya untuk keuntungan materi	Integrated, interaksi berdasarkan dengan prinsip syariah
Agenda Perjalanan	Setiap waktu	Waktu-waktu tertentu	Memperhatikan waktu

Sumber: (Chrysnaputra & Pangestoeti, 2021)

Sedangkan menurut Prof. Dr. H. Muhammad Djakfar, S.H., M.Ag perbedaan pariwisata halal dengan pariwisata konvensional adalah sebagai berikut (Chrysnaputra & Pangestoeti, 2021):

- a. Ditinjau dari sisi objek destinasinya di lokasi wisata konvensional tidak jarang memiliki objek wisata yang spektakuler dan megah namun fasilitas ibadah untuk sholat seperti mushallahnya sangat tidak memadai. Sedangkan wisata halal memiliki visi menjaga keseimbangan antara fasilitas untuk ibadah dan destinasi wisatanya sehingga menambah kenyamanan pengunjungnya.
- b. Ditinjau dari sisi akomodasi, wisata konvensional seperti hotel, *quest house* atau *villa* memiliki aturan yang sangat bebas tidak ada batasan bahkan menyediakan layanan untuk kebebasan berbuat melewati batas agama. Sedangkan wisata halal sangat berpegang pada aturan akomodasi yang sesuai dengan norma-norma agama, hotel, vila dan *quest house* tidak ada menyediakan layanan yang melanggar tata aturan agama.
- c. Ditinjau dari sisi fasilitas yang sifatnya untuk relaxsasi dan olah raga seperti kolam renang dan cafe wisata konvensional tidak memperhatikan batasan gender antara laki laki dan perempuan berbaur begitu saja. Sedangkan wisata halal sangat memperhatikan fasilitas yang disesuaikan dengan gender, missal untuk kolam renang terdapat kolam renang wanita tersendiri dan laki laki tersendiri.
- d. Ditinjau dari sisi keseterediaan makanan dan

- e. Ditinjau dari membangun persepsi keabsahan, wisata konvensional tidak menggunakan sertifikasi halal sebagai standar operasionalnya sedangkan wisata halal sangat penting untuk pengeterapan sertifikasi halal ini menjadi salah satu indikasi bahwa semua produk dalam layanan wisata benar-benar halal secara syar'i.
- f. Ditinjau Sektor pendukung lainnya, seperti biro perjalanan (*travel*), transportasi maupun pemandu wisata konvensional terkadang tidak menggunakan standart etika yng sesuai dengan Syariah Islam, pada wisata halal harus benar-benar mampu menunjukkan kejujuran dan keterbukaan sehingga tidak berpotensi merugikan pengunjung secara finansial.
- g. Ditinjau dari Sumber daya manusia pada wisata konvensional lebih cenderung pada capain materi sedangkan pada wisata halal lebih memiliki tujuan layanan pada pengunjung untuk mencapai kepuasan spiritualitas dan meningkatkan ketaqwaan para wisatawan.
- h. Ditinjau dari sudut kepedulian lingkungan wisata konvensional seringkali kurang dalam kebersihan lingkungan ini menjadikan suasana destinasi wisata yang kurang nyaman, sedangkan wisata halal harus menerapkan standar kebersihan lingkungan yang terjaga sebab masalah

kebersihan atau memelihara ekosistem sangatlah ditekankan di dalam Islam

Itulah beberapa karakteristik perbedaan yang ada antara pariwisata halal dengan *travel Syariah* dan pariwisata konvensional dengan *travel konvensional*. Dimana perbedaan yang menyolok adalah pada tataran teknis operasional layanan dan produknya. Bagi umat Islam perjalanan wisata adalah sebuah perjalanan spiritual yang mengedepankan rasa syukur, berdzikir dan bermunajat mengagumi segala ciptaan Allah SWT yang ada di alam semesta ini (Faizul, 2020).

### 2.2. Kriteria Pariwisata Halal

Adapun karakteristik *Global Muslim Travel Index* (GMTI) yang digunakan untuk menilai pembangunan wisata halal di dunia, dijadikan sebagai standarisasi pembangunan, yakni 3 kriteria (Subarkah, 2018). Penentuan kriteria wisata halal di Indonesia di tentukan oleh dua institusi yaitu Pemerintah dan Majelis Ulama Indonesia. Kedua institusi tersebut menjadi referensi dan panduan untuk industri pariwisata halal di Indonesia. Pemerintah di wakili oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) dan majelis Ulama Indonesia di wakili oleh Dewan Syariah Nasional (DSN) (Hakim *et al.*, 2017).

#### Kriteria Pariwisata Halal berdasarkan *Global Muslim Travel Index* (GMTI)

Kategori	Indikator
Destinasi Pariwisata (Alam, Budaya, Buatan)	Tersedia pilihan wisata seperti seni dan budaya yang tidak mengarah pada pornografi, pornografi dan kemusyrikan
	Bila memungkinkan menyelenggarakan minimal satu <i>festival halal lifestyle</i>
	Pramuwisata berpakaian dan betpenampilan sopan
	Tersedia pilihan daya tarik wisata pantai dan pemandian yang terpisah untuk pria dan wanita dan/atau mempunyai aturan pengunjung tidak berpakaian minim Hotel
Hotel	Tersedia makanan halal
	Tersedia fasilitas yang memudahkan untuk beribadah, seperti Masjid, Mushola dan fasilitas bersuci

	Tersedia playanan saat bulan Ramadhan untuk memenuhi kebutuhan sahur dan buka puasa Tidak
	Tidak adanya aktivitas non-halal seperti perjudian, minuman beralkohol, dan kegiatan diskotik
	Tersedia fasilitas rekreasi kolam renang dan fasilitas kebugaran/gym yang terpisah antara pria dan wanita
	Bila hotel menyediakan fasilitas spa, maka terapis pria untuk pelanggan pria dan terapis wanita untuk pelanggan wanita. Terapi tidak menggunakan bahan yang mengandung babi, alkohol maupun produk turunannya Biro
Biro Perjalanan	Menyediakan paket wisata yang sesuai dengan kriteria umum Pariwisata Halal
	Tidak menawarkan aktivitas non-halal
	Memiliki daftar usaha penyedia makanan dan minuman halal
	Pemandu wisata memahami dan mampu melaksanakan nilai-nilai syariah dalam menjalankan tugas
	Berpenampilan sopan dan menarik sesuai dengan etika Islam

Sumber: (Subarkah, 2018)

### 3. METODE PENELITIAN

Penelitian dalam hal ini menggunakan jenis penelitian kualitatif. Adapun dalam penelitian ini menggunakan pendekatan fenomenologi. Pendekatan ini digunakan untuk memahami bagaimana pelaku usaha, dan wisatawan memaknai dan mengeksplorasi pariwisata halal di Kota Batu sesuai konsep dan praktiknya. Penelitian ini akan dilaksanakan di beberapa destinasi wisata buatan dan wisata alami juga hotel yang ada di Kota Batu, Jawa Timur, Indonesia. Penelitian ini menggunakan sumber data primer dan data sekunder. Peneliti mengumpulkan data primer melalui wawancara secara mendalam dan observasi langsung dengan wisatawan yang berkunjung di destinasi wisata Kota Batu untuk memahami dan memakna terkait pariwisata halal. Juga melakukan wawancara dengan pemilik dan pengelola hotel, restoran.

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Wilayah Kota Batu terletak di dataran tinggi di lereng pegunungan dengan ketinggian 700 sampai 1.700 meter di atas permukaan laut. Kota Batu dahulu merupakan bagian dari Kabupaten Malang, kemudian ditetapkan jadi kota administratif pada 6 Maret 1993. Logo Kota Batu awalnya bertuliskan “Kota Wisata Batu” berubah menjadi “*Shining Batu*” pada tanggal 20 Mei 2013. Kota Batu terkenal atas keindahan alamnya di dukung juga wisata yang mudah dijumpai, baik wisata kulineran, alami, buatan, juga penginapan.

Terbentuknya konsep wisata halal di Kota Batu melalui sebuah proses yang harus dilalui. Kondisi lingkungan menjadi sebuah penentu utama lahirnya sebuah perencanaan dan kebijakan wisata halal di Kota Batu. Sebagai kota wisata yang ada di Jawa Timur, berbagai potensi wisata harus dikelola dengan baik oleh seluruh lapisan masyarakat. Hal ini dilakukan agar Kota Batu menjadi salah satu kota wisata yang memberikan layanan terbaik bagi para wisatawan. Kondisi Kota Batu yang menyandang predikat kota wisata menjadi akar dari poros perekonomian (Azizah & Kewuel, 2021).

Berdasarkan hasil analisis penelitian, dengan berbagai variasi serta daya tarik yang ditawarkan oleh Kota Batu maka persepsi terkait potensi pengimplementasian pariwisata halal didukung oleh berbagai pihak, mulai dari Dinas Pariwisata Kota Batu, Kementerian Agama Kota Batu serta pelaku usaha sendiri yang menerapkan sistem sesuai nilai syariah. Hal ini dianggap menarik juga direspon positif oleh pelaku usaha/UMKM di Kota Batu dengan adanya kerjasama dengan pihak terkait.

##### a. Persepsi Pelaku Usaha dalam Memaknai Pariwisata Halal

Berdasarkan informasi melalui wawancara, salah satu informan yang merupakan pemilik usaha/UMKM di Pasar Apung Musium Angkut yang telah mendapatkan sertifikasi halal disetiap menunya.

*“Benar bahwa setiap menu yang kami sediakan sudah bersertifikasi halal mulai dari makanan, Moctail hingga coffee, dan ini sudah sejak tahun lalu (2023) kami mendapatkan sertifikasi halalnya. Dan kemudahan bagi kami pelaku usaha karena pada proses pengurusannya kami dibantu*

*oleh Dinas Pariwisata Kota Batu. Pada saat itu kami harus menyiapkan satu per satu sampel dari menu kami, kemudian diperiksa setiap bahan yang digunakan”*. (Pelaku usaha Bangkok Bar, Rani).

Kemudian dilain sisi lain juga, wawancara dari Crew Takone

*“Saya setuju dengan berlakunya sertifikasi halal bagi para pelaku usaha, kebetulan yang ditawarkan adalah makanan Jepang. Jadi wisatawan muslim merasa aman. Karena tidak sedikit juga yaang menanyakan kehalalannya. Dan dengan adanya sertifikasi halal menjadi pertimbangan untuk wisatawan dalam memilih makan sedangkan untuk pelaku usaha jadi nilai plus. Kebetulan juga memang dari Dinas Priwisata Kota Batu yang mengharuskan terlebih di tahun 2024 ini”*.

Masuknya Kota Batu dalam destinasi wisata halal unggul memerlukan peningkatan kualitas dengan melakukan penyesuaian kebijakan yang telah disusun oleh pemerintah pusat. Selain itu, keberadaan Kota Batu dalam destinasi wisata halal unggul di Indonesia tentunya memiliki potensi-potensi wisata yang mendukung. Keberadaan potensi wisata halal di Kota Batu terdiri atas dua kategori. Pertama, tempat penginapan, kami memilih fokus pada hotel. Keberadaan pariwisata halal memberikan sebuah warna baru di Kota Batu. Lahirnya kebijakan baru ini melalui sebuah proses, salah satunya adalah penyesuaian dengan masyarakat multikultural. Kepercayaan menjadi sebuah keberagaman yang masuk dalam bentuk budaya yang dimiliki Kota Batu (Daerah & Batu, 2023)

Secara umum selama tahun 2022 terjadi peningkatan jumlah wisatawan di Kota Batu hingga sekitar 57,31 persen dibandingkan tahun sebelumnya. Terdapat satu objek wisata baru pada tahun 2022 dan dikunjungi oleh banyak wisatawan yaitu Milenial Glow Garden. Alun-alun Kota Wisata Batu pada tahun 2022, memiliki jumlah wisatawan terbanyak dibanding objek wisata lain. Sebanyak 2.054.060 wisatawan berkunjung ke alun-alun sepanjang tahun 2022. Tingginya angka tersebut dapat dikarenakan

murahnya tarif untuk berwisata di alun-alun serta terdapat berbagai macam kuliner di sekitar tempat tersebut (Daerah & Batu, 2023).

Berdasarkan wawancara pada UMKM di Alun-Alun Kota Batu

*“Saya tau kalau makanan harus yang halal, tapi sertifikat halal untuk penjual seperti saya baru 2 tahun ini, dulu belum tau. Meskipun sejak dulu semua bahan yang digunakan semua halal. Tapi saya tetap mengikuti karena untuk memperoleh sertifikat halal tidak mengeluarkan biaya”.* (salah satu penjual pentol).

Keluarnya surat edaran Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif RI Nomor SE/PP/00.01/MK/2024 Sertifikasi Halal Produk Makanan dan Minuman, untuk usaha pariwisata dan ekonomi kreatif RI maka dilakukan aksi sinergi wajib halal Oktober 2024 World Health Organization (WHO). Oleh karena itu berbagai upaya dilakukan untuk menghadapi batas akhir mandatory, maka Kementerian Agama Kota Batu berkolaborasi dengan Dinas Koperasi, Perindustrian, dan Perdagangan (Diskoperindag) mendukung program tersebut dan melakukan sosialisasi dan *launching* “Gerakan 1001 Sertifikat Halal Gratis 2024” di Pasar Induk Among Tani Kota Batu, pada tanggal 26 Februari 2024.

Adapun hasil wawancara Manager atau dikenal sebutan Captain dari Pasar Apung Museum Angkut terkait pemaknaan pariwisata halal di Kota Batu.

*“Kami berusaha untuk mengikuti arahan dari Dinas Pariwisata Kota Batu, karena juga Pasar Apung sangat diminati oleh wisatawan baik lokal maupun mancanegara. Jadi tahun 2023 kemarin dengan serentak seluruh pelaku usaha/UMKM yang ada di Pasar Apung sudah bersertifikasi halal. Adapun sekitar 20% karena pelaku usaha baru masuk. Ini juga dilakukan agar memberikan kenyamanan bagi wisatawan muslim yang ingin berwisata kuliner karena diketahui bahwa disini ada sekitar kuliner 5 negara, jadi dengan menyediakan dan menerapkan wisata halal*

*menjadi daya tarik tersendiri. Juga saat pariwisata halal juga sangat trend, juga disini dilengkapi dengan masjid”*( Captain Amirul)

#### **b. Persepsi Wisatawan Memaknai Pariwisata Halal**

Berbagai macam persepsi terkait pemaknaan pariwisata halal bagi wisatawan, dan dari hasil analisis perbedaan terjadi disebabkan oleh faktor pendidikan.

*“Menurut saya pariwisata halal, harus makanannya sudah halal, ada tempat beribadah yang memadai, tidak ada alkohol dan lainnya. Dan saya cukup senang kalau ke wisata yang sudah tersedia tempat ibadah yang nyaman, jadi ketika waktu sholat tidak ribet cari masjid. Kebetulan di Alun alun dekat sama masjid. Kalau untuk saat ini lumayan mudah mendapatkan kuliner yang halal. Tapi untuk wisata halal seperti penginapan tidak sebanyak kuliner”* (Aini, mahasiswa)

Namun ada juga wisatawan yang memaknai pariwisata halal

*“Saya belum pernah dengar pariwisata halal, kalau makanan halal sering dengar. Dan saya selalu berakhir pekan ke Pasar Apung ini ataupun ke Musium Angkut bersama keluarga. Tapi bukan karena tau ini wisata halal, memang sering kesini karena anak saya suka kuliner dan jajan disini”* (Atis, Ibu Rumah Tangga).

juga ada memaknai Pariwisata Halal itu di masjid ataupun berziarah

*“Menurut saya pariwisata halal itu di musium Islam, atau berziarah, ataupun berbagai kegiatan di masjid, yang sesuai dengan syariat. Kalau untuk di wisata halal belum begitu marak, karena kebanyakan untuk wisata buatan seperti Coban ini memang ada fasilitas musholahnya, tapi untuk makanan mungkin bisa dikatakan halal karena yang tersedia makanan instan seperti pop mie, mie instan, dan minuman kemasan. Tapi mau dikatakan pariwisata halal belum juga karena masih belum memadai seperti kolamnya*

*belum terpisah, saat waktu sholat tidak ada yang aan sebagai penanda waktu sholaat, juga banyak alasan berwisata kesini karena hanya ingin melihat cobannya bukan wisata halal dan kebanyakan saya liat berkunjung yah muda-mudi. Juga kalau wisata halal kedengarannya khwatirnya diperuntukkan untuk muslim saja, padahal masyaraakat Kota Batu multiagama”.* (Ita, Mahasiswa)

Adapun pengunjung yang memilih berwisata dan penginapan syariah memaknai

*“Pariwisata halal sudah pernah dengar, karena sekarang sangat marak, kemudian terkait penginapan saya sekeluarga lebih menyukai penginapan syariah atau memilih villa. Karena kalau penginapan syariah merasa tenang dan aman, juga cocok bagi muslim.”* (Ahmad sekeluarga)

Dengan berbagai respon dari pelaku usaha maupun wisatawan, ada yang telah familiar dengan wisata halal juga ada yang belum mengenal, masih bingung terkait wisata halal. Maka perlu adanya edukasi ataupun penjelasan khusus terkait pariwisata halal, dan yang paling penting adanya kesepakatan ataupun kebulatan suara dari pihak terkait atau kolaborasi disemua pihak (pemerintah Kota Batu, Pelaku Usaha, juga masyarakat lokal) baik dari konsep, atapun branding, tanpa mengesampingkan budaya lokal serta nilai yang ada di masyarakat Kota Batu.

## 5. KESIMPULAN

Perekonomian global mengenai industri halal semakin meningkat belakangan ini. Permintaan industri halal pada tahun 2000an mulai bergerak ke sektor gaya hidup (*lifestyle industry*), termasuk di dalamnya sektor pariwisata, hospitaliti, rekreasi, perawatan, hingga mode (*fashion*), kosmetik, dan perbankan lain sebagainya. Hal ini juga dapat dilihat dari pertumbuhan populasi muslim yang besar. perjalanan wisata yang ditujukan untuk memberikan pelayanan dan fasilitas wisata bagi wisatawan Muslim sesuai dengan kaidah Islam. Tapi tidak menutup penggunaannya bagi non muslim. Makna pariwisata halal dipandangan dengan arah berbeda antara pemerintah dengan pelaku usaha juga wisatawan.

Dengan berbagai respon dari pelaku usaha maupun wisatawan, ada yang telah familiar dengan wisata halal juga ada yang belum mengenal, masih bingung terkait wisata halal. Maka perlu adanya edukasi ataupun penjelasan khusus terkait pariwisata halal, dan yang paling penting adanya kesepakatan ataupun kebulatan suara dari pihak terkait atau kolaborasi disemua pihak (pemerintah Kota Batu, Pelaku Usaha, juga masyarakat lokal) baik dari konsep, atapun branding, tanpa mengesampingkan budaya lokal serta nilai yang ada di masyarakat Kota Batu.

## 6. REFERENSI

- Adinugraha, H.H., Sartika, M. & Kadarningsih, A. 2018. Desa wisata halal: konsep dan implementasinya di Indonesia. *Human Falah*, 5(1): 28–48.
- Adli, F. 2021. Kontribusi Objek Wisata Halal Dalam Meningkatkan Kesejahteraan Masyarakat Pelaku Usaha di Masjid Raya An-Nur Pekanbaru. *Al-Amwal*, 10(2): 87–111.
- Adriana, N., Nurwahidin & Huda, N. et al 2021. Dampak Pandemi Terhadap Pariwisata Halal Jakarta. *Jurnal of Middle East and Islamic Studies*, 8(1): 1–14.
- Ahmed, M.J. & Akbaba, A. 2020. Halal tourism: Definitional, conceptual and practical ambiguities. *Journal of tourism research institute*, 1(2): 83–100.
- Al, A.M., Faridho, Wahyu, R.D. & Setyo 2019. Minat Masyarakat Untuk Mengunjungi Destinasi Pariwisata Halal Pada Lima Kabupaten / Kota Di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta Pendahuluan. *JUMPA*, 6(1): 157–182.
- Arisanti, Y. & Kurniawan, A. 2022. Wisata Halal Di Beberapa Negara Asean. *Jurnal Inovasi Penelitian*, 3(3): 5675–5682.
- Arta, A.D. & F.K. 2021. Pengaruh Religiusitas Dan Pengetahuan Halal Terhadap Minat Berkunjung Pada Objek Wisata Di Malang Raya. 4(2): 179–187.
- Arta, A.D. & Fikriyah, K. 2021. Pengaruh Religiusitas dan Pengetahuan Halal Terhadap Minat Berkunjung pada Objek Wisata di Malang Raya. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 4(2): 179–187.
- Azizah, R.N. & Kewuel, H.K. 2021. Central Versus Regional : Membaca Konsep Pariwisata Halal Kota Batu. *Kuas Lawa*, 1(2): 16–35.
- Basyariah, N. 2021. Konsep pariwisata halal perspektif ekonomi Islam. *Youth & Islamic Economic Journal*, 2(01s): 1–6.

- BPS, K.B. 2023. Kota Batu dalam Angka 2023. Batu: Badan Pusat Statistik Kota Batu, hal.1–424.
- Bustamam, N. & Suryani, S. 2021. Potensi Pengembangan Pariwisata Halal dan dampaknya Terhadap Pembangunan Ekonomi Daerah Provinsi Riau. *Jurnal Ekonomi KIAT*, 32(2).
- Chrysnaputra, R.D. & Pangestoeti, W. 2021. Pariwisata Halal Dan Travel Syariah Pasca Pandemi Covid 19. *An-Nisbah: Jurnal Perbankan Syariah*, 2(2): 151–167.
- Djakfar, M. 2017. *Pariwisata halal perspektif multidimensi: peta jalan menuju pengembangan akademik & industri halal di Indonesia*. UIN-maliki Press.
- Faizul, A. 2020. *Pariwisata Halal dan Peningkatan Kesejahteraan*. 1 ed. Malang: CV. Literasi Nusantara Abadi.
- Faza, M.A., Ekonomi, F. & Parahyangan, U.K. 2019. *Jurnal Manajemen Indonesia Analisis SWOT Pariwisata Halal Provinsi Nusa Tenggara Barat*. 19(1): 10–29.
- Ferdiansyah, H. 2020. Pengembangan pariwisata halal di Indonesia melalui konsep smart tourism. *Tornare: Journal of Sustainable and Research*, 2(1): 30–34.
- Firdausi, I., Marantika, S., Firdaus, Z.N. & Sajidah, R. 2017. Lombok: Halal tourism as a new Indonesia tourism strategy. *International Conference on Humanities*. hal.13–14.
- Fithriyah, M.U. 2022. Pengembangan Wisata Halal Dengan Model Pentahelix. *Jurnal EL-RIYASAH*, 13(2): 191–204.
- Global Muslim Travel Index, G.M.T.I. 2023. *Global Muslim Travel Index 2023 (Mastercard Crescentrating)*. (June).
- Hakim, A.A., Al Hakim, S., Hasanuddin, M. & Ridwan, A.H. 2017. Towards Indonesia halal tourism. *AHKAM: Jurnal Ilmu Syariah*, 17(2): 279–299.
- Hariani, D. & Dinitri, S. 2020. Strategi Pengembangan Wisata Halal Kota Bogor Dengan Mengoptimalkan Industri Kreatif. *Jurnal Syarikah: Jurnal Ekonomi Islam*, 6(2): 124–129.
- Haryanti, T. 2020. Pengembangan halal tourism dalam menjamin perlindungan hukum bagi wisatawan muslim. *Tahkim*, 16(2): 369–382.
- Hasibuan, I.M., Mutthaqin, S., Erianto, R. & Harahap, I. 2023. Kontribusi Sektor Pariwisata Terhadap Perekonomian Nasional. *Jurnal Masharif Al-Syariah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 8(2).
- Hutagaluh, O., Abubakar, A. & Haddade, H. 2022. Pariwisata Halal Menurut Pandangan Al-Qur'an. *Jurnal Alwatzikhoebillah: Kajian Islam, Pendidikan, Ekonomi, Humaniora*, 8(2): 168–178.
- Ishak, A. 2020. Pandangan Stakeholder Pariwisata Tentang Halal Tourism Dan Branding Yogyakarta. *Jurnal Ranah Komunikasi (JRK)*, 3(2): 69–81.
- Ismawan, A. & Amalia, K. 2022. Konsep Bisnis Wisata Halal dalam Meningkatkan Perekonomian di Indonesia. *Jurnal Mahasiswa Akuntansi Samudra*, 3(4): 196–207.
- Jaelani, A. 2017. Industri wisata halal di Indonesia: Potensi dan prospek.
- Jafari, J. & Scott, N. 2014. Muslim world and its tourisms. *Annals of Tourism Research*, 44: 1–19.
- Kamarudin, L.M. & Ismail, H.N. 2017. Muslim tourism: The tendency of Islamic traveling attributes from Malaysia perspective. *Proceedings of the international social science and tourism research conference*.
- Kemenkominfo, T.K.P. 2019. 5 Tahun Kembangkan Pariwisata Halal, Indonesia Akhirnya Raih Peringkat Pertama Pariwisata Halal Dunia 2019. *KOMINFO*. Tersedia di [kominfo.go.id](http://kominfo.go.id).
- Khalifah, M.H., Azhar, I., Salman, M. & Murni, M. 2023. Religion And Tourism Growth In Aceh: A Conceptual Framework. *Jurnal Penelitian Ekonomi Akuntansi (JENSI)*, 7(1): 101–110.
- Kurniawan, F., Soeprijanto, A., Guntur, H.L., Wardhana, M., Abadi, I. & Sayyida, S. 2018. Pemetaan Potensi Wisata Halal Di Kabupaten Sumenep, Jawa Timur, Indonesia. *Dinar: Jurnal Ekonomi Dan Keuangan Islam*, 5(2): 59–70.
- Laras, A.P. & Gunawijaya, J. 2016. Wisata Halal Di Antara Keuntungan Ekonomi dan Politis. *Journal of Indonesian Tourism and Policy Studies*, 2(1): 1.
- Ma'rifah, a.n., nator, m. & anggraeni, e. 2020. Tingkat Literasi Pariwisata Halal Dan Keputusan Berwisata Pada Wisata Halal (Studi Pada Wisatawan Domestik Di Indonesia). *Jurnal Ilmiah Manajemen Emor (Ekonomi Manajemen Orientasi Riset)*, 4(1): 16–31.
- Musa, G., Mohezar Ali, S. & Moghavvemi, S. 2016. Understanding Islamic (halal) tourism through Leiper's tourism system. *Sedigheh, Understanding Islamic (Halal) Tourism Through Leiper's Tourism System (July 21, 2016)*.

- Muthmainnah, S.R. & Rubiyanti, R.N. 2020. Pengaruh Faktor Pendorong dan Penarik Minat Wisata Halal ke Luar Negeri dengan Religiusitas sebagai Variabel Moderator. *JPIM (Jurnal Penelitian Ilmu Manajemen)*, 5(3): 274–285.
- Noviantoro, K.M. & Zurohman, A. 2020. Prospek pariwisata syariah (Halal Tourism): Sebuah tantangan di era revolusi industri 4.0. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah*, 8(2): 275–296.
- Priyana, E.B., Nugroho, D.S., Wiradharma, G. & Triyanti, N.A. 2022. Identifikasi faktor pendukung pariwisata halal. *INOVASI: Jurnal Ekonomi, Keuangan, dan Manajemen*, 18(2): 262–266.
- Rahman, F.A. 2023. Analisis Perkembangan Wisata Halal Di Jawa Timur Sebagai Tempat Destinasi Muslim Global. *Ar Rehla: Journal of Islamic Tourism, Halal Food, Islamic Traveling, and Creative Economy*, 3(1): 56–66.
- Reza, V. 2020. Pariwisata Halal Dalam Pengembangan Ekonomi Indonesia. *Jurnal An-Nahl*, 7(2): 106–112.
- Rifa'i, M.N. 2019. Integrasi pariwisata halal di Kota Malang. *Falah: Jurnal Ekonomi Syariah*, 4(2): 194–201.
- Rimet 2019a. strategi pengembangan wisata syariah di sumatera barat: analisis swot ( Strength , Weakness , Opportunity , Threat ). *SYARIKAT: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 2(1): 50–61.
- Rimet, R. 2019b. Strategi Pengembangan Wisata Syariah Di Sumatera Barat: Analisis Swot (Strength, Weakness, Opportunity, Threat). *Syarikat: Jurnal Rumpun Ekonomi Syariah*, 2(1): 50–61.
- Ropik, A. & Kawwami, A.M. 2022. Analisis Wacana “Pariwisata Muslim Friedly” Dalam Perspektif Politik Ekonomi Islam. *JDP (JURNAL DINAMIKA PEMERINTAHAN)*, 5(1): 1–17.
- Rosita, A.N. & Kewuel, H.K. 2021. central versus regional: membaca konsep pariwisata halal kota batu. *Kusa Lawa*, 1(2): 16–35.
- Samsuduha, S. 2020. Wisata Halal Sebagai Implementasi Konsep Ekonomi Syariah. *Al-Tafaqquh: Journal of Islamic Law*, 1(1): 20–30.
- Santoso Hadi & Argubi, A.H. 2019. pengembangan wisata berbasis syariah ( halal tourism ) di kota bima hadi santoso. *sadar wisata*, 2(1): 40–55.
- sariati, n.p. 2019. Lifestyle Generasi Millennial dalam Kerangka Pasar Ekonomi Halal. *Istithmar*, 3(2).
- Satriani, E.D. & Faridah, H.D. 2018. Wisata halal: perkembangan, peluang, dan tantangan. *Journal of Halal Product and Research (JHPR)*, 01(02): 32–43.
- Saufi, A., Mulyono, L.E.H. & Apriani, B.L. 2020. Pariwisata halal: Perlukah rekonseptualisasi. *Jurnal Magister Manajemen Unram Vol*, 9(3).
- Sayekti, N.W. 2020. Strategi pengembangan pariwisata halal di Indonesia. *Kajian*, 24(3): 159–172.
- Setyowati, A. & Anwar, M.K. 2022. Pengaruh literasi halal dan religiusitas terhadap minat konsumsi produk halal masyarakat kabupaten Madiun. *LISAN AL-HAL: Jurnal Pengembangan Pemikiran Dan Kebudayaan*, 16(1): 108–124.
- Slamet, S., Abdullah, I. & Laila, N.Q. 2022. The contestation of the meaning of halal tourism. *Heliyon*, 8(3): 1–9.
- Subarkah, A.R. 2018. Potensi dan prospek wisata halal dalam meningkatkan ekonomi daerah (studi kasus: Nusa Tenggara Barat). *Sospol: Jurnal Sosial Politik*, 4(2): 49–72.
- Sukirman, D. & Zulkarnaen, W. 2022. Manajemen Pariwisata Halal Dalam Perspektif Ekonomi Syariah. *Komitmen: Jurnal Ilmiah Manajemen*, 3(1): 36–47.
- Sunardi, H., Nuraeni, S. & La Nurdin, M. 2021. HALTOUR: MEDIA LITERASI WISATA HALAL GENERASI MILLENNIAL. *Journal of Halal Product and Research (JHPR)*, 4(2): 2–78.
- Sunaryo, B. 2013. *Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata Halal Konsep dan Aplikasinya di Indoneia*. Yogyakarta: Gava Media.
- Surur, F. 2020. *Wisata Halal; Konsep dan Aplikasi*. Fadhil Surur.
- Syahid, A.R. 2017. Pariwisata Halal: Pengertian, Prinsip dan Prospeknya. *online*, (<https://studipariwisata.com/referensi/pariwisata-halal/>, diakses 2 Desember 2022).
- Umiyati, S. & Tamrin, H. 2020. *Pengembangan Wisata Halal, Tanggung Jawab siapa?*. 1 ed. Surabaya: PT Akses Prima Cendekia.