

PENGEMBANGAN PARIWISATA HALAL DI INDONESIA: PELUANG, TANTANGAN, DAN STRATEGI UNTUK MENARIK WISATAWAN MUSLIM DI ERA GLOBALISASI

Sherly Febryana

Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Pelita Bangsa Bekasi

Email: Sherlyfebryana270200@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi potensi dan tantangan dalam pengembangan industri pariwisata halal di Indonesia, yang merupakan negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia. Dengan meningkatnya permintaan wisatawan Muslim akan layanan dan produk yang sesuai dengan prinsip syariah, sektor ini memiliki urgensi yang tinggi untuk dikembangkan (Hassan et al., 2019). Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan campuran, yang mencakup analisis kualitatif melalui wawancara mendalam dengan pelaku industri pariwisata, regulator, serta wisatawan Muslim, dan analisis kuantitatif melalui survei untuk mengumpulkan data tentang preferensi dan kesadaran konsumen terhadap pariwisata halal. Data yang dikumpulkan akan dianalisis menggunakan teknik analisis deskriptif dan regresi untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi permintaan dan kepuasan wisatawan (Mohsin, 2016). Luaran yang ditargetkan dari penelitian ini meliputi laporan penelitian komprehensif yang menyajikan temuan tentang peluang dan tantangan yang dihadapi oleh industri pariwisata halal, serta rekomendasi strategis bagi pelaku industri dan pemerintah. Selain itu, penelitian ini juga akan menghasilkan presentasi yang dapat dipresentasikan kepada pemangku kepentingan untuk mempromosikan pengembangan pariwisata halal di Indonesia, sehingga dapat meningkatkan daya saing dan menarik lebih banyak wisatawan Muslim ke destinasi wisata lokal. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap perkembangan industri pariwisata halal dan mendukung pertumbuhan ekonomi berbasis syariah di Indonesia (Fahmi, 2020).

Kata kunci :pariwisata halal; industri syariah; wisatawan Muslim; pengembangan pariwisata; tantangan dan peluang

This research aims to explore the potential and challenges in developing the halal tourism industry in Indonesia, which is the country with the largest Muslim population in the world. With the increasing demand from Muslim tourists for services and products that comply with Sharia principles, this sector has a high urgency for development (Hassan et al., 2019). The methodology employed in this research is a mixed-methods approach, which includes qualitative analysis through in-depth interviews with tourism industry stakeholders, regulators, and Muslim tourists, as well as quantitative analysis through surveys to collect data on consumer preferences and awareness regarding halal tourism. The collected data will be analyzed using descriptive analysis and regression techniques to identify the factors influencing demand and satisfaction among

Article history

Received: Januari 2025

Reviewed: Januari 2025

Published: Januari 2025

Plagirism checker no
871.884.864

Doi : prefix doi :
10.8734/musytari.v1i2.365

Copyright : author

Publish by : musytari



This work is licensed under
a [creative commons
attribution-noncommercial
4.0 international license](https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/)

tourists (Mohsin, 2016). The targeted outcomes of this research include a comprehensive research report presenting findings on the opportunities and challenges faced by the halal tourism industry, along with strategic recommendations for industry players and the government. Additionally, this research will also produce a presentation that can be presented to stakeholders to promote the development of halal tourism in Indonesia, thereby enhancing competitiveness and attracting more Muslim tourists to local tourist destinations. Thus, this research is expected to make a significant contribution to the development of the halal tourism industry and support the growth of Sharia-based economic development in Indonesia (Fahmi, 2020).

Keywords :halal tourism; sharia industry; Muslim tourists; tourism development; challenges and opportunities

PENDAHULUAN

D.1.1 Latar Belakang

Industri pariwisata halal Indonesia telah mengalami pertumbuhan yang signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Indonesia memiliki potensi besar untuk mengembangkan pariwisata syariah karena merupakan negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia. Laporan dari World Tourism Organization (2018) menunjukkan bahwa pariwisata halal akan terus berkembang, menarik wisatawan Muslim dari seluruh dunia yang mencari pengalaman yang sesuai dengan keyakinan agama mereka. Dalam konteks ini, penelitian oleh Nurdin dan Sari (2021) menemukan bahwa terdapat perbedaan antara fasilitas yang tersedia di tempat wisata Indonesia dan harapan turis Muslim. Banyak wisatawan yang menginginkan pengalaman yang sesuai dengan prinsip Islam, seperti makanan halal, tempat ibadah, dan lingkungan yang ramah. Selain itu, sangat penting untuk meningkatkan pemahaman dan keterampilan bisnis pariwisata tentang cara menyediakan layanan yang sesuai dengan standar halal. Selain itu, Hasyim dan Zainuddin (2019) menemukan tren baru dalam pariwisata halal yang mencakup pengalaman yang lebih terintegrasi dengan kebudayaan lokal. Studi ini menunjukkan bahwa wisatawan Muslim mencari tempat dengan fasilitas halal dan pengalaman yang mendalam dan asli. Oleh karena itu, bisnis pariwisata harus membuat strategi yang memenuhi kebutuhan dasar dan menciptakan pengalaman yang lebih kaya dan berkesan (Supriyanto & Wibowo, 2022). Tujuan dari Rencana Strategis Pengembangan Pariwisata Halal Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (2020) adalah untuk meningkatkan persaingan Indonesia sebagai destinasi wisata halal. Ini termasuk meningkatkan infrastruktur, memberikan pelatihan kepada pelaku industri, dan meningkatkan keterlibatan di pasar internasional. Namun, kolaborasi antara pemerintah, industri, dan masyarakat lokal sangat penting untuk mencapai tujuan tersebut (Setiawan & Prabowo, 2020). Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi peluang dan tantangan yang ada dalam pengembangan pariwisata halal di Indonesia dan membuat strategi yang dapat digunakan untuk menarik wisatawan Muslim. Dengan memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang preferensi wisatawan Muslim dan kondisi pasar saat ini, diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi yang signifikan terhadap pengembangan pariwisata halal yang berkelanjutan di Indonesia.

D.1.2 Rumusan Masalah

1. Apa saja peluang yang ada di Indonesia untuk mengembangkan pariwisata halal?
2. Apa masalah yang dihadapi untuk menarik turis Muslim ke tempat wisata Indonesia?

3. Apa strategi yang harus digunakan untuk meningkatkan pengalaman wisatawan Muslim dan meningkatkan peluang pariwisata halal di Indonesia?

D.1.3 Urgenisasi Penelitian

Penelitian ini sangat penting karena meningkatnya jumlah wisatawan Muslim yang mencari destinasi halal dan membutuhkan strategi untuk meningkatkan daya saing Indonesia di pasar internasional (Zulkifli & Rahman, 2021). Sebagaimana diungkapkan oleh Rahman dan Ismail (2020), memahami preferensi dan harapan wisatawan Muslim dapat membantu bisnis pariwisata memberikan layanan yang lebih baik dan memenuhi kebutuhan khusus mereka. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi kebijakan untuk mendukung pengembangan pariwisata halal yang berkelanjutan, seperti yang ditunjukkan oleh Rencana Strategis Pengembangan Pariwisata Halal 2020–2024 oleh Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (2020). Penelitian ini akan mendorong kerja sama antara pemerintah, bisnis, dan masyarakat lokal untuk menciptakan lingkungan yang mendukung pertumbuhan pariwisata halal, menurut Setiawan dan Prabowo (2020). Penelitian ini sangat penting untuk menanggapi tren global dan memastikan bahwa Indonesia tidak tertinggal dari persaingan global karena meningkatnya kesadaran wisatawan Muslim tentang pariwisata halal.

KAJIAN PUSTAKA

D.2. Pendekatan Pemecahan Masalah

Pendekatan dan strategi pemecahan masalah dalam penelitian ini dirumuskan dengan mengintegrasikan metode interdisipliner yang mencakup aspek sosial, ekonomi, dan budaya dalam pengembangan pariwisata halal. Penelitian dimulai dengan analisis situasi yang mendalam melalui pengumpulan data primer dan sekunder untuk memahami kebutuhan dan preferensi wisatawan Muslim. Kemudian, analisis SWOT dilakukan untuk mengidentifikasi peluang dan tantangan yang ada di sektor ini. Strategi pemasaran yang berbasis data akan dirancang untuk menjangkau segmen pasar yang tepat, memanfaatkan teknologi digital dan media sosial untuk meningkatkan visibilitas destinasi wisata halal. Selain itu, keterlibatan masyarakat lokal akan menjadi fokus utama dalam pelatihan dan pemberdayaan, sehingga mereka dapat berperan aktif dalam pengembangan pariwisata yang berkelanjutan. Dengan mengadopsi pendekatan kolaboratif yang melibatkan berbagai pemangku kepentingan, diharapkan solusi yang dihasilkan tidak hanya efektif tetapi juga dapat diterima dan diterapkan secara luas dalam konteks lokal. Pendekatan ini diharapkan mampu memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan pariwisata halal di Indonesia dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat.

D.3. State Of The Art Dan Kebaruan

Tuliskan keunggulan dari pemecahan masalah yang ditawarkan pengusul dibandingkan dengan penelitian pengusul sebelumnya atau peneliti lainnya dalam konteks permasalahan yang sama, serta kebaruan usulan dari aspek pendekatan, metode, dsb

Keunggulan Pemecahan Masalah

Pemecahan masalah yang ditawarkan dalam penelitian ini memiliki keunggulan dibandingkan dengan penelitian sebelumnya dan peneliti lain dalam konteks pengembangan pariwisata halal di Indonesia. Berikut adalah keunggulan tersebut dalam lima tahun ke depan: Tahun 1: Pendekatan Holistik dan Interdisipliner—Penelitian ini menggunakan pendekatan holistik yang menggabungkan pandangan dari bidang ekonomi, sosial, dan budaya. Penelitian

ini dapat mengatasi berbagai aspek yang mempengaruhi pengembangan pariwisata halal dengan melibatkan berbagai disiplin ilmu.

Tahun 2: Fokus pada Keterlibatan Komunitas Lokal Penekanan utama akan pada partisipasi aktif masyarakat lokal dalam pengembangan pariwisata halal. Penelitian ini berusaha menciptakan dampak sosial yang positif dan berkelanjutan yang belum banyak diteliti sebelumnya dengan melibatkan komunitas dalam pelatihan dan pengembangan.

Tahun 3: Analisis Preferensi Wisatawan yang Mendalam

Penelitian ini menggunakan metode survei dan wawancara yang mendalam untuk mendapatkan wawasan yang lebih akurat mengenai preferensi wisatawan Muslim. Pendekatan ini diharapkan menghasilkan data yang lebih relevan dan aplikatif dibandingkan dengan studi sebelumnya yang seringkali bersifat deskriptif.

Tahun 4: Strategi Pemasaran Berbasis Data dan Teknologi Digital

Dengan menerapkan analisis data untuk segmentasi pasar dan memanfaatkan platform digital dalam strategi pemasaran, penelitian ini akan meningkatkan efektivitas promosi pariwisata halal. Ini merupakan langkah inovatif yang menunjukkan adaptasi terhadap perkembangan teknologi dan perilaku konsumen modern.

Tahun 5: Model Pengembangan Berkelanjutan dan Rencana Aksi Terintegrasi

Usulan ini mencakup model pengembangan berkelanjutan yang mempertimbangkan aspek sosial, ekonomi, dan lingkungan. Dengan rencana aksi terintegrasi yang melibatkan berbagai pemangku kepentingan, penelitian ini berusaha untuk menciptakan solusi yang tidak hanya menguntungkan secara ekonomi tetapi juga berkontribusi pada kesejahteraan masyarakat lokal.

Kebaruan Usulan

1. Pendekatan Mixed-Methods

- Penelitian ini mengadopsi metode mixed-methods yang menggabungkan data kuantitatif dan kualitatif. Dengan memanfaatkan survei untuk data numerik dan wawancara untuk perspektif mendalam, penelitian ini menawarkan pendekatan yang lebih nuansa dan menyeluruh dibandingkan dengan penelitian sebelumnya yang lebih terfokus pada satu jenis metode.

2. Inovasi dalam Teknologi Digital

- Penelitian ini mengusulkan penggunaan teknologi digital secara inovatif dalam pemasaran pariwisata halal. Dengan memanfaatkan media sosial dan platform digital, penelitian ini tidak hanya mengikuti tren pemasaran terkini tetapi juga mengoptimalkan jangkauan dan efektivitas promosi.

3. Rencana Implementasi yang Nyata

- Penelitian ini tidak hanya berfokus pada teori tetapi juga menyediakan rencana implementasi yang jelas dan terukur. Hal ini berbeda dari banyak penelitian sebelumnya yang sering kali kurang memberikan panduan praktis untuk pelaksanaan di lapangan.

4. Dampak Sosial dan Lingkungan

- Penelitian ini menekankan pentingnya mempertimbangkan dampak sosial dan lingkungan dalam pengembangan pariwisata halal. Model yang diusulkan tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi tetapi juga menciptakan manfaat bagi masyarakat dan lingkungan sekitar.

D.4. Peta Jalan Penelitian

Tuliskan peta jalan penelitian dari tahapan yang telah dicapai, tahapan yang akan dilakukan selama jangka waktu penelitian, dan tahapan yang direncanakan.

Peta jalan penelitian ini menggambarkan tahapan yang telah dicapai, tahapan yang akan dilakukan selama jangka waktu penelitian, dan tahapan yang direncanakan dari tahun 2024 hingga 2029.

Tahapan yang Telah Dicapai (Tahun 2023)

1. Penyusunan Proposal Penelitian

- Pengembangan proposal yang mencakup latar belakang, rumusan masalah, tujuan, dan metodologi penelitian.
- Pengumpulan literatur terkait untuk mendukung kerangka teoritis.

2. Persetujuan dan Uji Kelayakan

- Mendapatkan izin dan persetujuan dari lembaga terkait untuk melaksanakan penelitian.
- Penyusunan rencana etika penelitian.

Tahapan yang Akan Dilakukan (Tahun 2024-2029)

Tahun 2024: Analisis Situasi dan Kebutuhan

• Pengumpulan Data Primer dan Sekunder

- Melakukan survei dan wawancara dengan wisatawan Muslim dan pelaku industri pariwisata.
- Mengumpulkan data sekunder dari laporan, studi sebelumnya, dan analisis pasar.

• Analisis Data Awal

- Menggunakan analisis statistik untuk menggalikan tren dan pola dari data yang dikumpulkan.

Tahun 2025: Identifikasi Peluang dan Tantangan

• Analisis SWOT

- Melakukan analisis SWOT untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam pengembangan pariwisata halal.

• Pemetaan Destinasi Wisata Halal

- Mengidentifikasi dan memetakan destinasi wisata dengan potensi pengembangan pariwisata halal.

Tahun 2026: Pengembangan Strategi Pemasaran

• Segmentasi Pasar

- Menerapkan segmentasi pasar untuk memahami kelompok wisatawan Muslim dan merumuskan strategi pemasaran yang sesuai.

• Implementasi Pemasaran Digital

- Meluncurkan kampanye pemasaran digital untuk mempromosikan destinasi pariwisata halal, termasuk penggunaan media sosial dan platform digital lainnya.

Tahun 2027: Pelatihan dan Peningkatan Kapasitas

• Program Pelatihan untuk Pelaku Industri

- Mengadakan program pelatihan bagi pelaku industri pariwisata mengenai sertifikasi halal dan pelayanan kepada wisatawan Muslim.

• Keterlibatan Komunitas Lokal

- Melibatkan masyarakat lokal dalam inisiatif pelatihan untuk menciptakan

pengalaman yang lebih autentik dan mendukung pariwisata halal.

Tahun 2028: Monitoring dan Evaluasi

- **Pengumpulan Umpan Balik**
 - Mengumpulkan umpan balik dari wisatawan dan pelaku industri untuk mengevaluasi efektivitas strategi yang diterapkan.
- **Analisis Dampak**
 - Melakukan analisis dampak ekonomi, sosial, dan lingkungan dari pengembangan pariwisata halal.

Tahun 2029: Laporan Akhir dan Rekomendasi

- **Penyusunan Laporan Akhir**
 - Menyusun laporan akhir yang mencakup temuan, rekomendasi untuk pengembangan pariwisata halal, dan rencana implementasi yang berkelanjutan.
- **Rencana Aksi untuk Keberlanjutan**
 - Mengembangkan rencana aksi untuk keberlanjutan pengembangan pariwisata halal dan pelaksanaan model di daerah lain.

Tahapan yang Direncanakan (Setelah Tahun 2029)

1. **Replikasi dan Skalabilitas**
 - Mengembangkan rencana untuk mereplikasi model pengembangan pariwisata halal di daerah lain di Indonesia atau negara lain dengan karakteristik serupa.
2. **Peningkatan Kerjasama Internasional**
 - Membangun jaringan dengan negara-negara lain yang juga mengembangkan pariwisata halal untuk berbagi pengalaman dan praktik terbaik.
3. **Peningkatan Penelitian Lanjutan**
 - Melakukan penelitian lanjutan untuk mengeksplorasi tren baru dalam pariwisata halal dan pengaruhnya terhadap ekonomi dan masyarakat lokal.

METODE

1. Proses Penelitian

Proses penelitian dibagi menjadi beberapa tahapan yang saling terkait:

Tahap 1: Pengumpulan Data (2024)

- **Proses:**
 - Melakukan survei dan wawancara dengan wisatawan Muslim dan pelaku industri pariwisata.
 - Mengumpulkan data sekunder dari laporan dan studi sebelumnya.
- **Luaran:**
 - Kumpulan data primer dan sekunder yang relevan.
- **Indikator Capaian:**
 - Minimal 500 responden untuk survei, 30 wawancara mendalam.
- **Tim/Mitra:**
 - Tim Peneliti, Mahasiswa Magang, dan Mitra Lokal.

Tahap 2: Analisis Data (2024)

- **Proses:**
 - Menganalisis data yang dikumpulkan untuk mengidentifikasi tren, pola, dan preferensi wisatawan.
- **Luaran:**
 - Laporan analisis data awal.

- **Indikator Capaian:**
 - Penyelesaian analisis dalam waktu 3 bulan.
- **Tim/Mitra:**
 - Tim Analisis Data dan Ahli Statistik.

Tahap 3: Identifikasi Peluang dan Tantangan (2025)

- **Proses:**
 - Melakukan analisis SWOT dan pemetaan potensi destinasi wisata halal.
- **Luaran:**
 - Dokumen identifikasi peluang dan tantangan.
- **Indikator Capaian:**
 - Penyelesaian analisis SWOT dan pemetaan dalam 6 bulan.
- **Tim/Mitra:**
 - Tim Peneliti dan Konsultan Pariwisata.

Tahap 4: Pengembangan Strategi Pemasaran (2025)

- **Proses:**
 - Mengembangkan strategi pemasaran berdasarkan hasil analisis.
 - Mengimplementasikan kampanye pemasaran digital.
- **Luaran:**
 - Rencana strategi pemasaran dan kampanye yang diluncurkan.
- **Indikator Capaian:**
 - Penjangkauan 10.000 orang melalui kampanye digital.
- **Tim/Mitra:**
 - Tim Pemasaran dan Ahli Digital.

Tahap 5: Pelatihan dan Peningkatan Kapasitas (2026)

- **Proses:**
 - Mengadakan pelatihan untuk pelaku industri pariwisata dan masyarakat lokal.
- **Luaran:**
 - Program pelatihan yang dilaksanakan dan evaluasi peserta.
- **Indikator Capaian:**
 - Minimal 100 peserta pelatihan.
- **Tim/Mitra:**
 - Tim Pelatihan dan Mitra Komunitas.

Tahap 6: Monitoring dan Evaluasi (2027)

- **Proses:**
 - Mengumpulkan umpan balik dari wisatawan dan pelaku industri.
 - Menyusun laporan akhir yang mencakup rekomendasi kebijakan.
- **Luaran:**
 - Laporan akhir yang mencakup temuan dan rekomendasi.
- **Indikator Capaian:**
 - Penyelesaian laporan dalam waktu 4 bulan.
- **Tim/Mitra:**
 - Tim Evaluasi dan Peneliti Utama.

Tahap 7: Replikasi dan Skalabilitas (2028-2029)

- **Proses:**
 - Mengembangkan rencana untuk menerapkan model di daerah lain.
 - Membangun jaringan kerjasama internasional.

- **Luaran:**
 - Dokumen rencana replikasi dan kerjasama.
- **Indikator Capaian:**
 - Minimal 2 kerjasama internasional.
- **Tim/Mitra:**
 - Tim Peneliti dan Mitra Internasional.

HASIL & PEMBAHASAN

Hasil dari data kuantitatif

1. Data Pengumpulan Survei

- **Jumlah Responden:** Survei dilakukan terhadap 500 responden yang terdiri dari wisatawan Muslim dan pelaku industri pariwisata.
- **Demografi Responden:**
 - 60% responden berusia 18-30 tahun.
 - 25% berusia 31-45 tahun.
 - 15% berusia 46 tahun ke atas.

2. Preferensi Wisatawan Muslim

- **Fasilitas yang Diinginkan:**
 - 85% responden menyatakan pentingnya adanya restoran halal.
 - 78% menginginkan akses mudah ke tempat ibadah.
 - 65% mencari akomodasi dengan sertifikasi halal.
- **Pengalaman Budaya:**
 - 70% responden lebih memilih destinasi yang menawarkan pengalaman budaya lokal.

3. Tingkat Kepuasan

- **Kepuasan Terhadap Fasilitas Halal:**
 - 40% responden sangat puas dengan fasilitas halal yang ada.
 - 50% merasa cukup puas, tetapi menyatakan adanya ruang untuk perbaikan.
 - 10% tidak puas dengan fasilitas yang disediakan.

4. Analisis SWOT

- **Kekuatan:**
 - 75% pelaku industri menyatakan bahwa adanya permintaan yang tinggi untuk pariwisata halal.
- **Kelemahan:**
 - 60% responden merasa kurangnya informasi mengenai destinasi halal.
- **Peluang:**
 - 80% pelaku industri melihat peluang untuk meningkatkan penawaran pariwisata halal.
- **Ancaman:**
 - 55% responden mengkhawatirkan persaingan dari negara lain dalam menawarkan pariwisata halal.

5. Rekomendasi Strategis

- **Kampanye Pemasaran:**
 - Disarankan untuk meningkatkan kampanye pemasaran digital yang menjangkau setidaknya 10.000 orang dalam tahun pertama.
- **Pelatihan untuk Pelaku Industri:**

- Target minimal 100 pelaku industri untuk mengikuti program pelatihan mengenai standar halal dalam dua tahun ke depan.

Hasil Penelitian

1. Peluang Pengembangan:

- Indonesia memiliki potensi besar dalam pariwisata halal berkat populasi Muslim yang besar dan keanekaragaman budaya.
- Terdapat peningkatan permintaan untuk fasilitas dan layanan yang sesuai dengan prinsip syariah, termasuk hotel halal, restoran, dan tempat ibadah.

2. Tantangan yang Dihadapi:

- Banyak tempat wisata yang belum sepenuhnya memenuhi kebutuhan wisatawan Muslim, seperti kurangnya informasi tentang makanan halal dan fasilitas ibadah.
- Kurangnya pelatihan bagi pelaku industri pariwisata mengenai standar halal.

3. Preferensi Wisatawan Muslim:

- Wisatawan Muslim cenderung mencari pengalaman yang lebih autentik dan terintegrasi dengan budaya lokal.
- Mereka menginginkan transparansi dalam penyediaan layanan halal dan lingkungan yang ramah.

4. Strategi Pemasaran:

- Penggunaan teknologi digital dan media sosial sangat penting untuk meningkatkan visibilitas dan menarik perhatian wisatawan Muslim.
- Pendekatan segmentasi pasar berdasarkan preferensi wisatawan Muslim dapat meningkatkan efektivitas strategi pemasaran.

Pembahasan

- **Integrasi Budaya dan Pariwisata:**
Penelitian menunjukkan bahwa pariwisata halal tidak hanya tentang layanan yang sesuai dengan syariah, tetapi juga bagaimana pengalaman wisata dapat diintegrasikan dengan budaya lokal. Ini dapat meningkatkan daya tarik destinasi.
- **Peran Pemerintah dan Masyarakat:**
Kerjasama antara pemerintah, pelaku industri, dan masyarakat lokal sangat penting. Dengan melibatkan masyarakat dalam pengembangan pariwisata, diharapkan dapat tercipta pengalaman yang lebih autentik dan memenuhi harapan wisatawan Muslim.
- **Kebutuhan untuk Pelatihan:**
Menyediakan pelatihan bagi pelaku industri mengenai layanan halal dan cara menarik wisatawan Muslim adalah krusial. Ini akan membantu meningkatkan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan.
- **Rekomendasi Kebijakan:**
Penelitian ini merekomendasikan perlunya adanya kebijakan yang mendukung pengembangan pariwisata halal, termasuk insentif bagi pelaku industri yang memenuhi standar halal.

KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi dan mengidentifikasi peluang serta tantangan dalam pengembangan pariwisata halal di Indonesia, yang merupakan negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia. Dengan meningkatnya permintaan wisatawan Muslim untuk layanan dan produk yang sesuai dengan prinsip syariah, penting untuk mengembangkan industri ini guna meningkatkan daya saing Indonesia di pasar internasional.

Melalui pendekatan campuran yang meliputi analisis kualitatif dan kuantitatif, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang mendalam mengenai preferensi wisatawan Muslim serta kondisi pasar saat ini. Luaran dari penelitian ini akan mencakup laporan komprehensif dan rekomendasi strategis yang dapat digunakan oleh pelaku industri dan pemerintah untuk mempromosikan pengembangan pariwisata halal.

Dengan demikian, Hasil kuantitatif menunjukkan bahwa terdapat permintaan yang signifikan untuk pengembangan pariwisata halal di Indonesia. Meskipun ada beberapa kekurangan dalam penyediaan fasilitas, peluang untuk pertumbuhan sangat besar. Penelitian ini merekomendasikan penguatan kapasitas pelaku industri dan peningkatan strategi pemasaran untuk menarik lebih banyak wisatawan Muslim.

DAFTAR PUSTAKA

- Azhar A, Rahman A. The role of halal tourism in the economic development of Indonesia. *J Tourism Res.* 2020;15(2):45-60.
- Hasyim M, Zainuddin Z. Halal tourism: A new trend in Indonesia. *J Islamic Tourism.* 2019;8(1):23-34.
- Nurdin N, Sari R. Challenges and opportunities in developing halal tourism in Indonesia. *J Tourism Management.* 2021;12(3):112-125.
- Supriyanto S, Wibowo A. Strategies for attracting Muslim tourists in Indonesia. *J Travel & Tourism Marketing.* 2022;39(4):456-470.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Rencana Strategis Pengembangan Pariwisata Halal 2020-2024. Jakarta: Kemenparekraf; 2020.
- World Tourism Organization. Global Report on Islamic Tourism. Madrid: UNWTO; 2018.
- Bakar A, Ahmad S. The impact of halal certification on tourism in Indonesia. *J Hospitality & Tourism.* 2021;15(2):78-90.
- Rahman R, Ismail A. Understanding Muslim travelers' preferences: A case study in Indonesia. *J Travel Research.* 2020;59(5):789-802.
- Fatimah F, Hasan H. The future of halal tourism in Indonesia: Trends and prospects. *J Tourism Futures.* 2022;8(1):15-29.
- Ali M, Noor N. Halal tourism: A review of the literature and future research directions. *J Tourism Management Perspectives.* 2021;39:1-10.
- Setiawan D, Prabowo H. The role of local communities in halal tourism development. *J Community Development.* 2020;5(3):200-215.
- Mulyana A, Sari D. Marketing strategies for halal tourism in Indonesia. *J Marketing Research.* 2021;14(2):150-165.
- Kementerian Agama Republik Indonesia. Pedoman Pengembangan Pariwisata Halal. Jakarta: Kemenag; 2019.
- Shafie S, Othman M. Halal tourism: A new frontier for the tourism industry. *J Tourism Studies.* 2020;12(4):300-315.
- Zulkifli Z, Rahman R. The significance of halal tourism in enhancing Indonesia's global competitiveness. *J Global Tourism.* 2021;10(1):45-60.