

## PELUANG DAN TANTANGAN PARIWISATA HALAL DI INDONESIA PERSPEKTIF DAKWAH EKONOMI

<sup>1</sup>Rahman Rusdi, <sup>2</sup>Yuana Tri Utomo

Manajemen Bisnis Syariah, STEI Hamfara, Yogyakarta

<sup>1</sup>rahmamrusdibolang@gmail.com, <sup>2</sup>yuanatriutomo@gmail.com

### Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk melihat peluang dan tantangan pariwisata halal dan bagaimana pengaruhnya terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan sumber informasi dari dokumentasi hasil studi pustaka, seperti: buku-buku, informasi di media massa, artikel-artikel jurnal yang sudah terpublikasikan, dan terutama dari kitab suci al-Quran. Setelah melakukan analisis dari beberapa informasi yang terkumpul, maka dihasilkan kesimpulan bahwa Indonesia merupakan negara muslim terbesar di dunia memiliki potensi kekuatan destinasi wisata halal yang sangat besar. Ajaran Islam yang tercantum dalam al-Quran menjelaskan bahwa perintah bepergian ke tempat-tempat bersejarah untuk bisa mengambil pelajaran sehingga bisa menambah keimanan dan otomatis bisa meningkatkan pertumbuhan ekonomi terutama di daerah sekitar lokasi wisata halal itu. Peluang wisata halal Indonesia bisa menjadi sarana dakwah ekonomi Islam meski masih menghadapi tantangan dari penerapan sistem ekonomi kapitalisme.

**Kata Kunci:** Dakwah ekonomi Islam, pertumbuhan ekonomi, wisata halal

### Abstract

This research aims to look at the opportunities and challenges of halal tourism and how it affects economic growth in Indonesia. This study uses a qualitative method with sources of information from documentation of the results of literature studies, such as: books, information in the mass media, journal articles that have been published, and especially from the holy book of the Quran. After analyzing some of the information collected, it was concluded that Indonesia is the largest Muslim country in the world with a huge potential for halal tourism destinations. Islamic teachings contained in the Quran explain that the command to travel to historical places to be able to take lessons so that they can increase faith and can automatically increase economic growth, especially in the area around the halal tourist location. Indonesia's halal tourism opportunities can be a means of Islamic economic da'wah even though it still faces challenges from the implementation of the capitalist economic system.

**Keywords:** Islamic economic da'wah, economic growth, halal tourism

## PENDAHULUAN

Pasca pandemi Covid-19, seluruh umat manusia diberi lampu hijau untuk bisa memulai aktifitasnya dengan seperti sebelum pandemi. Hal ini terjadi juga bagi para pelaku bisnis yang bisa merasa lega dengan berakhirnya Covid-19 ini (Rifai & Utomo, 2023). Bisnis sektor wisata juga sudah mulai menggeliat dan beranjak aktif kembali, bahkan sudah banyak negara telah membuka obyek-obyek pariwisata mereka agar bisa dikunjungi masyarakat secara umum. Beberapa destinasi wisata di Indonesia sudah membuka diri dikunjungi oleh para wisatawan dari berbagai wilayah, baik dalam negeri maupun luar negeri bahkan secara global (Utomo, 2017).

Pariwisata telah menjadi salah satu sumber pendapatan nasional yang sangat penting bagi banyak negara, termasuk Indonesia. Potensi sektor pariwisata ini bisa menjadi sumber pendapatan yang penting dan strategis. Indonesia berupaya mengembangkan beberapa wilayah untuk destinasi yang wajib dikunjungi wisatawan, misalnya di Bali (Wirawan, 2023). Selain itu, pariwisata di Indonesia juga berperan sebagai salah satu kegiatan yang memberi kontribusi secara efektif untuk peningkatan PDB, dan menjadi pendorong utama pertumbuhan dan pembangunan ekonomi (Ramadhani, 2021). Sektor wisata bisa dimanfaatkan sebagai industri yang memiliki keterkaitan erat dengan berbagai kegiatan ekonomi lainnya, baik secara langsung maupun tidak langsung, terutama untuk memajukan industri halal mengingat populasi muslim di Indonesia yang besar (Firdaus, 2022).

Pro-kontra dalam setiap gagasan pasti ada, termasuk dengan isu wisata halal ini. Makhasi dan Rahimadhi (2020) menulis wisata halal ditolak karena menjadi bentuk kontestasi politik identitas, terutama Islam. Penolakan wisata halal di Bali, Labuhan Bajo, Tana Toraja, dan Danau Toba sekitar tahun 2019 yang lalu sangat terkait dengan suasana pemilihan umum, baik presiden maupun gubernur kepala daerah. Sentimen politik identitas berbalut “wisata halal” dianggap melanggar nilai-nilai kebhinnekaan, toleransi dan penghormatan atas budaya dan agama yang dianut mayoritas lokal. Padahal sesungguhnya bisa bernilai dakwah ekonomi seandainya bisa dengan bijaksana dalam mengkomunikasikannya (Utomo, 2024). Penelitian ini bertujuan untuk melihat peluang dan tantangan pariwisata halal dan bagaimana pengaruhnya terhadap pertumbuhan ekonomi di Indonesia.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Tahapan yang dilakukan dalam penelitian ini tanpa membuat proposal melainkan langsung berupa laporan (Wajdi et al., 2024). Metode dalam mendapatkan informasi dari sumber-sumbernya dengan cara studi pustaka dan mendokumentasikan informasi-informasi yang penting yang terkait dengan topik penelitian ini. Sumber informasi misalnya dari buku-buku, informasi di media massa, artikel-artikel jurnal yang sudah terpublikasikan, dan terutama dari kitab suci al-Quran. Peneliti juga berusaha melacak informasi dari olah Badan Pusat Statistik (BPS), GMTI, dan World Halal Travel and Tourism Index. Informasi yang sudah terkumpul kemudian dianalisis dengan *content analysis* melalui pembacaan yang serius dan berulang-ulang, kemudian diseleksi dan dikategorisasikan menurut kelompok-kelompok topiknya, dan direduksi pada informasi yang tidak terpakai sehingga menyisakan informasi yang penting saja dan terakhir didisplay, disajikan dalam kesimpulan penelitian ini.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Indonesia sebagai negara muslim terbesar memiliki potensi destinasi wisata halal yang sangat besar. Wisata halal menyediakan fasilitas yang muslim friendly, seperti: makanan halal, fasilitas hotel halal, tempat ibadah, dan tidak ada produk-produk non halal yang dijual-belikan di lokasi tersebut. Ajaran Islam dalam al-Quran menjelaskan bahwa perintah safar ke tempat-tempat bersejarah untuk bisa mengambil pelajaran sehingga bisa menambah keimanan dan otomatis bisa meningkatkan pertumbuhan ekonomi terutama di daerah sekitar lokasi wisata halal itu. Peluang wisata halal Indonesia bisa menjadi sarana dakwah ekonomi Islam meski masih menghadapi tantangan dari penerapan ekonomi kapitalisme.

Pariwisata halal menunjukkan perkara yang positif dan respon yang baik dari wisatawan domestik maupun mancanegara. Hal ini dapat dilihat dari data yang diperoleh dengan peningkatan GDP dan top 10 pariwisata halal Indonesia dari negara anggota OIC dan banyak wisatawan mancanegara yang datang dan menikmati tempat wisata halal yang sudah ada di Indonesia. Hal ini dapat mendorong Pemerintah pusat untuk segera membuat perundang-undangan pariwisata halal di Indonesia, agar sektor pariwisata halal di Indonesia dapat dipromosikan dan dapat dikenal di Dunia.

## Peluang Pariwisata Halal

Pariwisata merupakan sarana hiburan, relaksasi dan rekreasi, sekaligus sebagai kegiatan ekonomi, budaya dan dimensi sosial dalam kehidupan bangsa dan masyarakat. Pariwisata yang juga erat kaitannya dengan nilai-nilai sosial, turut mendukung hubungan antar manusia, budaya dan konvergensi masyarakat dan bangsa. Dalam Islam, wisata religi juga telah menjadi trend yang sangat diminati oleh umat Muslim (Arifudin et al., 2019; Harianto, 2013; Hidayatullah et al., 2023). Banyak umat Muslim yang melakukan perjalanan ke berbagai belahan dunia yang lain, untuk melakukan ibadah maupun untuk melihat kejayaan Islam baik di masa sekarang dan di masa lampau. Islam sendiri telah memerintahkan umatnya untuk melakukan perjalanan. Sebagaimana dalam firman Allah SWT di QS. al-Mulk ayat 15 yang terjemahannya sebagai berikut: *Dialah yang menjadikan bumi untuk kamu yang mudah dijelajahi, maka jelajalah di segala penjurunya dan makanlah sebagian dari rezeki-Nya. Dan hanya kepada-Nyalah kamu (kembali setelah) dibangkitkan.* Allah SWT juga berfirman memerintahkan manusia melakukan perjalanan sebagaimana dalam QS. Ar-Rum ayat 42 yang artinya: *Katakanlah (Muhammad), "Bepergianlah di bumi lalu lihatlah bagaimana kesudahan orang-orang dahulu. Kebanyakan dari mereka adalah orang-orang yang mempersekutukan (Allah)."* Kedua ayat tersebut menjelaskan bahwa Islam mendorong umatnya untuk melakukan perjalanan dengan tujuan untuk mengambil pelajaran dari ciptaan-Nya.

Definisi pariwisata religi pada mulanya berfokus pada wisata keagamaan, seperti mengunjungi tempat suci dan monumen keagamaan Muslim, Seiring dengan pengembangan ekonomi, pertumbuhan penduduk Muslim dan penyebaran agama Islam yang semakin luas, tuntutan dalam wisata religi tidak lagi sekadar mengunjungi pusat-pusat ibadah dan melakukan wisata ibadah. Sebaliknya, umat Muslim semakin menuntut kegiatan-kegiatan wisata yang tidak melanggar syariat Islam, termasuk di dalamnya kebutuhan-kebutuhan akan produk dan kegiatan yang halal. Saat ini ada sekitar 1,6 miliar penduduk Muslim sebanyak 23% dari seluruh populasi dunia. Seluruh penduduk Muslim tersebut tersebar di 200 negara yaitu 62,1% di antaranya tinggal di kawasan Asia Pasifik, 19,9% di Timur Tengah dan Afrika Utara, 15,0% di Afrika sub-Sahara, 2,7% di Eropa, dan 0,3% di Amerika Serikat.

Pertumbuhan umat Muslim terus mengalami peningkatan dan diperkirakan akan mencapai sekitar 26,4% dari total populasi dunia pada tahun 2030 (State of the Global Islamic Economic, 2019). Pertumbuhan yang sangat signifikan pada jumlah penduduk Muslim ini turut mempengaruhi permintaan akan layanan pariwisata, di mana mereka telah memperluas konsep wisata dengan memasukkan pariwisata halal. Permintaan tersebut terkait erat dengan hukum-hukum Islam yang berlaku dalam kehidupan umat Muslim (Hakam et al., 2017; Rama, 2014; Setiyowati et al., 2023). Pertumbuhan permintaan layanan dan produk pariwisata halal juga telah mengalami peningkatan yang cukup signifikan. Prospek Indonesia dalam mengembangkan wisata halal telah diakui dunia. Hal ini bukan tanpa alasan, mengingat Indonesia telah banyak menyabet penghargaan dalam ranah destinasi wisata halal dunia. Pariwisata halal ini merujuk kepada pariwisata dengan ketentuan-ketentuan dalam produk dan jasa yang diperoleh oleh turis harus memenuhi kebutuhan bagi wisatawan muslim untuk beribadah kepada Allah SWT (Ibrahim, 2021; Nurdin, 2018; Yuliaty, 2020).

Tingginya permintaan tersebut sehingga banyak pelaku usaha di industri pariwisata mulai menyediakan produk dan layanan yang khusus memberikan fasilitas yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Kriteria tempat wisata dikatakan halal adalah seperti menyediakan tempat ibadah (mushola atau masjid) di lokasi wisata, tempat makan atau hotel yang bersertifikasi halal (menyediakan makanan halal, pegawai yang berpakaian sesuai syariat Islam, serta tidak menyebarkan informasi berbaur pornografi atau seksual di dalam hotel), dan lain-lain (Maharromiyati & Suyahmo, 2016; Nur et al., 2020; Syihab, 2022). Pariwisata Islam, tidak terbatas pada mengunjungi tempat-tempat ibadah semata, tetapi juga mencakup kunjungan untuk kegiatan bisnis, mengunjungi kerabat dan teman, tujuan kegiatan olahraga, pengobatan, dan sebagainya. Selain itu, pariwisata dilakukan untuk tujuan pribadi seperti berbelanja dan pendidikan, atau kunjungan ibadah seperti melaksanakan umrah dan haji. Pada dasarnya pengembangan wisata syariah bukanlah wisata eksklusif karena wisatawan non muslim juga dapat menikmati pelayanan yang sesuai syariah. Wisata syariah tidak hanya mencakup keberadaan tempat wisata ziarah dan religi tetapi juga mencakup ketersediaan fasilitas pendukung, seperti restoran dan hotel yang menyediakan makanan (kuliner) halal dan tempat ibadah (Khairawat et al., 2023; Rifai & Utomo, 2023; Tumiwa et al., 2023).

Produk dan layanan wisata, serta destinasi wisata dalam wisata syariah sama dengan wisata pada umumnya sepanjang tidak bertentangan dengan nilai dan etika Islam (Hasan & Muslimin, 2019). Dapat dikatakan bahwa pariwisata Islam merupakan kombinasi dari wisata religi, wisata spiritual, wisata budaya dan wisata rekreasi, dengan menambahkan dimensi moral dan pandangan baru hidup dan bermasyarakat. Wisata Islami bersifat unik dengan berpegang pada nilai-nilai Islami di mana aktivitas perjalanan dapat dilakukan tanpa melepaskan keinginan untuk bersenang-senang, atau dengan kata lain, wisata Islami dicirikan oleh karakteristiknya yang fleksibel, sederhana dan seimbang, dan bertentangan dengan hukum Islam.

### **Tantangan Pariwisata Halal**

Tantangan wisata halal di Indonesia lebih berat ketika menghadapi intervensi kebijakan luar negeri dari negara kuat kepada Indonesia. Kekuatan pengaruh luar negeri yang tidak ingin Islam di Indonesia kuat melalui wisata halal ini muncul dalam berbagai bentuk, di antaranya adalah kerjasama dalam bidang pertanian, kereta api cepat, dan sebagainya (Wahyudi & Utomo, 2024). Tantangan-tantangan tersebut pasti berpengaruh terhadap program wisata halal, khususnya di bidang pelayanan. Semua layanan wisata halal wajib mematuhi prinsip-prinsip hukum Islam, terutama pada hal-hal yang sangat mendasar seperti melarang perzinahan, perjudian, pakaian yang tidak pantas di tempat terbuka, maupun bahan makanan yang bebas dari unsur haram termasuk daging babi, minuman beralkohol (Eddahar, 2016). Selain itu, lokasi wisata halal juga ditekankan penyediaan fasilitas beribadah yang layak, dan terutama tidak ada pesta-pesta yang menjurus kepada maksiat. Semua layanan tersebut wajib mematuhi prinsip-prinsip hukum Islam, terutama pada hal-hal yang sangat mendasar seperti melarang perzinahan, perjudian, pakaian yang tidak pantas di tempat terbuka, maupun bahan makanan yang bebas dari unsur haram termasuk daging babi, minuman beralkohol (Eddahar, 2016).

Selain itu, lokasi wisata halal juga ditekankan untuk menyediakan fasilitas beribadah yang layak, dan terutama tidak ada pesta-pesta yang menjurus kepada maksiat. Kebutuhan utama yang diinginkan oleh wisatawan Muslim dalam kegiatan pariwisata, terutama terkait pada:

a. Hotel dan akomodasi yang halal.

Hotel-hotel yang melayani wisatawan Muslim harus dijalankan sesuai dengan syariat Islam. Hotel yang memenuhi standar syariat Islam, ditandai dengan keberadaan fasilitas ibadah yang memadai dan tersedianya makanan halal.

b. Transportasi halal

Transportasi halal harus memenuhi semua persyaratan yang sesuai dengan prinsip dan ajaran agama Islam, seperti kebersihan, tidak menyajikan minuman beralkohol, dan hal-hal lain yang tidak sesuai dengan ajaran agama Islam.

c. Makanan halal:

Makanan yang disajikan di restoran dan fasilitas wisata harus sesuai syariah, dan aspek-aspek seperti tidak menggunakan bahan baku babi atau cara penyembelihan yang tidak sesuai syariat Islam. Kepastian ketersediaan makanan halal sangat penting bagi wisatawan Muslim ketika mereka mengunjungi suatu negara apalagi di negara-negara non muslim.

d. Paket wisata Halal

Paket wisata yang menyediakan aktivitas dan layanan yang sesuai dengan prinsip Islam.

e. Persaingan di Sektor Pariwisata Halal

Pariwisata telah menjadi obyek kegiatan ekonomi yang diandalkan oleh banyak negara sebagai sumber pendapatan nasional. Bahkan dalam perkembangannya, banyak negara membangun sektor pariwisata untuk menarik lebih banyak wisatawan agar datang berkunjung ke negara mereka. Selain menjual nilai khas budaya atau pembangunan wilayah yang modern, banyak negara juga berkompetisi dalam menyediakan fasilitas yang sesuai dengan permintaan wisatawan, termasuk wisatawan muslim. Dalam upaya menarik wisatawan untuk datang ke negara mereka, semua negara perlu mengetahui pangsa pasar global mereka, sehingga dapat mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan yang ada untuk tujuan mengembangkan strategi bisnis pariwisata di tingkat global. Daya saing pariwisata mengacu pada peningkatan kekayaan suatu negara, terutama kekayaan alam dan budaya, serta produksi sehingga dapat diukur target pariwisata Halal.

## **Pariwisata Halal dan Pertumbuhan Ekonomi**

Sektor pariwisata saat ini merupakan salah satu penghasil devisa dan penciptaan lapangan kerja yang paling menonjol dan terbesar di dunia, dan pendukung utama pertumbuhan ekonomi, baik secara langsung maupun tidak langsung, atau melalui efek yang ditimbulkannya terhadap sektor ekonomi lainnya. Sektor pariwisata menyumbang \$2,3 triliun dan 319 juta pekerjaan di seluruh dunia, dengan mempertimbangkan dampak tidak langsung dan dampak yang lebih luas, dan menyumbang hampir \$8,8 triliun terhadap ekonomi global pada tahun 2018, setara dengan 10,2% dari PDB di dunia, dan sekitar 1 hingga 10 dari semua pekerjaan secara global (Nurdin, 2018).

Pariwisata halal merupakan produk baru dari pasar Islam dan industri pariwisata, dan pasar yang dinamis dan dinamis dengan dimensi ekonomi, sosial dan budaya, memberikan peluang untuk membangun kehidupan yang lebih baik bagi jutaan orang, menyediakan akses pendapatan, dan menyediakan kesempatan kerja terutama bagi kaum muda. Pendapatan pariwisata Islam pada tahun 2015 berjumlah \$151 miliar, meningkat menjadi sekitar \$177 miliar pada tahun 2017 dengan tingkat pertumbuhan hampir 11,8%, hampir dua kali lipat dari sektor pariwisata global. Pendapatan diperkirakan akan mencapai sekitar \$300 miliar pada tahun 2030, menjadikannya salah satu sektor dengan pertumbuhan tercepat di industri. Oleh karena itu, penting untuk mengaktifkan dan merancang kebijakan dan strategi pariwisata jangka menengah dan panjang yang bertujuan untuk mengembangkan dan mendiversifikasi pola pariwisata halal, menjadikannya salah satu pilar utama pendukung pertumbuhan ekonomi. Hal ini diperlukan untuk bekerja pada diversifikasi produk pariwisata dan untuk mengaktifkan dan mendiversifikasi program, paket dan wisata yang hijau sesuai dengan hukum dan syariat Islam (Global Green Growth Institute, 2015; Rahmayani et al., 2022).

## **Pariwisata Halal, Dakwah Ekonomi, dan Tantangannya**

Pariwisata halal yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan wisata yang awalnya terbatas untuk wisatawan muslim saja bisa berkembang luas mentarget wisatawan non-muslim juga. Aspek-aspek wisata yang mencakup makanan halal, tempat ibadah, akomodasi yang sesuai dengan syariah, serta kegiatan wisata yang religius juga bisa didisplay untuk non-muslim bahkan seluruh umat manusia (Fahham, 2017; Nurdin, 2018; Utomo, 2024).

Pariwisata halal sebagai bentuk dakwah ekonomi adalah konsep yang mengintegrasikan nilai-nilai Islam dalam sektor pariwisata, sehingga tidak hanya memenuhi kebutuhan wisatawan Muslim tetapi juga menyebarkan prinsip-prinsip ekonomi Islam kepada seluruh umat manusia (Nugraha et al., 2024). Pariwisata halal secara otomatis melakukan edukasi dan penyebaran ajaran-ajaran Islam, juga menyebarkan kesadaran Islam. Wisatawan mendapatkan pengalaman langsung tentang bagaimana prinsip-prinsip Islam diterapkan dalam layanan pariwisata, seperti makanan halal, tempat ibadah yang tersedia, dan aktivitas wisata yang sesuai syariat. Wisata halal tentu mengedepankan investasi syariah dalam pengembangan infrastruktur dan fasilitas-fasilitas pariwisata yang sering kali melibatkan investasi dari lembaga keuangan syariah yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam seperti larangan riba dan spekulasi (Basomi et al., 2024).

Wisata halal menerapkan prinsip-prinsip ekonomi Islam, seperti keadilan ekonomi dengan distribusi kekayaan hingga bisa merata, transparansi, kejujuran, dan fair trade dalam transaksi bisnis, menghindari praktik-praktik yang dilarang dalam Islam seperti riba (bunga), gharar (ketidakpastian berlebihan), dan maisir (judi), dan sebagainya (Wirawan, 2023). Wisata halal memiliki dampak positif pada masyarakat muslim dan bisa menjadi penguat identitas dan kebanggaan muslim karena menyediakan lingkungan yang mendukung praktik-praktik Islami dan mampu meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat. Contoh implementasi pariwisata halal sebagai dakwah ekonomi adalah mengorganisir perjalanan umrah dan haji, eco-Islamic tourism yang memadukan pariwisata alam dengan edukasi tentang pengelolaan sumber daya alam yang Islami dan berkelanjutan, festival halal, dan sebagainya.

Pariwisata halal tidak hanya fokus pada pemenuhan kebutuhan fisik dan spiritual wisatawan, tetapi juga berperan aktif dalam menyebarkan dan mengimplementasikan nilai-nilai ekonomi Islam di masyarakat. Hal ini menjadikan pariwisata halal sebagai salah satu bentuk dakwah ekonomi yang efektif dan berkelanjutan. Pariwisata halal mendapatkan tantangan yang signifikan ketika sistem ekonomi yang sekarang diadopsi oleh masyarakat adalah sistem ekonomi kapitalisme (Fahham, 2017).

## PENUTUP

Wisata halal di Indonesia sebagai negara muslim terbesar memiliki potensi yang sangat besar untuk dikembangkan. Wisata halal yang menyediakan fasilitas muslim friendly merupakan ajaran Islam yang termaktub dalam al-Quran. Peluang wisata halal di Indonesia bisa menjadi sarana dakwah ekonomi Islam. Wisatawan halal secara langsung mendapatkan edukasi dari pengalamannya yang religius sehingga bisa menambahkan kesadaran imannya yang terus meningkat. Meski demikian, wisata halal sekarang ini masih menghadapi tantangan dari penerapan sistem ekonomi kapitalisme yang termanifestasikan dalam kebijakan-kebijakan atau regulasi-regulasi yang ada, termasuk pandangan yang menolak yang menganggap sebagai kedok dari politik identitas.

## DAFTAR PUSTAKA

- Arifudin, W. A., Fatihah, N., Echsan, A., Maftuhah, L., Nadjih, D., & Pandoman, A. (2019). Kesadaran Beragama Pelaku Pariwisata di Kawasan Malioboro. *Nuansa Akademik: Jurnal Pembangunan Masyarakat*, 4(2), 117–132. <https://doi.org/10.47200/jnajpm.v4i2.559>
- Basomi, R. D., Oktaviany, M., Wandini, E. A., Shavira, L., Hasanudin, Q. N., & Syarifudin. (2024). Pentingnya Sertifikasi Halal dalam Perspektif Etika Bisnis Islam Terhadap Produk Makanan Halal. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis*, 13(2).
- Fahham, A. M. (2017). Tantangan Pengembangan Wisata Halal di Nusa Tenggara Barat. *Aspirasi: Jurnal Masalah-Masalah Sosial*, 8(1), 65–79. <https://doi.org/10.46807/aspirasi.v8i1.1258>
- Firdaus, P. (2022). Pengaruh Pariwisata Halal Terhadap Loyalitas Wisatawan Muslim Untuk Mengunjungi Bali. In *UII* (Vol. 7, Issue 1). <http://link.springer.com/10.1007/s00232-014-9701-9>  
<http://link.springer.com/10.1007/s00232-014-9700-x>  
<http://dx.doi.org/10.1016/j.jmr.2008.11.017>  
<http://linkinghub.elsevier.com/retrieve/pii/S1090780708003674>  
<http://www.ncbi.nlm.nih.gov/pubmed/11910031>
- Global Green Growth Institute. (2015). Mewujudkan Pertumbuhan Ekonomi Hijau untuk Indonesia yang Sejahtera. *Global Green Growth Institute*, 1–21. [www.ggp.bappenas.go.id](http://www.ggp.bappenas.go.id)

- Hakam, S., Pamungkas, C., & Budiwanti, E. (2017). Ringkasan Hasil Penelitian Komodifikasi Agama-Agama di Korea Selatan. *Jurnal Kajian Wilayah*, 7(2), 159–168. <http://jkw.psdr.lipi.go.id/index.php/jkw/article/view/750>
- Harianto, D. dk. (2013). Analisa pengaruh kualitas layanan, brand image, dan atmosfer terhadap loyalitas konsumen dengan kepuasan konsumen sebagai variabel intervening konsumen kedai de- ja- vu Surabaya. *Jurnal Manajemen Pemasaran*, 1(1), 1–8.
- Hidayatullah, S., Al Rasyid, H., & Sudaryanti, D. (2023). Analisis Optimalisasi Wisata Religi Berbasis Halal Tourism Terhadap Daya Tarik Wisatawan Muslim Di Jembrana Bali. *Al-Aswaq: Islamic Economic and Finance Journal*, 4(1), 150–160. <https://repository.unisma.ac.id/handle/123456789/6670%0Ahttps://jim.unisma.ac.id/index.php/laswq/article/viewFile/20772/15492>
- Ibrahim, A. (2021). *Pengantar Ekonomi Islam* (R. I. A. M. S. N. L. T. Sakti (ed.)). Departemen Ekonomi dan Keuangan Syariah - Bank Indonesia.
- Khairawat, S., Wenin, N., & Haryon, T. (2023). The Mediating Effect of Innovation in the Relationship Between Social Capital and Halal Culinary Business ' s Competitive Advantage. *AJMESC: Asian Journal of Management Entrepreneurship and Social Science*, 03(04), 378–399.
- Maharromiyati, M., & Suyahmo, S. (2016). Pewarisan Nilai Falsafah Budaya Lokal Gusjigang sebagai Modal Sosial di Pondok Pesantren Entrepreneur Al Mawaddah Kudus. *Journal of Educational Social Studies*, 5(2), 163–172. <http://journal.unnes.ac.id/sju/index.php/jess>
- Makhasi, G. Y. M., & Rahimadhi, M. T. Y. (2020). RAMAI-RAMAI MENOLAK WISATA HALAL: Kontestasi Politik Identitas dalam Perkembangan Wisata Halal di Indonesia. *Jurnal Sosiologi Reflektif*, 14(2), 373. <https://doi.org/10.14421/jsr.v14i2.1767>
- Nugraha, N., Sapta, A. E., Budiyo, I., Hasanah, S., Ulya, N. M., Lestari, S. S., Windawati, A., & Sari, M. K. (2024). The Role of Stakeholders in Accelerating Halal Certification for SMEs. *KnE Social Sciences*, 2024, 169–180. <https://doi.org/10.18502/kss.v9i17.16321>
- Nur, I., Adam, S., & Muttaqien, M. N. (2020). Maqāṣid Al-Sharī‘at: The Main Reference and Ethical-Spiritual Foundation for the Dynamization Process of Islamic Law. *Ahkam: Jurnal Ilmu Syariah*, 20(2), 331–360.

<https://doi.org/10.15408/ajis.v20i2.18333>

Nurdin, N. (2018). Bisnis Wisata Halal. In *Gema Insani Press* (Vol. 42, Issue 1).

<https://doi.org/10.47655/dialog.v42i1.326>

Rahmayani, D., Yuliani, R., Kristanti, N. R., Marpaung, G. N., Supriyadi, A., & Nuurfauzi, M. (2022). Peningkatan Kapabilitas Green Economy Dalam Pengembangan Desa Wisata Sebagai Upaya Mewujudkan Pembangunan Berkelanjutan. *Kumawula: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 5(1), 171.

<https://doi.org/10.24198/kumawula.v5i1.36289>

Rama, A. (2014). Potensi Pasar Halal Dunia. *Kolom Opini, Koran Fajar Makassar*, 2(2).

Ramadhani, M. (2021). Dilema Regulasi Pariwisata Halal Di Indonesia. *Journal of Islamic Tourism, Halal Food, Islamic Traveling, and Creative Economy*, 1(1), 89–105.

<https://doi.org/10.21274/ar-rehla.2021.1.1.89-105>

Rifai, R. N., & Utomo, Y. T. (2023). BISNIS KULINER DI MASA PANDEMI COVID 19. *JEBESH: Journal of Economics Business Ethics and Science of History*, 1(April), 24–31.

Setiyowati, A., Utomo, Y. T., Yusup, M., Santoso, I. R., Sulistyowati, Bahri, E. H., Arini, E. Z., Sutrisno, Suriabagja, A., Mubarrak, H., & Pratiwi, A. (2023). *Green Economy Dalam Perspektif Syariah* (R. Kurnia (ed.)). Az-Zahra Media Society. <http://azzahramedia.com/green-economy-perspektif-syariah/>

Syihab, M. B. (2022). MAQASID SYARIAH PEREKONOMIAN NASIONAL. *Mukaddimah : Jurnal Studi Islam*, 7(1), 1–25.

Tumiwa, R. A. F., Ningsih, G. M., Romarina, A., Setyadjit, Slamet, B., Waruwu, E., Ie, M., & Utomo, Y. T. (2023). Investigating halal food Supply chain management, halal certification and traceability on SMEs performance. *Uncertain Supply Chain Management*, 11(4), 1889–1896. <https://doi.org/10.5267/j.uscm.2023.6.003>

Utomo, Y. T. (2017). Strategi Memasuki Pasar Global; Studi Kasus Yanto Pottery Kasongan Bantul. *Az-Zarqa': Jurnal Hukum Bisnis Islam*, 9. <http://ejournal.uin-suka.ac.id/syariah/azzarqa/article/viewFile/1432/1239>

Utomo, Y. T. (2024). *DAKWAH EKONOMI ISLAM* (Hartini (ed.)). Media Sain Indonesia.

Wahyudi, & Utomo, Y. T. (2024). PELAJARAN DARI QS . AN-NISAA ' AYAT 141 : MENYIKAPI KERJASAMA PERTANIAN INDONESIA - CHINA. *JAHE: Jurnal Ayat Dan Hadits Ekonomi*, 2(2), 77–84.

Wajdi, F., Astiswijaya, N., Suandi, Hozairi, Usman, E., Pudjiastuti, S. R., Risqi, E. N., Irwanto, Syafitri, E., & Utomo, Y. T. (2024). Metode Penelitian Pendidikan &

Pengembangan. In *Widina Media Utama*. Widina Media Utama.

<https://repository.penerbitwidina.com/id/publications/568613/metode-penelitian-pendidikan-pengembangan>

Wirawan, P. E. (2023). Potensi Wisata Moslem Friendly di Desa Wisata Taro Tegallalang Gianyar Bali. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 28(2), 212–222.

<https://jurnalpariwisata.stptrisakti.ac.id/index.php/JIP/article/view/1740>

Yuliaty, T. (2020). Model Wisata Halal Sustainable Di Indonesia. In *Disertasi*.