

**MENGUKUR *HALAL CITY INDEX* DI INDONESIA**

**SKRIPSI**



Oleh:

**DIAZ AYU RENGGANIS**

NIM : 210503110077

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH FAKULTAS EKONOMI**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)**

**MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG**

**2025**

**MENGUKUR *HALAL CITY INDEX* DI INDONESIA**

**SKRIPSI**

Diajukan Kepada:

Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang

Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan

dalam Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (SE)



Oleh:

**DIAZ AYU RENGGANIS**

**NIM : 210503110077**

**JURUSAN PERBANKAN SYARIAH FAKULTAS EKONOMI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN)  
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG**

**2025**

**LEMBAR PERSETUJUAN**

MENGUKUR *HALAL CITY INDEX* DI INDONESIA

**SKRIPSI**

Oleh

**Diaz Ayu Rengganis**

NIM : 210503110077

Telah Disetujui Pada Tanggal 10 Februari 2025

**Dosen Pembimbing,**



**Ahmad Tibrizi Soni Wicaksono, M.E**

**NIP. 199007132019031013**

## LEMBAR PENGESAHAN

MENGUKUR *HALAL CITY INDEX* DI INDONESIA

### SKRIPSI

Oleh

**DIAZ AYU RENGGANIS**

NIM : 210503110077

Telah Dipertahankan di Depan Dewan Penguji  
Dan Dinyatakan Diterima Sebagai Salah Satu Persyaratan  
Untuk Memperoleh Gelar Sarjana Perbankan Syariah (S.E.)  
Pada 27 Februari 2025

Susunan Dewan Penguji

1 Ketua Penguji

**Dr. Fani Firmansyah, SE., M.M**

NIP. 197701232009121001

2 Anggota Penguji

**Eka Wahyu Hestya Budianto, Lc., M.Si**

NIP. 198908082020121002

3 Sekretaris Penguji

**Ahmad Tibrizi Soni Wicaksono, M.E**

NIP. 199007132019031013

Tanda Tangan



Disahkan Oleh:

Ketua Program Studi,



**Dr. Yavuk Sri Rahayu, M.M**

NIP. 197708262008012011

# HALAMAN PERNYATAAN

## SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Diaz Ayu Rengganis  
NIM : 201503110077  
Fakultas/Jurusan : Ekonomi/Perbankan Syariah

menyatakan bahwa "**Skripsi**" yang saya buat untuk memenuhi persyaratan kelulusan pada Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan judul:

**MENGUKUR HALAL CITY INDEX DI INDONESIA** adalah hasil karya saya sendiri, bukan "**duplikasi**" dari karya orang lain.

Selanjutnya apabila di kemudian hari ada "**klaim**" dari pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing dan atau pihak Fakultas Ekonomi, tetapi menjadi tanggung jawab saya sendiri.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tanpa paksaan dari siapapun.

Malang, 14 Februari 2025

Hormat saya,



Diaz Ayu Rengganis

NIM: 210503110077

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Dengan penuh rasa syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, skripsi ini saya persembahkan untuk:

### **Kedua Orang Tua Tercinta**

*Atas cinta, do'a, dukungan, dan pengorbanan tanpa batas yang selalu menjadi kekuatan dan motivasi dalam setiap langkah saya.*

### **Keluarga Besar Tersayang**

*Untuk Om, Tante, Budhe, Bulik, dan sepupu-sepupu yang selalu mengiringi perjalanan saya dengan dukungan semangat, perhatian, dan kebahagiaan selama proses ini.*

*Tidak lupa kepada Alm. Nenek dan Om tersayang yang telah berpulang, yang selalu menjadi cahaya dalam hidup saya.*

### **Dosen-dosen yang Saya Cintai**

*Yang sabar dalam mengajari, membimbing, dan mendidik serta memberikan ilmu dan inspirasi selama proses belajar saya di kampus tercinta ini.*

### **Teman-teman Seperjuangan**

*Yang selalu membersamai setiap perjalanan dan memberikan dukungan moral dan semangat selama perjalanan panjang ini.*

### **Almamater dan Organisasi Tercinta**

*UIN Malang tercinta, yang menjadi tempat untuk belajar dan mengejar impian.  
GenBI Malang, yang menjadi tempat bertumbuh selama dua tahun ke belakang.*

## **HALAMAN MOTTO**

*“Maka, sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan. Sesungguhnya  
beserta kesulitan ada kemudahan” – Q.S Al-Insyirah: 5-6*

*Kunci kebahagiaan adalah bersyukur.*

*When we dream it, we can be the one!*

## KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas limpahan rahmat, karunia, dan hidayah-Nya sehingga saya dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Mengukur *Halal City Index* di Indonesia” ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan pendidikan dengan baik.

Sholawat serta salam semoga tercurahkan kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW yang telah membimbing kita dari zaman kegelapan menuju zaman yang terang benderang melalui agama Islam.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa tidak mungkin dapat menyelesaikannya tanpa bantuan, dukungan, dan do'a dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan penuh rasa hormat, saya ingin mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Bapak Prof. Dr. H. M. Zainuddin, M.A, selaku Rektor Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Bapak Dr. H. Misbahul Munir, Lc., M.E, selaku Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Ibu Dr. Yayuk Sri Rahayu, M.M, selaku Ketua Program Studi Perbankan Syariah (S1) Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri (UIN) Maulana Malik Ibrahim Malang.
4. Bapak Ahmad Tibrizi Soni Wicaksono, SE., ME, selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang dengan penuh kesabaran, bimbingan, dan arahnya telah membantu penulis dalam menyusun skripsi ini.
5. Segenap dosen dan staf akademik Fakultas Ekonomi yang memberikan ilmu dan pengalaman berharga selama masa perkuliahan.



6. Orang tua tercinta, Bapak Supadi dan Ibu Sriyani, atas kasih sayang, doa, serta dukungan tiada henti yang menjadi sumber kekuatan bagi penulis.
7. Segenap keluarga besar yang senantiasa memberikan dukungan, motivasi, dan bantuan yang tak terhingga.
8. Sahabat baik penulis yang penulis temui satu tahun lalu dalam masa KKM, Puspa Dewi Sugandha, yang selalu menemani masa-masa skripsi penulis, menjadi tempat bercerita, dan selalu memberikan semangat dan dukungan yang tulus.
9. Teman-teman seperjuangan Perbankan Syariah (S1) angkatan 2021 yang telah kebersamai dalam perjalanan perkuliahan.
10. Teman-teman BPH GenBI Malang 2024 yang telah memberikan kesempatan untuk belajar dan bertumbuh. Terimakasih atas ilmu dan pengalamannya selama penulis tergabung dalam bagian pengurus harian selama satu tahun belakangan.
11. Teruntuk teman-teman di platform X terkhusus para mutual @yerflovrax dan @flatzooes yang telah menjadi tempat bercerita tanpa menghakimi.
12. Tidak lain tidak bukan kepada 7 bakwan sayur (Mark, Renjun, Jen0, Haechan, Jaemin, Chenle, dan Jisung) dengan karya-karya yang penuh energi, emosional, dan menginspirasi, serta seluruh tawa yang menemani penulis di setiap malam panjang pengerjaan skripsi ini dengan setia dan tanpa banyak kata. Terimakasih telah menjadi tempat pulang yang indah.
13. Terakhir untuk raga yang tidak pernah menyerah untuk setiap langkah kecil yang telah diambil, meski seringkali terbungkuk lelah. Untuk setiap tetes air mata yang dibiarkan jatuh, namun tak pernah membuatnya berhenti. Untuk malam-malam panjang yang dilalui dengan keraguan, namun tetap bangkit dan melangkah. Terimakasih telah tetap berdiri tegak meski dunia kadang tidak adil. Terimakasih

telah menjadi kuat meski tahu jalannya penuh kerikil dan batu. Terimakasih sudah berjuang sejauh ini meski bukan di jalan yang tidak kau hendaki. *Proud of me!*

14. Serta seluruh pihak yang tidak bisa disebutkan satu persatu.

Maka, dengan segala kerendahan hati penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari kata sempurna. Oleh karena itu penulis mengharapkan kritik dan saran yang konstruktif demi kesempurnaan penulisan ini. Penulis berharap semoga karya yang sederhana ini dapat bermanfaat dengan baik bagi semua pihak. Amin ya Robbal ‘Alamin.

Malang, 14 Februari 2025

Penulis

## DAFTAR ISI

<b>LEMBAR PERSETUJUAN</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN</b> .....	<b>ii</b>
<b>HALAMAN PERNYATAAN</b> .....	<b>iii</b>
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	<b>iv</b>
<b>HALAMAN MOTTO</b> .....	<b>v</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>vi</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xii</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xiv</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	9
1.3 Tujuan Penelitian.....	9
1.4 Manfaat Penelitian.....	10
<b>BAB II KAJIAN PUSTAKA</b> .....	<b>11</b>
2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
2.2 Kajian Teori .....	15
2.2.1 Teori Pariwisata Berkelanjutan .....	15
2.2.2 Konsep Dasar Halal dan Halal City .....	22
2.3 Kerangka Berfikir.....	31
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>34</b>
3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian.....	34
3.2 Lokasi Penelitian .....	35
3.3 Subyek Penelitian.....	36
3.4 Data dan Jenis Data .....	37
3.5 Teknik Pengumpulan Data .....	38
3.6 Analisis Data .....	40
<b>BAB IV PAPARAN DATA DAN PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN</b> ....	<b>55</b>

4.1	Paparan Data Hasil Penelitian .....	55
4.2	Pembahasan Hasil Penelitian .....	71
<b>BAB V PENUTUP .....</b>		<b>95</b>
5.1	Kesimpulan.....	95
5.2	Saran.....	96
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>		<b>97</b>

## DAFTAR TABEL

<b>Tabel 1. 1 Nilai Indikator Top 15 Negara.....</b>	<b>4</b>
<b>Tabel 2. 1 Hasil Penelitian-penelitian Terdahulu.....</b>	<b>11</b>
<b>Tabel 3. 1 <i>Score Range Halal City Index</i>.....</b>	<b>44</b>
<b>Tabel 3. 2 <i>Weight Score of Index Halal City Component</i> .....</b>	<b>45</b>
<b>Tabel 3. 3 Kriteria Indikator .....</b>	<b>47</b>
<b>Tabel 4.1 Rekapitulasi Hasil Temuan Indikator Penyusun IHC .....</b>	<b>56</b>
<b>Tabel 4.2 Peringkat 5 Teratas Berdasarkan Dimensi ACES .....</b>	<b>67</b>
<b>Tabel 4.3 Peringkat <i>Halal City Index</i> di Indonesia.....</b>	<b>68</b>

## DAFTAR GAMBAR

<b>Gambar 1. 1 Populasi Muslim di Dunia.....</b>	<b>5</b>
<b>Gambar 2. 1 Kerangka Berfikir Dimensi dan Variabel Penelitian.....</b>	<b>32</b>

## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Hasil <i>Expert Judgement</i> .....	110
Lampiran 2. Dokumentasi <i>Expert Judgement</i> .....	116
Lampiran 3. Bukti Konsultasi .....	117
Lampiran 4. Surat Keterangan Bebas Plagiarisme .....	119
Lampiran 5. Hasil Pengecekan Turnitin .....	120
Lampiran 6. Biodata Peneliti .....	121

## ABSTRAK

Diaz Ayu Rengganis, 2025, SKRIPSI. Judul: “Mengukur *Halal City Index* di Indonesia”

Pembimbing : Ahmad Tibrizi Soni Wicaksono, M.E

Kata Kunci : *Halal City Index*, Pariwisata Halal, Wisata Ramah Muslim.

---

---

Industri pariwisata halal telah berkembang pesat secara global. Indonesia, sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar kedua di dunia, memiliki potensi besar dalam mengembangkan konsep halal city untuk meningkatkan daya saing pariwisata halal. Namun, hingga saat ini, belum terdapat standar baku yang mengukur kesiapan kota-kota di Indonesia dalam menyediakan fasilitas dan layanan yang ramah Muslim. Penelitian ini bertujuan untuk mengukur dan menganalisis *Halal City Index* di seluruh provinsi di Indonesia dengan mengidentifikasi indikator yang relevan serta mengukur nilai indeks halal pada setiap provinsi. Fokus penelitian mengacu pada empat dimensi utama dari *Global Muslim Travel Index (GMTI)* yaitu *Access, Communication, Environment*, dan *Services (ACES)*.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif yang dikumpulkan melalui studi dokumen serta *expert judgement* dari dosen ekonomi Islam di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Data dan sumber data yang digunakan yakni data sekunder dari hasil dokumentasi dan studi literatur. Data dianalisis menggunakan metode *Multi-Stage Weighted Index (MSWI)*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Nusa Tenggara Barat memiliki indeks halal tertinggi, diikuti oleh Aceh dan Jawa Timur, yang didukung oleh infrastruktur, layanan halal, serta promosi wisata yang optimal. Sebaliknya, provinsi dengan indeks terendah, seperti Papua Pegunungan dan Papua Selatan, masih menghadapi tantangan dalam pengembangan infrastruktur dan layanan halal. Penelitian ini memiliki implikasi penting dalam pengembangan strategi pariwisata halal di Indonesia, termasuk peningkatan kualitas layanan, infrastruktur, serta promosi destinasi wisata ramah Muslim.



## ABSTRACT

*Diaz Ayu Rengganis, 2025, THESIS. Title: "Measuring the Halal City Index in Indonesia"*

*Supervisor: Ahmad Tibrizi Soni Wicaksono, M.E*

*Keywords: Halal City Index, Halal Tourism, Muslim-Friendly Tourism.*

---

---

The halal tourism industry has grown rapidly globally. Indonesia, as the country with the second largest Muslim population in the world, has great potential in developing the halal city concept to increase the competitiveness of halal tourism. However, until now, there has been no standard that measures the readiness of cities in Indonesia in providing Muslim-friendly facilities and services. This study aims to measure and analyze the Halal City Index in all provinces in Indonesia by identifying relevant indicators and measuring the halal index value in each province. The focus of the study refers to the four main dimensions of the Global Muslim Travel Index (GMTI), namely Access, Communication, Environment, and Services (ACES).

This study uses a qualitative method collected through document studies and expert judgment from Islamic economics lecturers at UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. The data and data sources used are secondary data from documentation and literature studies. Data were analyzed using the Multi-Stage Weighted Index (MSWI) method.

The results of the study show that West Nusa Tenggara has the highest halal index, followed by Aceh and East Java, which are supported by infrastructure, halal services, and optimal tourism promotion. On the other hand, provinces with the lowest index, such as Papua Pegunungan and Papua Selatan, still face challenges in developing halal infrastructure and services. This study has important implications for developing halal tourism strategies in Indonesia, including improving the quality of services, infrastructure, and promoting Muslim-friendly tourist destinations.

## ملخص

دياز آيو رينجانيس، ٢٠٢٥، رسالة. العنوان: "قياس مؤشر المدن الحلال في إندونيسيا"

المشرف: أحمد تيريزي سوني وبكاسونو، ماجستير

الكلمات المفتاحية: مؤشر المدن الحلال، السياحة الحلال، السياحة الصديقة للمسلمين.

تشهد صناعة السياحة الحلال نموًا سريعًا على مستوى العالم. تتمتع إندونيسيا، باعتبارها دولة تضم ثاني أكبر عدد من السكان المسلمين في العالم، بإمكانات كبيرة في تطوير مفهوم المدينة الحلال لزيادة القدرة التنافسية للسياحة الحلال. ولكن حتى الآن لم يكن هناك معيار لقياس مدى جاهزية المدن في إندونيسيا لتوفير المرافق والخدمات الصديقة للمسلمين. تحدف هذه الدراسة إلى قياس وتحليل مؤشر المدينة الحلال في جميع المحافظات في إندونيسيا من خلال تحديد المؤشرات ذات الصلة وقياس قيمة مؤشر الحلال في، وهي: الوصول، والتواصل، (GMTI) كل محافظة. يركز البحث على الأبعاد الأربعة الرئيسية لمؤشر السفر الإسلامي العالمي (ACES)، والبيئة، والخدمات.

اعتمدت هذه الدراسة على أساليب نوعية تم جمعها من خلال دراسات الوثائق وحكم الخبراء من محاضري الاقتصاد الإسلامي في جامعة مولانا مالك إبراهيم مالانج. البيانات ومصادر البيانات المستخدمة هي بيانات ثانوية من الدراسات الوثائقية والأدبية. تم (MSWI) تحليل البيانات باستخدام طريقة مؤشر متعدد المراحل المرجح.

وتظهر نتائج الدراسة أن منطقة غرب نوسا تينجارا لديها أعلى مؤشر حلال، تليها آتشيه وجاوة الشرقية، وهي مدعومة بالبنية التحتية المثالية، والخدمات الحلال، والترويج السياحي. ومن ناحية أخرى، لا تزال المقاطعات ذات المؤشر الأدنى، مثل بابوا بيجونونجان وبابوا سيلاتان، تواجه تحديات في تطوير البنية التحتية والخدمات الحلال. إن هذا البحث له آثار مهمة على تطوير استراتيجيات السياحة الحلال في إندونيسيا، بما في ذلك تحسين جودة الخدمات والبنية الأساسية والترويج للوجهات السياحية الصديقة للمسلمين.

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Konsep pariwisata halal semakin mendapat perhatian di Indonesia, dengan mengintegrasikan prinsip-prinsip Islam ke dalam sektor pariwisata untuk mendukung perekonomian wilayah (Adinugraha et al., 2018). Pendekatan ini selaras dengan gaya hidup dan pola konsumsi populasi Muslim yang terus berkembang, dengan memprioritaskan kebutuhan akan produk dan layanan halal (Sulistiawati et al., 2024). Pariwisata halal menawarkan peluang pasar yang signifikan, dengan konsumen Muslim di seluruh dunia membelanjakan sekitar \$220 miliar pada tahun 2020 dan perkiraan \$300 miliar pada tahun 2026 (Izza et al., 2021).

Konsep pariwisata halal telah menjadi topik penting di tingkat global. Pariwisata halal mengintegrasikan nilai-nilai Islam dengan kearifan lokal untuk menciptakan pengalaman unik yang dapat dinikmati baik oleh pengunjung Muslim maupun non-Muslim (Jailani & Adinugraha, 2022). Kota-kota seperti Sabang dan Malang telah mengimplementasikan standar pariwisata halal, berfokus pada operasional berbasis Syariah, sertifikasi halal, dan indikator CHSE (*Cleanliness, Health, Safety, and Environmental Sustainability*) (Santoso & Djakfar, 2022).

Ekonomi halal telah muncul sebagai trend global dan berkembang menjadi industri kompetitif dalam perdagangan internasional (Hasanah & Suprianik, 2022). Pertumbuhan industri halal ini lebih didorong oleh kualitas produk daripada faktor keagamaan semata (Laluddin et al., 2019). Sehingga menarik perhatian tidak hanya negara-negara Muslim tetapi juga negara-negara non-Muslim (Samori et al., 2016). Produk dan layanan halal kini dilihat sebagai simbol standar kualitas tinggi, keamanan, dan keberlanjutan, yang mampu bersaing dengan produk-produk konvensional (Musdja

& Sc, n.d., 2017). Oleh karena itu, banyak negara dan perusahaan global yang mulai mengadopsi sertifikasi halal untuk memenuhi permintaan pasar internasional, menjadikan ekonomi halal sebagai sektor ekonomi yang strategis dan penting dalam perdagangan global (Syarif & Adnan, 2019).

Indonesia memiliki potensi besar untuk mengembangkan industri halal yang kompetitif di tingkat global, mencakup berbagai sektor seperti makanan, keuangan, fashion, dan pariwisata (Izzuddin & Adinugraha, 2022). Namun, meski memiliki populasi Muslim terbesar, Indonesia masih belum dapat memaksimalkan potensi tersebut untuk menjadi pusat ekonomi halal dunia (Hidayat et al., 2024). Hal ini dapat disebabkan oleh kurangnya dukungan infrastruktur, regulasi yang belum memadai, serta minimnya inovasi dalam produk dan layanan halal (Machmud & Widuhung, 2024).

Berbagai produk dan layanan halal yang ditawarkan Indonesia tidak hanya dapat memenuhi kebutuhan dalam negeri, tetapi juga memiliki peluang besar untuk diekspor dan bersaing di pasar internasional, mendukung pertumbuhan ekonomi nasional serta meningkatkan citra Indonesia sebagai destinasi utama bagi wisatawan dan investor Muslim (N. Maulana & Zulfahmi, 2022). Meskipun begitu, produk halal Indonesia masih kesulitan untuk bersaing di pasar internasional, sementara kebutuhan dalam negeri justru dipenuhi oleh impor dari negara lain yang lebih kompetitif (Rizki et al., 2024). Situasi ini tidak hanya melemahkan posisi Indonesia di sektor ekonomi halal global, tetapi juga menghambat pertumbuhan industri halal domestik (Peristiwa, 2020).

Pengembangan sektor riil khususnya industri produk halal menjadi perhatian utama pemerintah (Fuadi et al., 2022). Hal ini dicapai melalui berbagai inisiatif, termasuk penerbitan kerangka hukum seperti Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014

tentang Jaminan Produk Halal. Undang-undang tersebut mencakup aspek perlindungan, keadilan, kepastian hukum, akuntabilitas, transparansi, efektivitas, efisiensi dan profesionalisme. Dengan mengamankan produk halal, pelaku ekonomi dapat meningkatkan nilai tambah produknya dan memperluas pasarnya. Popularitas produk halal terus meningkat, tidak hanya karena alasan agama, namun juga karena keyakinan bahwa halal lebih bersih, lebih sehat, dan lebih aman (Hosseini et al., 2021). Selain makanan, produk halal juga mencakup berbagai barang konsumsi seperti perlengkapan mandi, obat-obatan, dan kosmetik, serta jasa seperti keuangan dan investasi (Tariq Khan et al., 2020).

Perkembangan industri halal dalam perdagangan global sangat pesat, baik di negara-negara Muslim maupun di negara-negara non-Muslim (Abdullah, 2020). Setiap negara, baik yang mayoritas Muslim maupun tidak, telah memiliki lembaga dan regulasi khusus yang bertanggung jawab untuk mengawasi dan mengeluarkan sertifikasi halal bagi berbagai produk (Shirin Asa, 2019). Berbagai negara kini berlomba-lomba untuk memposisikan diri mereka sebagai pusat industri halal dunia, dengan fokus pada pengembangan produk, layanan, dan regulasi yang mendukung standar halal internasional (Rahmawati et al., 2023).

Dewasa ini, besarnya pangsa pasar penduduk muslim telah mempengaruhi bisnis global terhadap industri halal. Dengan pasar yang meluas ini sudah banyak negara yang tertarik pada perkembangan industri halal. Industri halal ini meliputi produk makanan halal, inklusi keuangan syariah, fashion, kosmetik, media informasi, serta pariwisata halal atau wisata ramah muslim (Siradjuddin et al., 2024). Tidak hanya negara dengan mayoritas muslim saja yang mulai fokus mengembangkan industri halal tetapi juga negara penduduk minoritas muslim.

**Tabel 1. 1**  
**Nilai Indikator Top 15 Negara**

No.	Negara	GIEI	<i>Islamic Finance</i>	<i>Halal Food</i>	Muslim-Friendly Travel	Fashion Modest	Media and Recreation	Pharmaceutical and Cosmetic
1.	Malaysia	193,2	408,7	128,0	99,4	73,6	74,4	73,9
2.	Saudi Arabia	93,6	194,9	48,5	99,7	34,3	37,5	34,3
3.	Indonesia	80,1	93,2	94,4	60,7	66,3	53,4	58,6
4.	United Arab Emirates	79,8	115,7	59,2	136,2	51,2	44,5	41,3
5.	Bahrain	75,0	125,1	55,0	88,1	33,4	49,6	38,5
6.	Iran	74,6	159,8	41,2	65,6	20,5	24,2	33,1
7.	Turkiye	74,0	46,1	85,1	161,8	86,2	46,0	52,6
8.	Singapore	62,7	52,2	67,7	50,3	64,3	72,6	79,9
9.	Kuwait	60,2	132,6	42,2	28,7	20,0	27,8	29,2
10.	Qatar	57,1	74,4	49,7	60,4	37,4	63,3	37,2
11.	Jordan	52,2	65,6	49,4	88,3	22,1	26,3	39,9
12.	Oman	50,0	78,7	48,3	48,0	20,1	24,4	26,3
13.	Pakistan	47,5	69,6	51,4	38,4	27,5	17,2	28,6
14.	South Africa	44,7	51,1	53,8	25,3	32,4	31,9	43,2
15.	United Kingdom	44,7	46,0	43,7	28,1	47,7	54,4	48,2

Sumber: data diolah, *State of the Global Islamic Economy Report, 2023*

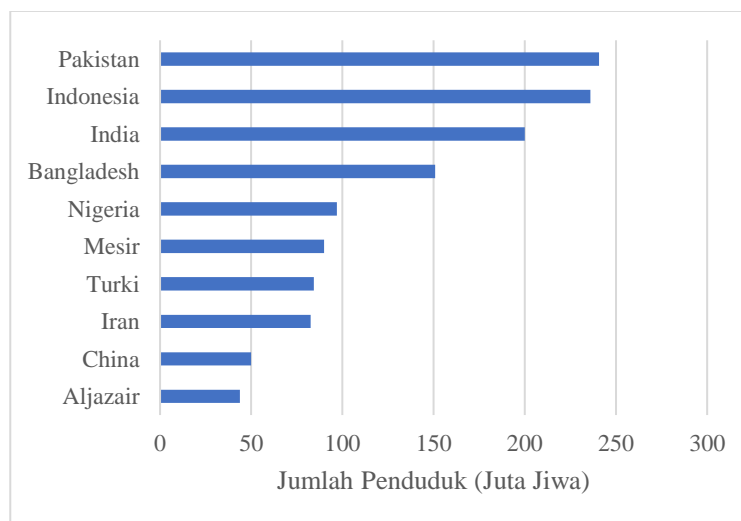
Berdasarkan tabel indeks peringkat 15 negara teratas di berbagai sektor ekonomi syariah, Indonesia menempati peringkat ketiga secara keseluruhan dengan skor GIEI (*Global Islamic Economy Index*) sebesar 80,1. Meskipun merupakan negara dengan populasi Muslim terbesar kedua, posisi Indonesia yang hanya berada di urutan ketiga dalam GIEI menunjukkan ketidakseimbangan antara potensi besar dan pencapaian dalam sektor ekonomi halal. Hal ini menunjukkan bahwa masih banyak potensi perkembangan ekonomi halal yang belum dimanfaatkan secara maksimal untuk meningkatkan performa Indonesia di kancah global (Mujahidin, 2020).

Keberhasilan Indonesia ini melampaui status UEA dan Bahrain. Hal ini menunjukkan kinerja industri halal Indonesia semakin menunjang pertumbuhan perekonomian nasional. Sektor-sektor utama *halal value chain* (HVC) mencatat pertumbuhan tahun-ke-tahun sebesar 1,94%, dengan dua sektor utama – makanan dan minuman halal dan fesyen mode – mencatat pertumbuhan yang kuat. Sektor makanan

dan minuman halal mencatat pertumbuhan sebesar 5,87% yoy, sedangkan sektor fesyen mode mencatat pertumbuhan sebesar 3,81% yoy.

Pada awal 2024, Pakistan resmi menggantikan Indonesia sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, dengan 240,8 juta jiwa atau 98,19% dari total penduduk. Hal ini menandai pergeseran signifikan dalam demografi agama di Asia Selatan dan global. Indonesia, yang sebelumnya memegang posisi teratas, kini berada di posisi kedua dengan 236 juta jiwa Muslim, sementara India, Bangladesh dan Nigeria berada di peringkat ketiga hingga kelima. Islam kini menjadi agama terbesar kedua di dunia dengan lebih dari 2 miliar pengikut.

**Gambar 1. 1**  
**Populasi Muslim di Dunia**



Sumber: data diolah, GoodStats Data, 2024

Indonesia, sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar kedua, memiliki potensi besar dalam pengembangan industri halal, khususnya di sektor pariwisata. Pada 2019, Indonesia diakui secara global sebagai destinasi wisata halal terbaik melalui *Global Muslim Travel Index (GMTI)*, dengan Lombok sebagai destinasi halal terbaik di tingkat nasional. Pencapaian ini mencerminkan komitmen Indonesia dalam menjadikan pariwisata halal sebagai bagian penting dari perekonomian negara (Ferdiansyah, 2020). Meskipun diakui sebagai wisata halal terbaik, pencapaian tersebut

tidak diikuti oleh perkembangan yang merata di seluruh destinasi wisata, termasuk Lombok, yang meskipun meraih pengakuan nasional, masih belum mampu bersaing secara global (Sulong et al., 2024). Hal ini mencerminkan kurangnya komitmen yang konsisten dalam menjadikan pariwisata halal sebagai bagian integral dari ekonomi negara (Ningsih et al., 2022).

Pada tahun 2019, Indonesia juga mencatatkan pertumbuhan positif dalam sektor pariwisata halal, terbukti dengan meraih peringkat pertama di antara negara-negara Organisasi Kerjasama Islam (OKI) untuk destinasi ramah Muslim (Churiyah et al., 2021). Meskipun demikian, Indonesia masih tertinggal dari negara ASEAN lain, seperti Thailand dalam hal jumlah pengunjung asing. Meski begitu, Indonesia tetap menduduki peringkat kedua secara global di antara negara-negara non-OKI (Ningrum & Dito Dwiseptian, 2019) menandakan bahwa sektor pariwisata halal di Indonesia memiliki potensi untuk terus berkembang dan bersaing di tingkat internasional (Pranandari et al., 2023).

*Halal city* berkontribusi besar pada ekonomi lokal dengan menciptakan peluang bisnis baru di sektor pariwisata halal, meningkatkan pendapatan daerah, dan mempromosikan produk lokal (Fathan et al., 2022). Meningkatnya wisatawan Muslim juga mendukung perkembangan UMKM dan menciptakan lapangan kerja baru, mengurangi pengangguran. Industri pariwisata halal membuka pekerjaan di perhotelan, restoran, dan transportasi, dengan target 4,4 juta lapangan kerja baru pada 2024 (Nizar et al., 2024). Selain itu, *halal city* memperkuat daya tarik wisata dengan fasilitas sesuai prinsip syariah, memperkuat posisi Indonesia sebagai tujuan utama wisata halal global berdasarkan penilaian indeks seperti GMTI (KNEKS, 2020).

Pengembangan *halal city* di Indonesia menghadapi tantangan karena kurangnya alat ukur atau indeks khusus untuk menilai sejauh mana sebuah kota



memenuhi kriteria *halal city*, sehingga sulit bagi pemerintah daerah untuk mengidentifikasi area yang perlu diperbaiki (Nurlaili, 2023). *Halal city index* ini penting untuk mengukur kesiapan kota dalam memenuhi kebutuhan penduduk dan wisatawan Muslim, serta membantu pemerintah dan pemangku kepentingan mengevaluasi kebijakan dan memperbaiki layanan serta infrastruktur yang mendukung pariwisata halal (Fauzi & Battour, 2024). Indeks ini juga membantu mengidentifikasi area yang perlu ditingkatkan, seperti sertifikasi produk halal, aksesibilitas infrastruktur ibadah, dan promosi pariwisata ramah Muslim, sehingga kebijakan dapat disesuaikan untuk memastikan kota-kota di Indonesia dapat bersaing dalam industri pariwisata halal global (Wibowo, 2020).

*Halal city index* penting untuk meningkatkan pariwisata halal dengan menyediakan fasilitas dan layanan yang memenuhi kebutuhan wisatawan muslim, sehingga mendukung pertumbuhan ekonomi lokal (Rasul, 2019). Selain itu, indeks ini akan memandu manajemen dan pemerintah dalam mengembangkan pusat perbelanjaan ramah Muslim dengan mengedepankan komitmen manajemen (Gani & Suprayogi, 2023). Pentingnya *halal city index* adalah untuk menjamin berkembangnya pariwisata halal, yang berkontribusi terhadap peningkatan kesejahteraan masyarakat melalui perluasan peluang usaha, penciptaan lapangan kerja dan peningkatan pendapatan, yang pada gilirannya berkontribusi pada pendidikan, kesehatan dan kualitas hidup (Sulong et al., 2024).

Namun, penerapan pariwisata halal menghadapi tantangan di lingkungan multikultural, seperti yang terjadi di Kota Batu, di mana menjaga harmoni antaragama menjadi hal yang krusial (Azizah & Kewuel, 2021). Di Sabang, upaya penerapan pariwisata halal bertujuan mendorong pertumbuhan ekonomi dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat, meskipun masih terdapat hambatan seperti kurangnya

landasan yang kuat dan minimnya perhatian terhadap sertifikasi halal (Sugiharto et al., 2021). Elemen utama keberhasilan pariwisata halal meliputi kolaborasi antara masyarakat dan pemerintah, keramahan dalam pelayanan, serta kepatuhan terhadap prinsip-prinsip Islam dalam pengelolaannya (Triansyah, 2023).

Penelitian yang dilakukan oleh Septiana & Mohamad (2018), menunjukkan bahwa fasilitas seperti transportasi, akomodasi, makanan, dan tempat ibadah di Kota Kuala Lumpur, Malaysia, sangat mudah diakses dan mendukung pelaksanaan wisata halal. Infrastruktur pendukung juga sangat memadai, terlihat dari kelancaran transportasi dan komunikasi yang memudahkan wisatawan Muslim. Oleh karena itu, persepsi wisatawan Muslim terhadap fasilitas pendukung wisata halal di Kuala Lumpur sudah sangat positif, sesuai dengan standar infrastruktur wisata halal, serta memberikan wawasan lebih tentang budaya Islam di Asia Tenggara.

Penelitian Wibowo (2020) menunjukkan bahwa industri pariwisata di Kota Bukittinggi, Sumatera Barat, telah berjalan sesuai dengan prinsip Islam yang ditunjukkan oleh Indeks Pariwisata Halal (IPH) yang mengacu pada fatwa DSN MUI menilai praktik pariwisata halal telah berjalan dengan baik. Namun, masih terdapat beberapa aspek yang perlu ditingkatkan, seperti perlunya peraturan daerah sebagai dasar hukum pariwisata halal, keterbatasan sertifikasi produk halal, serta pentingnya penguatan kolaborasi antara pelaku industri pariwisata dan lembaga keuangan syariah.

Penelitian empiris terkait standarisasi kriteria dan tantangan implementasi *halal city* masih terbatas, cenderung berfokus pada objek kecil, dan belum mencakup seluruh wilayah Indonesia. Oleh karena itu, penelitian mengenai perkembangan *halal city index* yang komprehensif dengan pendekatan multidimensi, mencakup aspek akses, komunikasi, lingkungan, dan pelayanan berdasarkan standar GMTI, penting dilakukan

untuk memberikan rekomendasi kebijakan berbasis data guna mendukung pengembangan *halal city* secara efektif.

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur kesiapan provinsi di Indonesia dalam menyediakan fasilitas ramah Muslim, meningkatkan daya saing ekonomi halal, dan memandu pengembangan destinasi wisata halal dengan *halal city index*. Sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar, Indonesia memiliki potensi besar, namun belum tersedia standar yang mengukur kesiapan wilayah. Indeks ini diharapkan membantu pemerintah dan pelaku industri fokus pada pengembangan yang sesuai untuk menarik wisatawan Muslim.

Berdasarkan latar belakang permasalahan tersebut, penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “**Mengukur *Halal City Index* di Indonesia**”. Peneliti tertarik meneliti judul ini karena karena Indonesia memiliki potensi besar di sektor ekonomi halal, terutama pariwisata halal, namun belum memiliki standar baku untuk mengidentifikasi kekuatan dan kelemahan kota-kota Indonesia dalam memenuhi kriteria *halal city*.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah disampaikan diatas, maka rumusan masalah yang dapat dijabarkan sebagai dasar kajian dalam ini adalah:

1. Apa saja indikator yang digunakan untuk mengukur *Halal City Index* di Indonesia?
2. Bagaimana nilai *Halal City Index* setiap provinsi di Indonesia?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dikemukakan sebelumnya, tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk menjelaskan indikator-indikator yang relevan dalam mengukur *Halal City Index* di Indonesia.
2. Untuk mengetahui nilai *Halal City Index* setiap provinsi di Indonesia.

#### **1.4 Manfaat Penelitian**

Berdasarkan tujuan penelitian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat teoritis
  - a. Menjadi referensi dalam pembangunan keilmuan dan acuan dalam melakukan penelitian selanjutnya terkait konsep kota halal, sehingga dapat digunakan sebagai bahan rujukan dalam penelitian yang lebih lanjut.
  - b. Memberikan wawasan dan pengetahuan bagi penulis mengenai pengukuran *Halal City Index* di Indonesia.
2. Manfaat praktis
  - a. Dapat memberikan informasi yang aktual berkaitan tentang pengukuran *Halal City Index* di Indonesia.
  - b. Memberikan masukan kepada pemerintah, lembaga keuangan, dan pengusaha terkait pengelolaan ekonomi halal.

## BAB II

### KAJIAN PUSTAKA

#### 2.1 Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 1

Hasil Penelitian-penelitian Terdahulu

No.	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Fokus Penelitian	Metode/ Analisis Data	Hasil Penelitian
1.	Muhammad Ghafur Wibowo (2020), Indeks Pariwisata Halal (Implementasi Fatwa DSN MUI Tentang Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata berdasarkan Prinsip Syariah di Kota Bukittinggi).	Indeks Pariwisata Halal (IPH) di Kota Bukittinggi	Kuantitatif Deskriptif dengan <i>multi-stage weighted index method</i> .	Indeks Pariwisata Halal di Kota Bukittinggi telah memenuhi kriteria yang baik, meskipun belum didukung oleh regulasi terkait pariwisata halal. Terdapat aspek yang masih perlu ditingkatkan dalam hal pengelolaan pariwisata halal di Kota Bukittinggi seperti sertifikasi produk halal dan kolaborasi dengan lembaga keuangan syariah.
2.	Sulong et al. (2024), <i>Constructing sustainable halal tourism composite performance index for the global halal tourism industry</i> .	Penyusunan Indeks Kinerja Gabungan Pariwisata Halal Berkelanjutan (SHTCPI) untuk mengevaluasi perkembangan industri pariwisata halal global.	Pendekatan kuantitatif dengan mengembangkan indeks berbasis empat dimensi utama dan 24 indikator.	Pariwisata halal masih berada dalam tahap pengembangan, dengan mayoritas negara berpenduduk Muslim tertinggal dari skor tertinggi. SHTCPI yang dikembangkan diharapkan membantu pembuat kebijakan dan pengelola destinasi dalam merancang kebijakan strategis untuk

No.	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Fokus Penelitian	Metode/ Analisis Data	Hasil Penelitian
				pengembangan pariwisata halal yang lebih berkelanjutan.
3.	Taufik et al. (2022), <i>The Role of Human Development Index to Halal Tourism Performance and Sustainability Strategies: Case Study Organization Islamic Cooperation (OIC)</i> .	Menganalisis hubungan Indeks Pembangunan Manusia dengan kinerja pariwisata halal di negara-negara OKI.	Penelitian kuantitatif dengan analisis data melalui PLS-SEM.	Indeks Pembangunan Manusia (IPM) berpengaruh signifikan terhadap kinerja pariwisata halal di negara-negara anggota OKI dan memiliki hubungan erat dengan keberlanjutan ekonomi serta lingkungan.
4.	Darsono et al. (2022), <i>Halal Tourism Based Economy Development</i>	Menganalisis pengembangan ekonomi berbasis wisata halal di Provinsi Lampung.	Metode kualitatif, dengan data yang diperoleh melalui wawancara, observasi lapangan, serta berbagai dokumen yang berkaitan.	Pariwisata halal dapat terwujud melalui empat aspek utama: penerapan prinsip syariah, ketersediaan produk dan fasilitas halal, serta jaminan kenyamanan dan keamanan pengunjung. Implementasi aspek-aspek ini berpotensi mendorong pertumbuhan ekonomi di Provinsi Lampung, seiring meningkatnya kepercayaan masyarakat, baik Muslim maupun non-Muslim, terhadap produk halal.
5.	Kurniawati & Savitri (2019), <i>Awareness level</i>	Menganalisis kesadaran halal konsumen	Pendekatan kuantitatif dengan kuisioner melalui	Kesadaran halal konsumen Indonesia sangat tinggi (indeks

No.	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Fokus Penelitian	Metode/ Analisis Data	Hasil Penelitian
	<i>analysis of Indonesian consumers toward halal products</i>	terhadap produk halal di Indonesia	analisis <i>Cronbach Alpha</i> dan <i>Pearson</i> dengan SPSS 16.	94,91), didukung oleh keyakinan agama (96,61), alasan kesehatan (89,83), sertifikasi logo (84,71), dan paparan (78,72). Faktor utama yang memengaruhi kesadaran halal adalah keyakinan agama, diikuti alasan kesehatan dan sertifikasi logo, sementara paparan memiliki pengaruh terkecil diantara yang lain.
6.	Asnawi et al. (2020), <i>Measuring the Economic Islamicity Index in the Archipelagic Indonesia: Does Spatial Role Affect it?</i>	Mengukur <i>islamic city index</i> dengan mengadaptasi Prinsip Maqashid Syariah dan pemetaan spasial pada kinerja ekonomi di 34 provinsi di Indonesia.	Metode <i>Embedded Mix</i> dengan mengembangkan <i>Multi-Stage Weighted Index</i> dan pengujian efek spasial LISA.	Indeks ekonomi Islam menunjukkan kinerja ekonomi syariah berpusat di DKI Jakarta dan Pulau Jawa, dengan autokorelasi spasial kuat secara nasional dan hubungan signifikan di beberapa wilayah, seperti DKI Jakarta, Sulawesi, Jawa Barat, dan Banten.
7.	Subarkah et al. (2020), <i>Destination Branding Indonesia sebagai Destinasi Wisata Halal</i>	Menguji pengaruh <i>Halal Tourism Index</i> , Kepuasan Wisatawan, dan Kualitas Pengalaman Wisatawan terhadap Niat Berkunjung Kembali ke Lombok sebagai	Analisis kuantitatif dengan <i>Partial Least Squares Structural Equation Modeling</i> (PLS-SEM).	<i>Halal Tourism Index</i> tidak mempengaruhi kepuasan wisatawan atau niat berkunjung kembali, tetapi berdampak signifikan pada kualitas pengalaman wisatawan. Sementara itu, kualitas pengalaman wisatawan berpengaruh besar terhadap kepuasan

No.	Nama, Tahun, Judul Penelitian	Fokus Penelitian	Metode/ Analisis Data	Hasil Penelitian
		destinasi wisata halal.		dan niat mereka untuk berkunjung kembali. Kepuasan wisatawan, pada gilirannya, juga berpengaruh signifikan terhadap niat berkunjung kembali.
8.	Hartawan et al. (2022), <i>Sustainability of Key Performance Indicators (KPI) Halal Eco-Tourism Information System.</i>	Menghitung indeks keberlanjutan dari Indikator Kinerja Utama (KPI) Sistem Informasi Halal <i>Agro-Ecotourism</i> di Rancamaya Bogor.	Metode <i>multidimensional scaling</i> (MDS) pada 15 atribut	Indeks keberlanjutan KPI Sistem Informasi Halal Ekowisata mencapai 57,50%, yang menunjukkan bahwa sistem ini cukup berkelanjutan. Atribut yang menjadi <i>leverage</i> meliputi informasi untuk meningkatkan ketertelusuran produk halal, kenyamanan wisatawan Muslim, dan kepercayaan wisatawan Muslim, dengan nilai RMS masing-masing 4,29, 4,10, dan 4,02.

Sumber: data diolah, 2025



## 2.2 Kajian Teori

### 2.2.1 Teori Pariwisata Berkelanjutan

Secara etimologis, istilah "pariwisata" berasal dari bahasa Sanskerta, di mana "**pari**" artinya banyak atau berputar-putar dan "**wisata**" berarti perjalanan. Berdasarkan makna ini, pariwisata dapat diartikan sebagai aktivitas perjalanan yang dilakukan secara berulang kali atau berkeliling dari satu tempat ke tempat lain (Wardaningsih, 2020). Definisi ini menunjukkan bahwa pariwisata tidak hanya mencakup perjalanan individu untuk berbagai tujuan, seperti bisnis atau rekreasi, tetapi juga mencakup keseluruhan rangkaian kegiatan, layanan, dan elemen lain yang membentuk pengalaman unik bagi pengunjung (Suhartanto et al., 2020).

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), pariwisata didefinisikan sebagai kegiatan yang berkaitan dengan perjalanan rekreasi. Secara umum, pariwisata adalah suatu perjalanan yang dilakukan oleh individu atau sekelompok orang untuk sementara waktu dari satu tempat ke tempat lain, baik dengan rencana atau tidak, dengan tujuan mencari penghidupan di tempat yang dikunjungi. Selain untuk rekreasi di waktu luang, tapi juga untuk memuaskan berbagai keinginan (Tangian & Wowiling, 2020).

Undang-undang Republik Indonesia Nomor 10 tahun 2009 tentang Kepariwisataan pasal 1 ayat 1-5 mendefinisikan pariwisata sebagai berikut:

1. Wisata adalah kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan mengunjungi tempat tertentu untuk tujuan rekreasi, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata yang dikunjungi dalam jangka waktu sementara.

2. Wisatawan adalah orang yang melakukan wisata.
3. Pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, Pemerintah, dan Pemerintah Daerah.
4. Kepariwisataan adalah keseluruhan kegiatan yang terkait dengan pariwisata dan bersifat multidimensi serta multidisiplin yang muncul sebagai wujud kebutuhan setiap orang dan negara serta interaksi antara wisatawan dan masyarakat setempat, sesama wisatawan, Pemerintah, Pemerintah Daerah, dan pengusaha.

Secara hukum, rekreasi (*tanazzuh*) pada dasarnya diperbolehkan. Bahkan, jika dilakukan dengan niat ibadah bisa menjadi kegiatan terpuji dan mendatangkan pahala. Dalam istilah Arab, melakukan perjalanan dari satu tempat ke tempat yang lain disebut dengan *as-siyāhah* (pariwisata). Perjalanan ini dapat bertujuan untuk rekreasi (*tanazzuh*), menikmati pemandangan alam (*taladzudz*), dan menghayati keindahan ciptaan Allah SWT (Ali, 2023).

Menurut kitab Hasyiyah Jamal ‘Ala al-Minhaj juz 1, halaman 596, rekreasi (*tanazzuh*), didefinisikan sebagai perjalanan yang bertujuan menyegarkan jiwa untuk menghilangkan kepenatan urusan dunia. Syekh Ibnu Hajar Al-Haitami juga menjelaskan hal ini lebih lanjut dalam:

النَّفْسِيَّةُ الْعُقُومَاتُ كإِزَالَةِ وَخَوِهِ لِلتَّداوِي الْعَادَةِ فِي يُقْصَدُ صَحِيحٌ غَرَضُ التَّنْزُّهِ أَنَّ  
ذَلِكَ وَغَيْرِ الْمِرَاجِ وَاعْتِدَالِ

Artinya: “Sesungguhnya rekreasi adalah tujuan yang sah dan dibolehkan secara lumrahnya untuk pengobatan diri, seperti menghilangkan

*kesumpekan, meningkatkan semangat dan lain sebagainya.” (Al-Fatawa Al-Fiqhiyyah Al-Kubra\_, juz 1, halaman 326-327).*

Pariwisata memiliki beragam karakteristik yang membuatnya kompleks. Untuk itu, Organisasi Pariwisata Dunia Perserikatan Bangsa-Bangsa (UNWTO) pada periode 2005 hingga 2007 mengembangkan glosarium istilah pariwisata. Glosarium ini mendefinisikan pariwisata sebagai suatu fenomena sosial, budaya, dan ekonomi yang melibatkan aktivitas perjalanan individu ke luar lingkungan normal mereka, baik untuk tujuan pribadi maupun profesional. Individu yang melakukan perjalanan ini disebut wisatawan, yang bisa berupa pengunjung atau petualang, baik penduduk lokal maupun asing. Aktivitas mereka sering kali terkait dengan pemanfaatan layanan pariwisata (UNWTO, 2020).

Dalam ajaran Islam, perjalanan bukan hanya sekadar aktivitas sosial atau ekonomi, tetapi juga merupakan sarana untuk merenungi tanda-tanda kebesaran Allah di muka bumi. Hal ini ditegaskan dalam berbagai ayat Al-Qur'an dan hadis Nabi ﷺ yang mendorong umatnya untuk menjelajahi dunia, mengambil pelajaran dari ciptaan-Nya, serta mempererat hubungan dengan sesama. Salah satu hadis Nabi ﷺ yang diriwayatkan oleh Imam Ahmad memberikan panduan yang relevan tentang nilai-nilai perjalanan ini.

عَنْ أَبِي هُرَيْرَةَ أَنَّ النَّبِيَّ صَلَّى اللَّهُ عَلَيْهِ وَسَلَّمَ قَالَ سَافِرُوا تَصِحُّوا وَاعْمُرُوا تَسْتَعْمُرُوا

Artinya: *“Dari Abi Hurairah, bahwasanya Nabi saw. bersabda: Bepergianlah kalian niscaya kalian menjadi sehat dan berperanglah niscaya kalian akan tercukupi.”*

Hadits ini mengacu pada pariwisata dan mendorong umat Islam untuk melakukan perjalanan yang berdampak positif pada kesehatan fisik, mental

dan spiritual mereka. Di zaman modern saat ini, pariwisata tidak hanya sekedar sarana rekreasi, tetapi juga kesempatan untuk belajar, merenungkan dan mensyukuri keindahan ciptaan Tuhan, dan memperluas wawasan budaya dan sosial (Ratnasari et al., 2020). Lebih lanjut, sejalan dengan pesan hadis tentang pentingnya usaha dan keberanian dalam mengatasi kesulitan, berwisata juga dapat membawa manfaat ekonomi dan mempererat hubungan antar manusia. Dengan niat yang baik, pariwisata dapat menjadi kegiatan yang membawa manfaat dalam kehidupan ini dan masa depan (Purnomo et al., 2020).

Pariwisata diartikan sebagai fenomena interdisipliner yang mengintegrasikan berbagai konsep dari ilmu sosial, ekonomi, dan geografi untuk memahami fenomena pariwisata secara komprehensif. Hal ini menjadikannya disiplin yang lebih luas dari sekedar objek studi. Teori pariwisata menjelaskan keterikatan sektor pariwisata pada lokasi tertentu, menghasilkan dampak seperti dorongan, penguatan, generalitas, dominasi, sentralisasi, dan dukungan, sebagaimana diuraikan dalam enam makalah pendahuluan yang telah disusun (Weaver, 2023).

Pariwisata berkelanjutan menjadi teori utama dalam penelitian ini. Pariwisata berkelanjutan atau *sustainable tourism* pertama kali dikemukakan oleh Bramwell pada tahun 1993. Menurut Bramwell, pariwisata berkelanjutan adalah pengembangan lingkungan yang memberikan dampak positif bagi sekitarnya yang dapat dirasakan saat ini dan masa yang akan datang.

Menurut Tamrin et al. (2021), konsep pariwisata berkelanjutan awalnya berasal dari gagasan pembangunan berkelanjutan yang

diperkenalkan oleh *World Commission on Environment and Development* (WCED) pada tahun 1987 yang selanjutnya berganti nama menjadi *The World Tourism Organization* (UNWTO) mengadopsi konsep ini dan menjelaskan bahwa pariwisata berkelanjutan adalah bentuk pariwisata yang menitikberatkan pada pelestarian lingkungan, penghormatan terhadap budaya dan aspek sosial, serta memberikan dampak positif bagi kesejahteraan masyarakat setempat.

Menurut McIntyre dalam *Sustainable Tourism Development Guide for Local Planner*, pembangunan pariwisata berkelanjutan melibatkan tiga elemen penting yang saling terkait untuk meningkatkan kualitas hidup masyarakat. Elemen pertama adalah industri pariwisata, yang berperan dalam menciptakan lapangan kerja, meningkatkan penghasilan, menarik investasi, dan membuka peluang usaha. Kedua, aspek lingkungan, yang menekankan proporsionalitas antara aktivitas pariwisata dengan daya dukung sumber daya alam maupun buatan. Ketiga, peran masyarakat, di mana keterlibatan aktif mereka dalam berbagai kegiatan dapat meningkatkan motivasi dan rasa tanggung jawab terhadap keputusan yang diambil (Agfianto et al., 2019).

Pembangunan pariwisata merupakan upaya terstruktur untuk meningkatkan objek dan kawasan bagi para wisatawan serta membangun objek dan kawasan baru bagi wisatawan, baik domestik maupun manca negara (Sutiarso, 2017). Sutiarso menjabarkan beberapa inisiatif dapat dilakukan untuk mendorong pengembangan pariwisata adalah sebagai berikut:

1. Promosi untuk mengenalkan objek wisata ke luar daerah.

2. Menyediakan akses dan transportasi yang lancar.
3. Kemudahan dalam melakukan imigrasi.
4. Memiliki akomodasi yang nyaman untuk wisatawan yang akan menginap.
5. Memiliki pemandu wisata yang cakap dalam berbicara.
6. Menawarkan barang dan jasa dengan kualitas terjamin dengan tarif harga yang masih wajar.
7. Adanya atraksi yang menarik untuk pengunjung lihat.
8. Memiliki lingkungan hidup yang bersih dan sehat.

Menurut dokumen renstra UNWTO untuk Indonesia “Rencana Strategis Pariwisata Berkelanjutan dan *Green Jobs*” (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia), pariwisata berkelanjutan merupakan bentuk pariwisata yang mempertimbangkan dampak lingkungan, sosial dan ekonomi, sehingga mampu memenuhi kebutuhan wisatawan, industri pariwisata, lingkungan, dan komunitas lokal. Berdasarkan definisi dari UNWTO, pariwisata berkelanjutan berkontribusi terhadap perkembangan aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan.

Pariwisata berkelanjutan bertujuan untuk menyeimbangkan dampak finansial, lingkungan, dan sosial-budaya agar tetap berkelanjutan dalam jangka panjang. Pendekatan ini menitikberatkan pada pelestarian keunikan lingkungan dan karakter sosial, guna meningkatkan pengalaman wisatawan sekaligus mendukung perekonomian lokal (Nurlisa Ginting et al., 2020). Dengan demikian, pariwisata berkelanjutan tidak hanya menjadi solusi untuk meminimalkan dampak negatif, tetapi juga berfungsi sebagai alat untuk mendorong pemberdayaan masyarakat dan pelestarian budaya.

Pariwisata berkelanjutan memerlukan pendekatan holistik untuk mengelola dampak ekologi, ekonomi dan sosial budaya. Pendekatan terkait model konseptual *Pentacyclus*, yang bertujuan menciptakan keseimbangan antara keadilan lingkungan, manfaat ekonomi, dan kesejahteraan sosial. Model ini mengatur bagaimana sumber daya dikelola mulai dari penerapan hingga pengembangan, penggunaan, dan pemeliharaan. Dengan memastikan keberlanjutan di setiap langkah, *Pentacyclus* membantu membangun sistem pariwisata yang tidak hanya memenuhi kebutuhan saat ini, tetapi juga memastikan keberlanjutan untuk generasi mendatang. Pendekatan ini merupakan landasan utama untuk menciptakan pengalaman pariwisata yang bertanggung jawab dan berkelanjutan (Ikhtiangung & Radyanto, 2020).

L. M. Wahyuni et al. (2020) menjelaskan bahwa model pembangunan pariwisata berkelanjutan melibatkan aspek lingkungan, sosial budaya, dan ekonomi, dengan fokus pada kesejahteraan masyarakat lokal dan manfaat ekonomi jangka panjang bagi pemangku kepentingan. Suta et al. (2021) menyatakan keterlibatan faktor-faktor tersebut fokusnya untuk mencapai kesejahteraan masyarakat lokal dan manfaat ekonomi jangka panjang.

Tangian & Wowiling (2020) mengungkap bahwa konsep pembangunan pariwisata berkelanjutan berasal dari konsep pembangunan berkelanjutan. Secara umum, konsep ini mencakup menjaga keutuhan dan keanekaragaman ekosistem, memenuhi kebutuhan dasar manusia, memberikan kesempatan bagi generasi mendatang, mengurangi kesenjangan, dan memberdayakan masyarakat. Pariwisata dikembangkan untuk memenuhi kebutuhan wisatawan, industri pariwisata, dan masyarakat

lokal anpa mengandalkan kemampuan generasi mendatang untuk memenuhi kebutuhan mereka sendiri.

## 2.2.2 Konsep Dasar Halal dan Halal City

### 2.2.2.1 Pengertian Halal dalam konteks Syariah

Istilah "halal" berasal dari bahasa Arab *halla*, yang bermakna "lepas" atau "tidak terikat." Secara lebih luas, kata ini berasal dari *halla*, *yahillu*, dan *hillan*, yang memiliki makna membebaskan, memecahkan, membubarkan, atau mengizinkan. Dalam konteks hukum Islam, halal dapat dipahami sebagai sesuatu yang diperbolehkan dalam hukum Islam, sehingga tidak mendatangkan konsekuensi hukuman bagi seseorang yang menggunakannya (Masa'adi, 1999, hlm. 199; Rahmi, 2021).

Dari definisi di atas, makna yang mendekati makna yang tersirat dalam buku yang disusun oleh Rahmi (2021) adalah sesuatu yang "dibolehkan" atau "sah", yakni sesuatu yang boleh dilakukan dan dimanfaatkan tanpa menimbulkan celan bagi pelakunya. Istilah "halal" sering dikaitkan dengan makanan dan minuman, namun dalam hal ini, istilah ini juga mengandung makna segala kegiatan yang dibolehkan atau diperbolehkan dalam Islam.

Ketentuan Halal dan Haram Al-Quran disebutkan dan dijelaskan dalam Al-Quran mengatakan pada dasarnya semua yang ada di bumi dapat dikonsumsi, kecuali ada dalil yang menunjukkan bahwa makanan itu haram. Hal ini sesuai dengan firman Allah SWT dalam surat Al-Maidah ayat 87:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا لَا تَحْرِمُوا طَيِّبَاتِ مَا أَحَلَّ اللَّهُ لَكُمْ وَلَا تَعْتَدُوا إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُعْتَدِينَ ﴿٨٧﴾

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, janganlah kamu mengharamkan sesuatu yang baik yang telah Allah halalkan bagi kamu, dan



*janganlah kamu melampaui batas. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang melampaui batas.*” (Q.S Al-Maidah: 87)

Ayat ini mengingatkan umat Islam untuk tidak mengharamkan apa yang telah Allah halalkan, mengingat beberapa sahabat salah paham dengan menghindari kenikmatan duniawi untuk mendekatkan diri kepada Allah. Nabi Muhammad menegaskan bahwa halal dan haram ditentukan oleh wahyu, bukan keinginan pribadi. Ayat ini relevan dengan upaya memastikan kehalalan produk oleh MUI, yang memberi rasa aman bagi konsumen Muslim (D. F. Maulana et al., 2022). Selain itu, Surat Al-Maidah ayat 87 menekankan pentingnya menjaga keseimbangan dalam menjalankan syariat, yang juga berhubungan dengan penelitian *halal city index* di Indonesia, yang menilai penerapan prinsip halalan thayyiban dalam layanan publik dan regulasi kota sesuai syariat.

Kemudian Allah SWT juga telah memerintahkan manusia untuk mengonsumsi makanan halal dan baik, yaitu yang sehat, aman dan tidak berlebihan. Makanan yang dimaksud adalah makanan yang ada di bumi dan diciptakan Tuhan untuk seluruh umat manusia. Melanggar perintah ini dianggap sebagai perbuatan yang mengikuti langkah syaiton tidak sesuai dengan ketentuan Allah. Hal ini dijelaskan dalam firman-Nya dalam surah Al-Baqarah ayat, 168 yang berbunyi:

يَا أَيُّهَا النَّاسُ كُلُوا مِمَّا فِي الْأَرْضِ حَلَالًا طَيِّبًا وَلَا تَتَّبِعُوا خُطُوَاتِ الشَّيْطَانِ إِنَّهُ لَكُمْ  
عَدُوٌّ مُّبِينٌ ﴿١٦٨﴾

Artinya: “Wahai manusia, makanlah sebagian (makanan) di bumi yang halal lagi baik dan janganlah mengikuti langkah-langkah setan. Sesungguhnya ia bagimu merupakan musuh yang nyata.” (Q.S Al-Baqarah: 168).

Surat Al-Baqarah ayat 168 menjelaskan bahwa beberapa kabilah, seperti Bani Saqif dan Bani Mudli, mengharamkan jenis makanan tertentu berdasarkan tradisi mereka, seperti baḥīrah dan wasīlah, padahal Allah tidak mengharamkannya. Allah menegaskan bahwa manusia hanya dilarang mengonsumsi makanan yang telah Dia haramkan, seperti bangkai, darah, daging babi, dan lainnya sebagaimana dijelaskan dalam Al-Maidah ayat 3 dan Al-Baqarah ayat 168. Makanan yang tidak disebutkan tetap halal dan boleh dikonsumsi. Ayat ini menegaskan bahwa produk halal diperuntukkan bagi seluruh umat manusia, yang menekankan pada kualitas dan keamanan sertifikasi halal.

Dalam penelitian ini, QS Al-Baqarah ayat 168 relevan untuk dijadikan dasar penilaian bagaimana kota-kota di Indonesia dapat menciptakan lingkungan yang ramah muslim (Marnita, 2024). Hal ini sesuai dengan tujuan pengukuran *halal city index* di Indonesia, untuk menilai sejauh mana kota-kota di Indonesia mendukung penerapan prinsip halal dalam kehidupan sehari-hari melalui fasilitas, infrastruktur, dan kebijakan yang sesuai (Trishananto et al., 2024). Pengembangan gaya hidup halal di Indonesia memerlukan kerja sama lintas sektor, termasuk dukungan komunitas Muslim, pelaku usaha, pemangku kepentingan, peraturan pemerintah, dan peran ulama dalam memberikan pedoman kehalalan produk (Calder, 2020).

#### 2.2.2.2 Definisi dan Elemen *Halal City*

Wisata halal dapat diartikan sebagai suatu objek atau kegiatan wisata yang berlandaskan pada ajaran Islam untuk memenuhi kebutuhan wisatawan, yakni keramahan destinasi wisata bagi umat Islam. Definisi ini mencakup

destinasi Muslim dan non-Muslim yang menarik wisatawan Muslim dengan menyediakan suasana ramah Muslim di tempat tersebut. Ketentuan ini memberikan ruang lingkup yang luas bagi para wirausahawan untuk memainkan peran penting di destinasi Muslim maupun non-Muslim serta memasuki pasar perjalanan Muslim (Kusumaningtyas et al., 2022).

Wisata halal dapat digambarkan sebagai destinasi wisata yang menyediakan fasilitas yang sesuai dengan prinsip Islam untuk memenuhi kebutuhan wisatawan muslim serta mewujudkan keramahtamahan dalam Islam. Definisi ini mencakup destinasi di negara non-Muslim yang menargetkan wisatawan Muslim dengan tujuan menjadikan pariwisata ramah Muslim dengan memenuhi kebutuhan umat Islam. Keadaan ini memberikan peluang bagi para pengusaha untuk memasarkan produknya di pasar wisata muslim dengan menggunakan produksi muslim maupun non muslim (Azizuddin & 'Ainulyaqin, 2022).

Menurut Alim et al., (2015), wisata syariah dapat diartikan sebagai pariwisata yang mengedepankan nilai-nilai Islam dalam segala aktivitas yang dilakukan. Hal ini tidak hanya mencakup tujuan kunjungan saja, akan tetap melakukan kegiatan keagamaan seperti, ziarah ke tempat ibadah, namun juga tata krama perjalanan dan fasilitas pendukung yang sesuai dengan prinsip Islam (seperti makanan halal, tempat ibadah, dan pelayanan yang tidak bertentangan dengan syariah).

Wisata halal mempunyai beberapa kata misalnya *syariah tourism*, *islamic tourism*, *halal friendly tourism destination*, *halal lifestyle*, *halal travel*, & *friendly travel destination*. Dalam industri pariwisata, masih banyak inovasi dalam mempromosikan pariwisata Indonesia tanpa

menghilangkan keunikan dan karakteristik setiap daerah melalui implementasi wisata halal. Oleh karena itu, pendekatan ini sebagai alternatif bagi produk dan layanan yang mengimplementasikan wisata halal tanpa menghilangkan konsep pariwisata konvensional. Di Indonesia istilah ini digunakan untuk menjelaskan konsep pariwisata syariah yang ramah muslim dengan didukung fasilitas, layanan, serta infrastruktur yang ada sesuai ketentuan syariah islam (Andriani et al., 2015).

Pariwisata halal atau *halal tourism* merupakan istilah untuk menyebut sebuah konsep pariwisata yang sesuai dengan syariat islam yang dapat disebut juga dengan wisata halal atau wisata islami. *Halal tourism* merujuk pada pariwisata yang dijalankan sesuai syariat Islam dengan tujuan menyediakan lingkungan yang ramah Muslim dijadikan referensi saat bepergian (Carboni et al., 2017). Pengertian lain menyebutkan bahwa wisata halal adalah kegiatan wisata yang memenuhi standar halal atau hukum syariah yang berlaku (Battour et al., 2017).

Samsuduha (2020) menjelaskan potensi wisata halal saat ini sangat besar. Untuk menarik pangsa pasar, masyarakat di seluruh dunia harus mulai beralih ke ekonomi Syariah berdasarkan pemahaman mereka tentang Islam dan murni karena preferensi dan kenyamanan. Hal ini juga didukung oleh beberapa penelitian yang menyatakan bahwa terdapat hubungan antara agama dan pariwisata (Elaziz & Kurt, 2017).

*Halal city* adalah sebuah konsep kota yang mengintegrasikan prinsip-prinsip halal dalam berbagai aspek kehidupan perkotaan, baik itu dalam layanan publik, fasilitas umum, hingga kebijakan yang mendukung gaya hidup halal. Hal ini termasuk pengaturan yang mendukung aktivitas

ekonomi, sosial, dan budaya yang sesuai dengan ajaran Islam, seperti penyediaan makanan halal, fasilitas ibadah yang memadai, serta layanan kesehatan yang mengedepankan prinsip-prinsip syariah. Konsep ini menjadi penting karena banyak negara dengan mayoritas Muslim menginginkan agar prinsip-prinsip halal diterapkan di berbagai sektor kehidupan, tidak hanya dalam konsumsi tetapi juga dalam infrastruktur dan pelayanan publik.

Untuk mengukur dampak pariwisata ramah muslim terhadap pertumbuhan ekonomi nasional, diperlukan pendekatan berbagai aspek mendasar yang meliputi akomodasi, transportasi, atraksi wisata, dan industri pariwisata ramah Muslim. Selain itu, faktor tidak langsung seperti investasi di sektor pariwisata dan pengeluaran pemerintah juga berperan penting, yang dapat dievaluasi melalui kesiapan infrastruktur destinasi wisata ramah Muslim. Keberhasilan suatu destinasi dapat diukur berdasarkan kualitas aksesibilitas, komunikasi, lingkungan, serta layanan pariwisata yang disediakan (KNEKS, 2020).

Pada penelitian ini, model penilaian pariwisata ramah muslim mengacu pada model penilaian daya saing pariwisata global yang dikembangkan oleh *The Global Muslim Travel Index* (GMTI) yang dikeluarkan oleh Mastercard-CrescentRating. Lembaga pemeringkat pariwisata ramah Muslim ini telah mengevaluasi destinasi wisata halal dan menyusun peringkat berdasarkan kemampuan mereka dalam melayani wisatawan Muslim sejak tahun 2011. GMTI yang diluncurkan tahun 2015 digunakan sebagai indeks rujukan untuk destinasi wisata dalam pasar perjalanan Muslim. Indeks ini menjadi alat penting bagi para pemangku kepentingan di sektor perjalanan dan perhotelan

untuk memahami pengaruh perjalanan wisatawan Muslim terhadap pasar secara keseluruhan.

Selain itu, indeks ini juga membantu daerah mengukur kesiapan dan kemajuan mereka dalam mengembangkan pariwisata ramah Muslim. Seri GMTI Mastercard-CrescentRating menyediakan sumber daya terkini bagi destinasi untuk mencari tolak ukur. Salah satu laporan terbaru dari seri ini adalah Laporan *Indonesia Muslim Travel Index* (IMTI).

*Indonesia Muslim Travel Index* (IMTI) menerapkan model ACES yang sama seperti yang digunakan oleh GMTI. Indeks ini memberikan informasi lengkap kepada wisatawan, badan pariwisata, ekonom, penyedia jasa perjalanan, pemangku kepentingan, investor, dan ahli industri mengenai berbagai kriteria penting untuk menilai kapasitas dan pertumbuhan segmen perjalanan di suatu wilayah (Mastercard-CrescentRating, 2019). Selain itu, indeks ini juga membuka peluang berbagai daerah di Indonesia untuk mengevaluasi layanan daerah, sehingga dapat berkembang dan memenuhi kebutuhan para wisatawan Muslim.

#### 2.2.2.3 Dimensi *Halal City*

Metode penilaian dalam laporan ini berupa pendekatan modifikasi model IMTI yang menggunakan atribut ACES (*Access, Communication, Environment, and Services*) seperti yang diterapkan di IMTI, sebagai berikut:

##### 1. *Access*

Model akses mencakup rute udara domestik dan internasional serta pilihan maskapai penerbangan yang tersedia, ketersediaan rute kereta api, jenis layanan kereta api yang ditawarkan dan tersedia baik di dalam maupun di dalam kota. Komponen tersebut adalah kota/antarnegara, kemudian akses

laut atau ketersediaan pelabuhan/jalur air, kemudian infrastruktur destinasi yang ada (kualitas jalan, ketersediaan penerangan jalan, dan lain sebagainya). Dinilai mampu memudahkan akses menuju destinasi dengan berbagai moda transportasi dan memenuhi kebutuhan wisatawan setibanya di tempat tujuan.

## 2. *Communication*

Unsur komunikasi didasarkan pada kelengkapan informasi yang tersedia, kesesuaian pilihan bahasa yang digunakan oleh target pasar, format dan kemudahan penggunaan perolehan *Muslim Visitor Guide*, serta komunikasi pemangku kepentingan melalui penyajiannya mempertimbangkan beberapa sub-kriteria, seperti pelatihan. Diskusi dan pelatihan bagaimana menjangkau pasar melalui acara khusus dan pameran, kemampuan bahasa asing bagi pemandu wisata, dan pemasaran digital dalam bahasa mayoritas wisatawan di destinasi.

Aspek ini bertujuan untuk memberikan wisatawan informasi yang relevan mengenai pariwisata ramah Muslim. Sedangkan edukasi kepada pemangku kepentingan dapat dilakukan melalui pelatihan, lokakarya, dan forum diskusi mengenai pengembangan wisata halal di destinasi tersebut. Penggunaan bahasa internasional yang umum digunakan wisatawan muslim seperti Arab dan Inggris juga harus diperhatikan dalam menyampaikan informasi mengenai wisata ramah muslim.

## 3. *Environment*

Dari sisi lingkungan, model ACES IMTI lebih fokus pada kedatangan wisatawan muslim domestik dan internasional. Wisatawan muslim lainnya juga cenderung merasa lebih nyaman berada di suatu destinasi apabila

jumlah wisatawan muslim cenderung banyak. Cakupan Wi-Fi (jumlah titik Wi-Fi), baik akses gratis atau berbayar, dan kecepatan koneksi internet merupakan fasilitas penting yang perlu disediakan. Wi-Fi atau akses internet berperan penting dalam pengembangan wisata halal dan pariwisata pada umumnya, karena sangat dibutuhkan oleh wisatawan.

Khususnya di area publik, konektivitas internet memudahkan perjalanan wisatawan, mulai dari mencari informasi dan melakukan pemesanan online di objek wisata, memilih akomodasi dan transportasi, hingga proses berbagi pengalaman perjalanan melalui berbagai platform, baik aplikasi maupun website. Kedua, komitmen destinasi untuk menerapkan/menyelenggarakan pariwisata ramah Muslim melalui pedoman yang dikeluarkan daerah, yang menunjukkan pentingnya dan prioritas daerah dalam pengembangan pariwisata ramah Muslim.

#### 4. *Service*

Unsur pelayanan meliputi ketersediaan fasilitas seperti restoran halal, masjid, bandar udara, hotel, dan tempat wisata. Layanan-layanan ini penting untuk memberikan kebebasan bagi wisatawan Muslim untuk bepergian sekaligus memenuhi kebutuhan keagamaannya saat bepergian. Aspek sertifikasi juga menjadi isu global terkait pariwisata ramah Muslim. Sertifikasi ini menjadi jaminan dan sumber kepercayaan bagi wisatawan muslim.

Ketersediaan fasilitas yang mendukung kebutuhan wisatawan Muslim seperti musala dan laundry di tempat umum juga menjadi aspek penting bagi wisatawan Muslim. Selain itu, privasi wisatawan Muslim, khususnya bagi perempuan Muslimah, turut memperkaya pengalaman perjalanan mereka.



Jumlah hotel bersertifikasi syariah masih sangat sedikit, padahal ketersediaan hotel bersertifikasi syariah merupakan salah satu faktor yang memberikan nilai tambah bagi suatu destinasi dalam hal penawaran hotel. Selain itu, sertifikasi halal untuk restoran, fasilitas katering, dan dapur hotel juga memastikan wisatawan Muslim dapat menikmati makanan dengan tenang saat bepergian ke destinasinya.

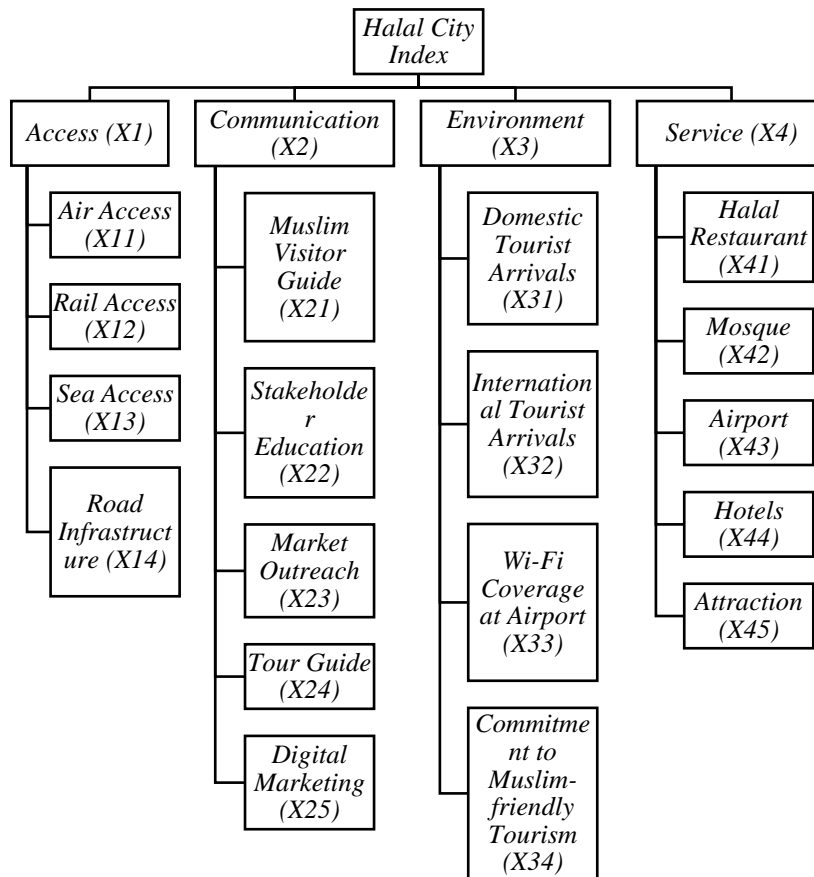
### **2.3 Kerangka Berfikir**

Menurut Sugiyono (2023), kerangka berpikir adalah model konseptual yang menggambarkan keterkaitan antara teori dan berbagai aspek yang telah diidentifikasi. Kerangka penelitian berfungsi sebagai dasar pemikiran dalam suatu penelitian dan diperoleh melalui sintesis fakta, observasi, serta tinjauan pustaka (Hikmawati, 2020). Kerangka pemikiran mencakup teori, gagasan, dan konsep yang menjadi fondasi penelitian (Van der Waldt, 2024). Kerangka ini juga menggambarkan hubungan antara variabel yang diteliti. Untuk memvisualisasikan hubungan tersebut, kerangka berpikir dapat disajikan dalam bentuk diagram yang memperlihatkan alur pemikiran peneliti serta keterkaitan antar variabel (Syahputri et al., 2023).

Kerangka berpikir merupakan narasi dari seorang peneliti yang dijadikan sebagai bahan pembentukan hipotesis. Dalam mengembangkan hipotesis, digunakan metode kuantitatif apabila narasi yang digunakan dalam kerangka berpikir didasarkan pada logika deduktif. Kerangka ini didasarkan pada fakta bahwa ia disusun oleh peneliti dan bukan oleh pihak lain. Kerangka berpikir tersebut merupakan penjelasan pendapat peneliti (Syahputri et al., 2023).

Kerangka berpikir penelitian ini dirumuskan dalam bagan di bawah yang menunjukkan dimensi dan variabel penelitian:

**Gambar 2. 1**  
**Kerangka Berfikir Dimensi dan Variabel Penelitian**



Sumber: data diolah, 2025

Kerangka berpikir ini menggambarkan *halal city index*, yaitu indeks yang digunakan untuk mengukur kesiapan dan daya tarik suatu kota dalam menyediakan layanan serta fasilitas yang ramah bagi wisatawan Muslim. Indeks ini terdiri dari empat dimensi utama, yaitu *Access* (Akses), *Communication* (Komunikasi), *Environment* (Lingkungan), dan *Service* (Layanan). Setiap dimensi memiliki beberapa indikator (variabel), yang semuanya berkontribusi terhadap penilaian indeks ini. Dimensi *Access* (X1) mengukur aksesibilitas kota bagi wisatawan, dengan variabel dan indikator: *Air Access* (X11) mengukur indikator akses transportasi udara (ketersediaan bandara, rute penerbangan); *Rail Access* (X12) mengukur indikator akses transportasi kereta api; *Sea Access* (X13) mengukur

indikator akses transportasi laut (pelabuhan, kapal); dan *Road Infrastructure* (X14) mengukur indikator kualitas dan ketersediaan infrastruktur jalan.

Dimensi *Communication* (X2) menilai efektivitas penyampaian informasi wisata halal melalui panduan wisata Muslim (X21), edukasi bagi pemangku kepentingan (X22), strategi pemasaran (X23), ketersediaan pemandu wisata (X24), serta pemasaran digital (X25). Dimensi *Environment* (X3) mencakup aspek lingkungan yang mendukung, mengukur indikator seperti jumlah wisatawan domestik (X31) dan internasional (X32), ketersediaan Wi-Fi di bandara (X33), dan komitmen terhadap pariwisata ramah Muslim (X34).

Terakhir, dimensi *Service* (X4) mengevaluasi layanan wisata halal dengan indikator: ketersediaan restoran halal (X41), ketersediaan tempat ibadah (masjid) (X42), fasilitas bandara (X43), hotel ramah Muslim (X44), dan atraksi wisata yang sesuai (X45). Setiap dimensi memberikan kontribusi terhadap penilaian *halal city index*. Indikator-indikator dalam tiap dimensi diukur secara kuantitatif atau kualitatif untuk memberikan gambaran mengenai kesiapan dan daya tarik kota. Secara keseluruhan, kerangka ini menilai berbagai aspek yang mendukung pengalaman wisatawan Muslim, mulai dari aksesibilitas, promosi informasi, hingga kualitas layanan, untuk memberikan gambaran menyeluruh tentang kesiapan suatu kota sebagai destinasi wisata halal.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **3.1 Jenis dan Pendekatan Penelitian**

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, yaitu pendekatan yang didasarkan pada filosofi postpositivisme atau interpretatif. Metode ini digunakan untuk meneliti suatu objek dalam kondisi alami, di mana peneliti berperan sebagai instrumen utama. Pengumpulan data dilakukan dengan teknik triangulasi, yakni menggabungkan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Data yang diperoleh bersifat kualitatif dan dianalisis secara mendalam untuk memahami fenomena yang diteliti (Sugiyono, 2023).

Penelitian kualitatif merupakan suatu pendekatan yang bertujuan untuk mengeksplorasi dan memahami makna mendalam dari suatu fenomena, khususnya yang berkaitan dengan permasalahan sosial atau kemanusiaan. Metode ini berfokus pada pemahaman pengalaman, cara pandang, dan keadaan individu atau kelompok, memberikan gambaran menyeluruh dan detail. Dalam penelitian kualitatif, peneliti berperan sebagai alat utama pengumpulan data melalui observasi, wawancara mendalam, atau analisis dokumen (Creswell, 2018).

Penelitian kualitatif merupakan pendekatan yang menganalisis cara-cara konvensional dalam melakukan penelitian sosial, perilaku, dan ilmu kesehatan, yang di dalamnya para analis memahami masalah dan merumuskan pertanyaan yang apabila dijawab akan membantu memecahkan masalah tersebut (Creswell, 2018). Menurut Creswell (dalam Sugiyono, 2018) dikemukakan bahwa penelitian kualitatif merupakan suatu pendekatan eksploratif dalam memahami perilaku individu dan kelompok serta mengungkap masalah-masalah sosial. Pendekatan

kualitatif lebih menekankan pada metode dan makna yang bersifat grafis, diperoleh melalui kata-kata atau gambar serta bersifat induktif.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif untuk menyusun komponen pembentuk *halal city index* yang mengacu pada pedoman GMTI. Data dikumpulkan melalui *expert judgement* diperoleh dari para ahli untuk menggali pemahaman dan penilaian mendalam mengenai *halal city index*. Kemudian data diolah menggunakan metode *Multi-stage Weighted Index* (PUSKAS BAZNAS, 2016), yang mengkuantifikasi penilaian ahli untuk menghasilkan suatu angka atau indeks yang menggambarkan tingkat penerapan konsep *halal city* di Indonesia.

Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus dengan fokus pada *halal city index* di seluruh provinsi di Indonesia. Studi kasus merupakan strategi penelitian untuk menyelidiki secara cermat suatu hal dengan pengumpulan informasi lengkap menggunakan berbagai prosedur pengumpulan data (Creswell, 2018). Pendekatan ini bertujuan untuk menganalisis secara mendalam indikator-indikator yang digunakan dalam pengukuran *halal city index* serta bagaimana penerapannya di berbagai wilayah. Studi kasus dilakukan dengan mengkaji data dari 38 provinsi di Indonesia, mencakup kebijakan daerah, infrastruktur halal, serta faktor pendukung lainnya.

### **3.2 Lokasi Penelitian**

Penelitian ini dilakukan di seluruh provinsi di Indonesia, dengan pendekatan studi nasional terhadap *halal city index*. Lokasi penelitian mencakup 38 provinsi di Indonesia, dengan analisis berbasis data dari berbagai sumber resmi seperti Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Kementerian Agama RI, LPPOM MUI, dan Badan Pusat Statistik (BPS). Setiap provinsi dianalisis berdasarkan

ketersediaan infrastruktur halal, kebijakan daerah terkait industri halal, serta komitmen pengembangan kota halal.

Selain itu penelitian ini juga melibatkan lokasi di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang di Jalan Gajayana No. 50, Dinoyo, Lowokwaru, Malang 65144, Indonesia. Lokasi ini sebagai salah satu pusat pengumpulan data melalui *expert judgement* dengan menysasar dosen-dosen yang ada di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Dosen-dosen di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang sebagai otoritas akademik memenuhi syarat sebagai *expert* yang relevan dengan topik penelitian, sehingga dapat dijadikan sebagai informan yang kredibel dalam memberikan penilaian berbasis *expert judgement*.

### 3.3 Subyek Penelitian

Pada penelitian ini, subyek yang akan diteliti adalah seluruh provinsi di Indonesia yang menjadi fokus pengukuran, termasuk aspek atau dimensi yang diadopsi dari *Global Muslim Travel Index* (GMTI). Indikator ini didasarkan pada *CrescentRating ACES Model* yang mencakup empat variabel kunci: akses, komunikasi, lingkungan, dan layanan (Mastercard & CrescentRating, 2019). Metode pengambilan subyek penelitian kali ini menggunakan teknik *expert judgement*, adalah suatu proses diskusi yang melibatkan para pakar (ahli) (Hikmawati, 2020). *Expert judgement* merupakan pertimbangan atau pendapat ahli, yaitu orang yang memiliki pengalaman atau keahlian di bidang tertentu. Dalam konteks ini, *expert judgement* merujuk pada pendapat peneliti mengenai pembobotan nilai indikator yang digunakan untuk menilai atau mengindeks provinsi mana yang mempunyai nilai indeks tertinggi.

Dalam penelitian ini, pembobotan indikator dilakukan dengan menggunakan metode *expert judgement*. *Expert* dipilih dari dosen-dosen yang ahli

pada fokus penelitian yang dipilih berdasarkan kualifikasi akademik, pengalaman profesional, serta kontribusi dalam penelitian dan pengajaran pada bidang ini. Untuk tujuan tersebut, dipilih tiga dosen dari UIN Maulana Malik Ibrahim Malang yang memiliki kompetensi di bidangnya, yaitu:

1. Ibu Kurniawati Meylianingrum, M.E,
2. Bapak Guntur Kusuma Wardana, MM
3. Bapak Eka Wahyu Hesty Budianto, M.Si

Metode skoring yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan skala *rating scale* yang memungkinkan *expert* untuk menilai pernyataan berdasarkan kriteria dan tingkat persetujuan *expert*. Skala bertingkat (*rating scale*) merupakan data kualitatif yang kemudian dikuantitatifkan. Pada skala bertingkat data mentah yang diperoleh berupa angka kemudian ditafsirkan dalam pengertian kualitatif (Sahir, 2022). Dalam penelitian ini skala terdiri dari 1 poin mulai dari rentang 0-1. Pada penentuan skor ini *expert* diminta untuk menentukan nilai setiap indikator sesuai dengan kriteria dan tabel yang tertera pada tabel 3.2.

### **3.4 Data dan Jenis Data**

Data dalam penelitian kualitatif bersifat ekspresif bukan numerik. Informasi dapat dianalisis dalam kerangka indikasi, kejadian, dan kategori, di mana setiap kejadian kemudian dianalisis lebih lanjut berdasarkan kategorinya. Data kualitatif tidak dapat diukur dan dihitung secara tepat, dan sebagian besar dikomunikasikan dalam kata-kata dan bukan angka. Oleh karena itu, jenis data ini bersifat jelas. Ini tidak berarti bahwa data tersebut kurang bermanfaat daripada data kuantitatif (Kusumastuti & Khoiron, 2019).

Penelitian ini menggunakan data sekunder, yaitu data yang telah tersedia dalam bentuk yang sudah dikumpulkan dan diolah oleh pihak lain serta umumnya

dipublikasikan (Suryani, 2015). Data sekunder mencakup berbagai sumber, seperti pedoman pariwisata halal terkait indeks pariwisata halal, hasil penelitian terdahulu, serta referensi dari buku, jurnal, dokumen, majalah, laporan pemerintah, dan sumber terpercaya lainnya. Dalam penelitian ini, data sekunder yang digunakan meliputi laporan keuangan yang telah dipublikasikan oleh Badan Pusat Statistik, *Global Muslim Travel Index* (GMTI), Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Kementerian Agama, Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH), Otoritas Jasa Keuangan, dan Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah pada tahun 2024.

### **3.5 Teknik Pengumpulan Data**

Data yang digunakan dalam penelitian ini dikumpulkan dengan membatasi penelitian, mengumpulkan informasi melalui studi pustaka dan dokumentasi. Dokumentasi dari asal katanya, dokumen, yang artinya barang-barang tertulis. Dalam hal ini, peneliti menyelidiki informasi tertulis seperti buku, dokumen, peraturan-peraturan, undang-undang, dan sebagainya. Dokumentasi juga bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental seseorang (Hikmawati, 2020).

Dalam penelitian ini, data yang terkumpul diuji validitas dan reabilitasnya melalui metode triangulasi, yaitu teknik yang menggabungkan berbagai metode pengumpulan data dan sumber yang tersedia (Mouwn Erland, 2020). Menurut Sugiyono (2023), triangulasi data dapat dilakukan melalui tiga pendekatan, yaitu triangulasi teknik, triangulasi sumber, dan triangulasi waktu. Triangulasi teknik melibatkan penggunaan berbagai metode pengumpulan data untuk memperoleh informasi dari sumber yang sama secara bersamaan. Sementara itu, triangulasi sumber mengacu pada pengumpulan data dari berbagai sumber dengan



menggunakan metode yang sama. Pengertian triangulasi waktu dalam konteks kredibilitas data adalah salah satu metode untuk menguji keabsahan atau validitas data dengan cara mengumpulkan data dari waktu atau situasi yang berbeda.

Nilai dari data triangulasi yang diperoleh secara luas hasilnya bisa jadi inkonsisten (Hikmawati, 2020). Data yang diperoleh dengan triangulasi dikelompokkan secara cermat dan berulang-ulang untuk menentukan data yang valid. Pada penelitian ini, data diperoleh dari berbagai sumber sehingga dipilih teknik pengumpulan data gabungan (triangulasi) yang dilakukan secara berulang-ulang sehingga datanya menjadi jenuh. Pengamatan yang dilakukan secara terstruktur dan terus menerus membuat data semakin bervariasi sehingga teknik analisis datanya memiliki pola tidak jelas (A. F. Nasution, 2023).

Teknik yang digunakan untuk memperoleh pembobotan indikator yang relevan dalam pengukuran *halal city index* adalah teknik *expert judgement*. Para ahli yang terlibat adalah dosen-dosen dari UIN Malang, yang memiliki pemahaman mendalam tentang fokus penelitian ini dan aplikasinya dalam konteks kota halal. Para ahli diminta untuk memberikan pembobotan untuk setiap indikator dari masing-masing dimensi utama dan variabel serta untuk mendapatkan hasil kajian yang lebih valid (PUSKAS BAZNAS, 2016).

Dalam menentukan *expert* tidak dapat asal memilih. Adapun kriteria *expert* menurut Beaudrie et al. (2016), adalah:

- a. Memiliki keahlian
- b. Adanya pengalaman atau reputasi
- c. Bersedia dan mau untuk berpartisipasi
- d. Memahami akan masalah yang ada
- e. Adil

f. Tidak memiliki kepentingan ekonomi atau pribadi dalam penelitian yang dilakukan

Teknik ini dipilih karena melibatkan penilaian dari para ahli yang kompeten dalam bidangnya, memastikan pembobotan yang lebih akurat dan representatif dalam mengukur *halal city index*. Pembobotan yang dilakukan oleh para ahli memastikan bahwa indeks yang dihasilkan relevan dan objektif, memberikan arahan yang jelas dalam pengambilan keputusan, serta mendukung terwujudnya kawasan *halal city* yang berkelanjutan.

### 3.6 Analisis Data

Analisis data merupakan upaya atau langkah untuk mendeskripsikan data yang diperoleh dalam format naratif, deskriptif, atau tabel (Sugiyono, 2023). Kesimpulan atau penjelasan dari analisis data yang dilakukan mengarah pada kesimpulan yang bersifat eksploratif (Hikmawati, 2020). Menganalisis data tidak mungkin dilakukan tanpa menggunakan alat analisis (Mouwn Erland, 2020). Alat analisis data mendefinisikan metode untuk menganalisis dan membenarkan atau menjelaskan data yang diperoleh sehingga data tersebut dapat dipahami sebagai kesimpulan (berganda).

Metode analisis yang digunakan pada penelitian ini adalah *Multi-Stage Weighted Index* (MSWI), adalah pendekatan sistematis buat menggabungkan bobot dalam setiap taraf komponen yang menyusun indeks (PUSKAS BAZNAS, 2016). Metode ini memungkinkan pengukuran yang lebih seksama menggunakan mempertimbangkan bobot relatif berdasarkan banyak indikator pada setiap tahapan analisis. Dengan memakai MSWI, setiap komponen pada indeks diberikan nilai sinkron menggunakan taraf kepentingannya, sehingga membuat indeks komposit yang mencerminkan syarat secara holistik. Metode ini acapkali dipakai pada banyak

sekali penelitian kuantitatif lantaran kemampuannya buat menangkap kompleksitas data dan menaruh representasi yang objektif.

*Multi-Stage Weight Index* adalah teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini dengan pendekatan kuantitatif (Diana et al., 2017). Teknik ini menggunakan estimasi penghitungan yang dikenal dengan nama *Multi-Stage Weight Index* untuk menampilkan data berupa perhitungan indeks. Setelah semua data terkumpul, data tersebut kemudian diberi skor sesuai dengan bobot indikator yang telah ditentukan menggunakan skala Likert. Metode pengumpulan data kuantitatif ini menghitung nilai komponen-komponen indeks, seperti indikator, variabel, dan dimensi, secara bertahap (PUSKAS BAZNAS, 2016).

Metode *Multistage Weighted Index* digunakan untuk menghitung *halal city index* dalam beberapa langkah. Pertama, variabel diukur menggunakan skala Likert 1 sampai 5 untuk menentukan skor awal. Kemudian dihitung indeks masing-masing variabel dengan rumus tertentu, dimana nilai indeksnya antara 0,00 hingga 1,00. Indeks variabel kemudian dikalikan dengan bobotnya untuk menghasilkan indeks indikator, yang digunakan untuk menghitung indeks halal. Dimensi yang digunakan meliputi akses, komunikasi, lingkungan, dan layanan (Mastercard-CrescentRating, 2019). Terakhir, semua indeks dibobotkan untuk menghasilkan skor IHC secara keseluruhan, yang mencerminkan ranking halal city secara komprehensif.

Penyajian data dalam penelitian kualitatif dapat dilakukan dalam bentuk uraian singkat, bagan, hubungan antar kategori, diagram alir, dan sebagainya (Fattah Nasution, 2023). Penyajian data dalam penelitian kualitatif merupakan kerangka isi cerita kunjungan lapangan, yang kadang-kadang disiapkan dengan bagan, kerangka kerja, diagram, atau semacamnya (Sahir, 2022). Penyajian data dalam penelitian ini dilakukan dengan menampilkan data dalam bentuk tabel dan

grafik, yang kemudian akan dianalisis secara naratif. Pendekatan ini bertujuan untuk mempermudah peneliti dalam menyajikan data yang ada dalam penelitian ini.

Hilmiyah et al. (2018) menyatakan bahwa estimasi *Multi-Stage Weighted Index* dilakukan melalui lima langkah sistematis untuk menghasilkan pengukuran yang lebih komprehensif dan objektif. Adapun langkah-langkah pengukurannya adalah sebagai berikut:

1. Setiap indikator memiliki kriteria penilaian yang menggunakan skala Likert, terdiri dari lima kriteria penilaian. Skala ini dimulai dari angka 1 yang menunjukkan nilai terendah hingga angka 5 yang menunjukkan nilai tertinggi. Semakin tinggi angka yang diberikan, provinsi tersebut dianggap sudah memenuhi kriteria ramah muslim, sementara semakin rendah nilainya, desa tersebut dianggap belum memenuhi kriteria ramah muslim. Setelah angka aktual diperoleh berdasarkan fakta, temuan, dan data yang sesuai dengan kriteria skala Likert, perhitungan indikator dilakukan dengan metode yang telah ditentukan.

$$\text{Indikator } x = (\mathbf{Skor}_x - \mathbf{Skor}_{\min}) / (\mathbf{Skor}_{\max} - \mathbf{Skor}_{\min})$$

Indikator<sub>x</sub> = nilai dari indikator x

Skor<sub>x</sub> = skor yang diberikan pada indikator tersebut

Skor minimum = 1 (nilai terendah)

Skor maksimum = 5 (nilai tertinggi).

2. Setelah nilai untuk setiap indikator dihitung, nilai tersebut kemudian dikalikan dengan bobot yang ditetapkan untuk masing-masing indikator guna memperoleh indeks variabel.

$$\mathbf{X11} = \mathbf{X111} + \mathbf{X112} + \mathbf{X113}$$

Dimana,

X11 : Variabel *Air Access*

X111 : Jumlah Rute Penerbangan Internasional

X112 : Jumlah Rute Penerbangan Domestik

X113 : Jumlah Maskapai

3. Selanjutnya, indeks-indeks indikator dikelompokkan sesuai dengan variabelnya dan dikalikan dengan bobot setiap variabel untuk memperoleh indeks dimensi.

$$\mathbf{X2 = X21 + X22 + X23 + X24 + X25}$$

Dimana,

X2 : Indeks Dimensi *Communication*

X21 : *Muslim Visitor Guide*

X22 : *Stakeholder Education*

X23 : *Market Outreach*

X24 : *Tour Guide*

X25 : *Digital Marketing*

4. Indeks dari masing-masing variabel ini kemudian dikalikan dengan bobot pada tiap dimensi untuk mendapatkan indeks dimensi. Hasil akhirnya adalah indeks komposit, yang dikenal sebagai *halal city index*. Rumus perhitungannya adalah sebagai berikut.

$$\mathbf{IHC = (X1 + X2 + X3 + X4)}$$

Dimana,

IHC = *Halal City Index*

X1 = Dimensi *Access*

X2 = Dimensi *Communication*

X3 = Dimensi *Environment*

X4 = Dimensi *Service*

Nilai *halal city index* berada dalam rentang antara 0 dan 1. Hasil *halal city index* ini kemudian dikelompokkan ke dalam 5 kategori atau rentang skor seperti yang dijelaskan berikut ini:

**Tabel 3. 1**  
**Score Range Halal City Index**

<i>Score Range</i>	<b>Keterangan</b>	<b>Interpretasi</b>
0,00 - 0,20	Tidak Baik	Provinsi kurang ramah terhadap wisatawan Muslim, dengan fasilitas dan layanan halal yang sangat terbatas.
0,21 - 0,40	Kurang Baik	Provinsi menyediakan layanan halal minimal, dan wisatawan Muslim perlu usaha lebih untuk mencari layanan tertentu.
0,41 - 0,60	Cukup Baik	Provinsi memiliki beberapa fasilitas halal, tetapi masih terdapat keterbatasan di beberapa aspek.
0,61 - 0,80	Baik	Provinsi cukup ramah Muslim, dengan sebagian besar kebutuhan wisata halal dapat terpenuhi.
0,81 - 1,00	Sangat Baik	Provinsi sangat ramah terhadap wisatawan Muslim, dengan infrastruktur dan layanan halal lengkap.

Sumber: data diolah, 2025, *Adopted Asnawi et al.,(2020)*

Semakin mendekati nilai 1, *halal city index* menunjukkan bahwa kota tersebut memiliki tingkat kesiapan yang tinggi dan tidak membutuhkan prioritas bantuan tambahan. Sebaliknya, semakin mendekati nilai 0, indeks ini menunjukkan bahwa kota tersebut memerlukan perhatian lebih besar untuk pengembangan fasilitas dan layanan halal.

Proses *expert judgement* dilakukan dalam menyusun bobot indikator melalui serangkaian langkah yang cermat yang melibatkan para ahli di bidangnya, khususnya pada dosen-dosen di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang. Pertama, identifikasi dimensi, variabel, dan indikator dilakukan berdasarkan literatur dan kajian empiris terkait kota halal. Kedua, dilakukan penilaian bobot untuk setiap

dimensi, variabel, dan indikator menggunakan metode seperti *pairwise comparison* atau *slope scale*, dengan memastikan bahwa total keseluruhan bobot pada setiap variabel dan indikator sama dengan 1.0. Hasil pembobotan ini kemudian divalidasi melalui *expert judgement* untuk struktur bobot yang proporsional, relevan, dan mencerminkan kebutuhan dalam perhitungan indeks kota halal.

Proses pengukuran dan penilaian nilai atau bobot dari masing-masing komponen. Pembobotan indikator yang dilakukan melalui *expert judgement* dapat dilihat pada tabel 3.2. Tabel 3.2 menunjukkan penilaian bobot indikator halal city menggunakan pembobotan pada empat dimensi utama: *Access*, *Communication*, *Environment*, dan *Services*.

**Tabel 3. 2**  
**Weight Score of Index Halal City Component**

Dimensi	Bobot Dimensi = 1	Variabel	Bobot Variabel = 1	Indikator	Bobot Indikator = 1
<i>Access (X1)</i>	0.10	<i>Air Access (X11)</i>	0.30	Jumlah Rute Penerbangan Internasional (X111)	0.30
				Jumlah Rute Penerbangan Domestik (X112)	0.50
				Jumlah Maskapai (X113)	0.20
		<i>Rail Access (X12)</i>	0.20	Ketersediaan Rute Kereta Api (X121)	1.00
		<i>Sea Access (X13)</i>	0.15	Ketersediaan Rute Perjalanan Laut (pelabuhan) (X131)	1.00
		<i>Road Infrastructure (X14)</i>	0.25	Ketersediaan Infrastruktur Jalan (X141)	1.00
<i>Communication (X2)</i>	0.20	<i>Muslim Visitor Guide (X21)</i>	0.15	Ketersediaan Panduan bagi Wisatawan Muslim (X211)	1.00

<b>Dimensi</b>	<b>Bobot Dimensi = 1</b>	<b>Variabel</b>	<b>Bobot Variabel = 1</b>	<b>Indikator</b>	<b>Bobot Indikator = 1</b>
		<i>Stakeholder Education (X22)</i>	0.10	Penyelenggaraan Workshop atau Pelatihan dan Seminar mengenai Pariwisata Ramah Muslim pada Stakeholder (X221)	1.00
		<i>Market Outreach (X23)</i>	0.30	Event Pariwisata Ramah Muslim (X231)	0.40
				Brosur/Media Pemasaran Lainnya (X232)	0.60
		<i>Tour Guide (X24)</i>	0.15	Kemampuan Bahasa dari Tour Guide (Bahasa Indonesia & Arab) (X241)	1.00
		<i>Digital Marketing (X25)</i>	0.30	Keberadaan Digital Marketing (X251)	1.00
<b>Environment (X3)</b>	0.30	<i>Domestic Tourist Arrivals (X31)</i>	0.25	Jumlah Wisatawan Nusantara (X311)	1.00
		<i>International Tourist Arrivals (X32)</i>	0.25	Jumlah Wisatawan Mancanegara (X321)	1.00
		<i>Wi-Fi Coverage at Airports (X33)</i>	0.25	Ketersediaan Akses internet / Wi-Fi (X331)	1.00
		<i>Commitment to Muslim-friendly Tourism (X34)</i>	0.25	Komitmen dalam menjalankan dan mengembangkan pariwisata Ramah Muslim (X341)	1.00
<b>Services (X4)</b>	0.40	<i>Halal Restaurant (X41)</i>	0.25	Ketersediaan Restoran Halal (X411)	1.00
		<i>Mosque (X42)</i>	0.25	Ketersediaan Tempat Ibadah (X421)	1.00



Dimensi	Bobot Dimensi = 1	Variabel	Bobot Variabel = 1	Indikator	Bobot Indikator = 1
		<i>Airport (X43)</i>	0.15	Ketersediaan Bandara (X431)	1.00
		<i>Hotels (X44)</i>	0.25	Ketersediaan Hotel Syariah dan/atau Hotel yang tidak menghadirkan Alkohol/Ketersediaan Dry Hotel (X441)	0.30
				Ketersediaan Hotel dengan Restoran/Dapur (X442)	0.40
				Ketersediaan Hotel Bersertifikasi halal (X443)	0.30
		<i>Attraction (X45)</i>	0.10	Ketersediaan <i>Islamic Herige Site / Islam-Related Attraction &amp; Cultural &amp; Local Attraction (X451)</i>	1.00

Sumber: data diolah, 2025

Kemudian untuk menentukan bobot masing-masing indikator, peneliti mengacu pada Laporan Perkembangan Pariwisata Ramah Muslim Daerah yang dipublikasikan oleh KNEKS pada tahun 2020. Kriteria penilaian wisata halal ini merupakan modifikasi dari model IMTI (*Indonesia Muslim Travel Index*). Kriteria pembobotan indikator penelitian dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel 3. 3**  
**Kriteria Indikator**

No.	Dimensi	Variabel	Indikator	Kriteria Skor
1.	<i>Access</i>	<i>X11 (Air Access)</i>	Jumlah Rute Penerbangan Internasional	1. Tidak terdapat akses udara
			Jumlah Rute Penerbangan Domestik	2. Terdapat rute domestik dengan 1 – 2 maskapai 3. Terdapat rute domestik lebih dari 2 maskapai

No.	Dimensi	Variabel	Indikator	Kriteria Skor
			Jumlah Maskapai	4. Terdapat rute internasional dengan 1-3 maskapai 5. Terdapat rute internasional dengan lebih dari 3 maskapai
			<i>X12 (Rail Access)</i>	Ketersediaan Rute Kereta Api
		<i>X13 (Sea Access)</i>	Ketersediaan Rute Perjalanan Laut (Pelabuhan)	1. Tidak terdapat akses perjalanan laut 2. Terdapat akses perjalanan laut
		<i>X14 (Road Infrastructure)</i>	Ketersediaan Infrastruktur Jalan	1. 0-20 % jalan memiliki kondisi baik 2. 20 % > jalan kondisi baik < 40 % 3. 40 % > jalan kondisi baik < 60 % 4. 60 % > jalan kondisi baik < 80 % 5. 80 % > jalan kondisi baik < 100 %
2	<i>Communication</i>	<i>X21 (Muslim Visitor Guide)</i>	Ketersediaan Panduan bagi Wisatawan Muslim	1. Tidak terdapat panduan wisatawan Muslim 2. Terdapat panduan wisatawan Muslim dalam bentuk cetak namun tidak terdistribusi di pintu-pintu masuk/TIC

No.	Dimensi	Variabel	Indikator	Kriteria Skor
				<p>3. Terdapat panduan wisatawan Muslim dalam bentuk cetak dan terdistribusi di pintu-pintu masuk/TIC</p> <p>4. Terdapat panduan wisatawan Muslim dalam bentuk digital</p> <p>5. Terdapat panduan wisatawan Muslim dalam bentuk digital + cetak</p>
		<i>X22 (Stakeholder Education)</i>	Penyelenggaraan Workshop atau Pelatihan dan Seminar mengenai Pariwisata Ramah Muslim pada Stakeholder	<p>1. Tidak terdapat penyelenggaraan workshop atau pelatihan dan seminar mengenai pariwisata ramah Muslim</p> <p>2. Terdapat rencana penyelenggaraan workshop atau pelatihan dan seminar mengenai pariwisata ramah Muslim</p> <p>3. Telah diselenggarakan workshop atau pelatihan dan seminar mengenai pariwisata ramah Muslim</p> <p>4. Telah diselenggarakan workshop atau pelatihan dan seminar mengenai pariwisata ramah Muslim lebih dari 5x</p> <p>5. Telah diselenggarakan workshop atau pelatihan dan seminar mengenai pariwisata ramah Muslim lebih dari 5x melibatkan 3 atau lebih stakeholder</p>
		<i>X23 (Market Outreach)</i>	Event Pariwisata Ramah Muslim	<p>1. Tidak terdapat penyelenggaraan event pariwisata halal</p> <p>2. Terdapat rencana penyelenggaraan event pariwisata ramah Muslim</p> <p>3. Telah diselenggarakan event pariwisata ramah Muslim</p>
			Brosur / Media Pemasaran Lainnya	

No.	Dimensi	Variabel	Indikator	Kriteria Skor
				<p>4. Telah diselenggarakan event pariwisata ramah Muslim 5 kali atau lebih</p> <p>5. Telah diselenggarakan event pariwisata halal 5 kali atau lebih, oleh lebih dari 2 stakeholder</p>
		<i>X24 (Tour Guide)</i>	Kemampuan Bahasa dari Tour Guide (Bahasa Inggris & Arab)	<p>1. Tidak terdapat tour guide yang memiliki kemampuan Bahasa Asing</p> <p>2. Hanya terdapat 1 tour guide yang memiliki kemampuan Bahasa Asing (Bahasa Inggris)</p> <p>3. Terdapat tour guide yang memiliki kemampuan bahasa asing (Bahasa Inggris &amp; Bahasa Arab)</p> <p>4. Terdapat 5 orang tour guide yang memiliki kemampuan bahasa asing (Bahasa Inggris &amp; Bahasa Arab)</p> <p>5. Terdapat lebih dari 5 orang tour guide yang memiliki kemampuan bahasa asing (Bahasa Inggris &amp; Bahasa Arab)</p>
		<i>X25 (Digital Marketing)</i>	Keberadaan Digital Marketing	<p>1. Tidak terdapat digital marketing terkait pariwisata ramah Muslim</p> <p>2. Terdapat rencana pembuatan digital marketing terkait pariwisata ramah Muslim</p> <p>3. Terdapat digital marketing terkait pariwisata ramah Muslim</p> <p>4. Terdapat 3 platform digital marketing terkait pariwisata ramah Muslim dalam format web dan apps</p> <p>5. Terdapat &gt;3 platform digital marketing terkait pariwisata ramah Muslim</p>

No.	Dimensi	Variabel	Indikator	Kriteria Skor
				dalam format web dan app
3.	<i>Environment</i>	<i>X31 (Domestic Tourist Arrivals)</i>	Jumlah Wisatawan Nusantara	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Wisatawan Muslim nusantara merupakan distribusi 0% – 1,5% dari total wisatawan</li> <li>2. Wisatawan Muslim nusantara merupakan distribusi &gt;1,5% – 3% dari total wisatawan</li> <li>3. Wisatawan Muslim nusantara merupakan distribusi &gt;3% - 4.5% dari total wisatawan</li> <li>4. Wisatawan Muslim nusantara merupakan distribusi 4.5% - 6% dari total wisatawan\Wisatawan Muslim nusantara merupakan distribusi &gt;6% dari total Wisatawan</li> </ol>
		<i>X32 (International Tourist Arrivals)</i>	Jumlah Wisatawan Mancanegara	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Wisatawan Muslim mancanegara merupakan distribusi 0% – 10% dari total wisatawan</li> <li>2. Wisatawan Muslim mancanegara merupakan distribusi &gt;10% – 20% dari total wisatawan</li> <li>3. Wisatawan Muslim mancanegara merupakan distribusi &gt;20% - 30% dari total wisatawan</li> <li>4. Wisatawan Muslim mancanegara merupakan distribusi &gt;30% - 40% dari total wisatawan</li> <li>5. Wisatawan Muslim mancanegara merupakan distribusi &gt;40% dari total wisatawan</li> </ol>
		<i>X33 (Wi-Fi Coverage at Airports)</i>	Ketersediaan Akses internet/ Wi-Fi	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tidak terdapat akses Wi-Fi</li> <li>2. Terdapat akses Wi-Fi namun terbatas</li> </ol>

No.	Dimensi	Variabel	Indikator	Kriteria Skor
				3. Terdapat akses Wi-Fi dengan kapasitas atau coverage sedang 4. Terdapat akses Wi-Fi dengan kapasitas kuat 5. Terdapat akses Wi-Fi dengan kapasitas sangat kuat
		<i>X34 (Commitment to Muslim-friendly Tourism)</i>	Komitmen dalam Menjalankan dan Mengembangkan Pariwisata Ramah Muslim	1. Tidak terdapat peraturan daerah terkait pengembangan pariwisata ramah Muslim 2. Terdapat rencana peraturan daerah terkait pengembangan pariwisata ramah Muslim 3. Terdapat peraturan bupati/peraturan walikota terkait pengembangan pariwisata ramah Muslim 4. Terdapat peraturan gubernur terkait pengembangan pariwisata ramah Muslim 5. Terdapat peraturan daerah dan renstra pengembangan pariwisata ramah Muslim
4.	Service	<i>X41 (Halal Restaurants)</i>	Ketersediaan Restoran Halal	1. Tersedia restoran yang tidak menjual daging babi dan turunannya 2. Tersedia <i>self-claimed</i> restoran halal 3. Tersedia restoran halal tersertifikat 4. Tersedia 5 restoran halal tersertifikat 5. Tersedia >5 restoran halal tersertifikat
		<i>X42 (Mosque)</i>	Ketersediaan Tempat Ibadah	1. Tersedia masjid/musala di daya tarik wisata tertentu dalam kondisi kurang memadai 2. Tersedia masjid/musala di semua daya tarik

No.	Dimensi	Variabel	Indikator	Kriteria Skor
				<p>wisata dalam kondisi kurang memadai</p> <p>3. Tersedia masjid/musala di fasilitas umum (terminal, bandara stasiun, pasar, mal dan daya tarik wisata dalam kondisi memadai)</p> <p>4. Tersedia masjid/musala berstandar pariwisata ramah Muslim di (bandara, daya tarik, dan mal)</p> <p>5. Tersedia masjid/musala berstandar pariwisata ramah Muslim di semua fasilitas umum</p>
		<i>X43 (Airports)</i>	Ketersediaan Bandara	<p>1. Tidak memiliki bandara</p> <p>2. Memiliki rencana pembuatan/pembangunan bandara</p> <p>3. Memiliki bandara domestik dengan pesawat kapasitas kecil</p> <p>4. Memiliki bandara domestik umum</p> <p>5. Memiliki bandara internasional</p>
		<i>X44 (Hotels)</i>	Ketersediaan Hotel Syariah dan/ Hotel yang Tidak Menghidangkan Alkohol/ Ketersediaan Dry Hotel	<p>1. Tidak memiliki hotel syariah/hotel dengan dapur bersertifikasi halal</p> <p>2. Memiliki hotel dengan restoran yang tidak menjual makanan mengandung babi</p> <p>3. Memiliki hotel yang tidak menjual makanan mengandung babi dan minuman keras</p> <p>4. Memiliki hotel dengan dapur/restoran bersertifikat halal</p> <p>5. Memiliki 3 atau lebih hotel berstandar Syariah dengan &gt; 5 hotel dengan restoran sertifikat halal</p>
	Ketersediaan Hotel dengan Restoran/Dapur			
	Bersertifikat Halal ( <i>Halal-Certified Kitchen</i> )			

No.	Dimensi	Variabel	Indikator	Kriteria Skor
		<i>X45 (Attraction)</i>	<i>Ketersediaan Islamic Heritage Site / Islam- Related Attraction &amp; Cultural &amp; Local Attractions</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tersedia daya tarik wisata alam/budaya /buatan dengan toilet dan musala bersih</li> <li>2. Tersedia daya tarik wisata alam/budaya /buatan yang memiliki restoran bersertifikat halal</li> <li>3. Tersedia daya tarik wisata alam/budaya /buatan yang memiliki restoran bersertifikat halal, dilengkapi dengan toilet dan musala yang berstandar pariwisata ramah Muslim</li> <li>4. Tersedia daya tarik wisata alam/budaya /buatan yang memiliki 3 restoran bersertifikat halal, dilengkapi dengan toilet dan musala yang berstandar pariwisata ramah Muslim</li> <li>5. Tersedia daya tarik wisata alam/budaya /buatan yang memiliki &gt;3 restoran bersertifikat halal, dilengkapi dengan toilet dan musala yang berstandar pariwisata ramah Muslim</li> </ol>

Sumber: data diolah, 2025, Laporan KNEKS, 2020



## BAB IV

### PAPARAN DATA DAN PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

#### 4.1 Paparan Data Hasil Penelitian

Peneliti telah mengumpulkan data dari penelitian yang telah dilakukan melalui studi dokumen dan *expert judgement*. Dalam bab ini peneliti akan mendeskripsikan dan menganalisis data yang terkumpul untuk menjelaskan hasil penelitian. Penelitian ini menggunakan metode dokumentasi untuk mengumpulkan komponen penyusun indeks yang relevan dari berbagai sumber. Analisis yang diterapkan adalah kualitatif dengan metode *Multi-Stage Weighted Index* dimana metode ini menggabungkan proses tahapan pembobotan pada setiap komponen penyusun indeks. Analisis dilakukan untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam terkait indikator atau komponen penyusun indeks dan nilai indeks setiap provinsi di Indonesia.

Fokus penelitian ini terbagi menjadi dua aspek utama. Pertama, mengidentifikasi indikator-indikator yang relevan dalam mengukur *halal city index* di Indonesia. Kedua, mengukur nilai indeks halal city setiap provinsi di Indonesia. *Expert judgement* dengan para ahli untuk menghasilkan bobot penilaian yang menjadi dasar analisis, memberikan gambaran tentang pentingnya indeks halal city untuk menilai kesiapan kota dalam mengimplementasikan kota ramah muslim.

Dalam penelitian ini, triangulasi digunakan untuk memastikan keabsahan dan kredibilitas data dengan memanfaatkan tiga pendekatan: triangulasi waktu, teknik, dan sumber. Triangulasi waktu dilakukan dengan pengumpulan data pada waktu yang berbeda untuk menangkap dinamika layanan halal di seluruh provinsi, mengantisipasi perubahan musiman atau kebijakan. Triangulasi teknik diterapkan dengan memadukan metode *expert judgement* dan analisis dokumen terkait

kebijakan halal. Sementara itu, triangulasi sumber melibatkan beberapa pihak, yakni ahli pada bidang Ekonomi dan Studi Islam dari dosen-dosen di UIN Maulana Malik Ibrahim Malang dalam proses pembobotan nilai indikator dengan *expert judgement*. Pendekatan ini memastikan bahwa hasil penelitian tidak hanya merepresentasikan kondisi aktual, tetapi juga memiliki validitas tinggi untuk memahami upaya kota-kota dalam mendukung wisata halal secara komprehensif.

Dalam proses perumusan komponen yang relevan, penelitian dilakukan melalui kajian literatur secara komprehensif guna mengidentifikasi elemen-elemen utama yang dapat diukur dan dianalisis. Peneliti mengambil referensi dan literatur dari berbagai sumber yang terkait dengan pengukuran indeks dan isu-isu yang berkaitan langsung maupun tidak langsung tentang *halal city*. Rekapitulasi hasil kajian literatur disajikan dalam tabel di bawah ini, setiap komponen dilengkapi dengan sumber referensi yang mendukung.

**Tabel 4.1**

**Rekapitulasi Hasil Temuan Indikator Penyusun IHC**

No.	Indikator	Keterkaitan Teori	Perbedaan/Persamaan	Sumber
1.	<p><b>Access:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Jumlah Rute Penerbangan Internasional</li> <li>2. Jumlah Rute Penerbangan Domestik</li> <li>3. Jumlah Maskapai</li> <li>4. Ketersediaan Rute Kereta Api</li> <li>5. Ketersediaan Rute Perjalanan Laut (pelabuhan)</li> <li>6. Ketersediaan Infrastruktur Jalan</li> </ol> <p><b>Communication:</b></p>	<p>Pariwisata berkelanjutan mencakup aksesibilitas yang baik melalui infrastruktur transportasi, komunikasi efektif untuk meningkatkan inklusivitas wisata halal, serta pelayanan yang mendukung nilai dan</p>	<p>Indikator 2-6 memiliki kesamaan dalam aspek aksesibilitas yang berkaitan dengan sarana transportasi. Namun, perbedaannya terletak pada moda transportasi yang digunakan (udara, darat, laut).</p>	<p>Komite Nasional Keuangan dan Ekonomi Syariah (2020)</p>

	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ketersediaan Panduan bagi Wisatawan Muslim</li> <li>2. Penyelenggaraan Workshop atau Pelatihan dan Seminar mengenai Pariwisata Ramah Muslim pada Stakeholder</li> <li>3. Event Pariwisata Ramah Muslim</li> <li>4. Brosur/Media Pemasaran Lainnya</li> <li>5. Kemampuan Bahasa dari Tour Guide (Bahasa Indonesia &amp; Arab)</li> <li>6. Keberadaan Digital Marketing</li> </ol> <p><b>Environment:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Jumlah Wisatawan Nusantara</li> <li>2. Jumlah Wisatawan Mancanegara</li> <li>3. Ketersediaan Akses internet / Wi-Fi</li> <li>4. Komitmen dalam menjalankan dan mengembangkan pariwisata Ramah Muslim</li> </ol> <p><b>Service:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Ketersediaan Restoran Halal</li> <li>2. Ketersediaan Tempat Ibadah</li> <li>3. Ketersediaan Bandara</li> <li>4. Ketersediaan Hotel Syariah dan/atau Hotel yang tidak menghidangkan</li> </ol>	kepercayaan wisatawan Muslim. Selain itu, komitmen terhadap pariwisata ramah lingkungan berperan dalam konservasi budaya dan keseimbangan ekosistem, memastikan dampak ekonomi dan sosial yang positif.		
--	--	---	--	--

	<p>Alkohol/Ketersediaan Dry Hotel</p> <p>5. Ketersediaan Hotel dengan Restoran/dapur</p> <p>6. Ketersediaan Hotel Bersertifikasi halal</p> <p>7. Ketersediaan Islamic Heritage Site / Islam-Related Attraction &amp; Cultural &amp; Local Attraction</p>			
2.	<p><b>Hotel/Penginapan:</b></p> <p>1. Tidak menyediakan akses pornografi &amp; tindakan asusila.</p> <p>2. Tidak menyediakan hiburan yang mengarah pada kemusyrikan, maksiat, dan asusila.</p> <p>3. Makanan &amp; minuman bersertifikat halal MUI.</p> <p>4. Menyediakan fasilitas ibadah &amp; bersuci yang memadai.</p> <p>5. Karyawan berpakaian sesuai syariah.</p> <p>6. Memiliki panduan layanan sesuai prinsip syariah.</p> <p>7. Menggunakan jasa Lembaga Keuangan Syariah.</p> <p><b>Destinasi Wisata:</b></p> <p>1. Menjaga kebersihan,</p>	<p>Prinsip-prinsip syariah dalam sektor hotel, destinasi wisata, spa, biro perjalanan, dan pemandu wisata sejalan dengan teori pariwisata berkelanjutan yang menekankan keseimbangan aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Standar seperti kebersihan, fasilitas ibadah, konsumsi halal, serta penghormatan terhadap nilai sosial-budaya mendukung keberlanjutan sosial dan budaya tanpa merusak kearifan lokal.</p>	<p>Semua indikator memiliki kesamaan dalam penerapan prinsip syariah di hotel dan penginapan. Perbedaan terletak pada aspek yang ditekankan, seperti layanan, fasilitas, atau kebijakan operasional.</p>	<p>Fatwa DSN-MUI 108/DSN-MUI/X/2016 tentang Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata Berdasarkan Prinsip Syariah</p>

	<p>lingkungan, &amp; sanitasi.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>2. Menghormati nilai sosial-budaya sesuai syariah.</li> <li>3. Memiliki fasilitas ibadah layak &amp; mudah dijangkau.</li> <li>4. Makanan &amp; minuman halal bersertifikat MUI.</li> <li>5. Bebas dari kemusyrikan, khurafat, &amp; maksiat.</li> <li>6. Tidak ada zina, pornografi, minuman keras, narkoba, &amp; judi.</li> <li>7. Tidak ada pertunjukan yang bertentangan dengan syariah.</li> </ol> <p><b>Spa, Sauna, &amp; Massage:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menggunakan bahan halal bersertifikat MUI.</li> <li>2. Bebas pornoaksi &amp; pornografi.</li> <li>3. Menjaga kehormatan wisatawan.</li> <li>4. Terapis hanya melayani sesama jenis.</li> <li>5. Memiliki fasilitas ibadah.</li> </ol> <p><b>Biro Perjalanan Wisata:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Menyelenggarakan paket wisata sesuai syariah.</li> <li>2. Akomodasi &amp; destinasi sesuai syariah.</li> <li>3. Makanan &amp; minuman</li> </ol>	<p>Selain itu, penggunaan Lembaga Keuangan Syariah dan pengelolaan wisata yang etis memastikan stabilitas ekonomi serta mencegah eksploitasi lingkungan dan dampak negatif dari aktivitas wisata.</p>		
--	--	---	--	--

	<p>bersertifikat halal MUI.</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>4. Menggunakan Lembaga Keuangan Syariah.</li> <li>5. Dana &amp; investasi sesuai prinsip syariah.</li> <li>6. Panduan wisata mencegah tindakan syirik, maksiat, &amp; judi.</li> </ol> <p><b>Pemandu Wisata:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memahami &amp; menjalankan fikih pariwisata.</li> <li>2. Berakhlak mulia, komunikatif, jujur, &amp; bertanggung jawab.</li> <li>3. Kompeten dengan sertifikat profesi.</li> <li>4. Berpenampilan sopan sesuai syariah.</li> </ol>			
3.	<p>Prinsip-prinsip Syariah:</p> <p><b>Kegiatan Tidak Bertentangan dengan Prinsip Islam:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bebas dari kemusyrikan &amp; kemaksiatan.</li> <li>2. Hanya menyediakan minuman nonalkohol.</li> <li>3. Makanan bersertifikat halal.</li> <li>4. Memiliki fasilitas penunjang Ramadan.</li> </ol> <p><b>Pelayanan dengan Standar Halal:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Berpenampilan sopan, menutup aurat, &amp; menarik.</li> </ol>	<p>Prinsip-prinsip syariah dalam pariwisata berkelanjutan menekankan keselarasan dengan nilai Islam melalui kebebasan dari kemusyrikan dan kemaksiatan, penyediaan makanan halal, serta fasilitas ibadah yang memadai. Standar pelayanan yang sopan dan ramah mendukung keberlanjutan</p>	<p>Semua indikator memiliki kesamaan dalam menerapkan prinsip syariah, tetapi terdapat perbedaan dalam aspek spesifik yang ditekankan, seperti makanan, pakaian, layanan, dan infrastruktur ibadah.</p>	<p>Pengembangan wisata halal untuk kesejahteraan masyarakat di kota Mataram (M. S. Nasution et al., 2021)</p>

	<p>2. Bersikap ramah &amp; komunikatif.</p> <p><b>Bangunan Sesuai Prinsip Islam:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Memiliki masjid/musholla.</li> <li>2. Terdapat petunjuk arah kiblat.</li> <li>3. Hotel syariah memiliki pedoman sesuai prinsip syariah.</li> <li>4. Menggunakan jasa Lembaga Keuangan Syariah.</li> </ol> <p><b>Layanan Transportasi &amp; Wisata:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Paket wisata sesuai prinsip syariah.</li> <li>2. Memiliki daftar akomodasi halal.</li> <li>3. Menyediakan panduan wisata syariah.</li> </ol>	<p>sosial, sementara penggunaan Lembaga Keuangan Syariah serta akomodasi halal memastikan stabilitas ekonomi. Selain itu, layanan transportasi dan wisata berbasis syariah berkontribusi pada pengalaman wisata yang etis dan inklusif tanpa merusak nilai budaya lokal.</p>		
4.	<p>Nilai Etika Syariah</p> <p><b>Nilai-nilai Syariat Islam:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Berorientasi pada kemaslahatan umum.</li> <li>2. Bebas dari kemusyrikan &amp; maksiat.</li> <li>3. Menjaga keamanan, kenyamanan, &amp; kelestarian budaya.</li> </ol>	<p>Berorientasi pada kemaslahatan umum dan bebas dari eksploitasi mendukung konsep keberlanjutan sosial dan budaya dalam teori pariwisata berkelanjutan.</p>	<p>Semua indikator saling berkaitan dalam aspek etika syariah, tetapi ada perbedaan dalam fokusnya, misalnya pada aspek keamanan dan pelestarian budaya.</p>	<p>Analisis potensi dan tantangan wisata halal Pantai Biru di Kabupaten Bangkalan (Fauzan et al., 2022)</p>
5.	<p><b>Attractions (Daya Tarik)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tersedia aktivitas wisata alam, seni, dan budaya yang bebas dari pornoaksi &amp; kemusyrikan.</li> </ol>	<p>Konsep pariwisata halal yang mencakup daya tarik, fasilitas, aksesibilitas, layanan pendukung, dan</p>	<p>Semua indikator memiliki kesamaan dalam mendukung wisata halal, tetapi perbedaannya terletak pada aspek yang ditekankan, seperti daya tarik wisata, fasilitas,</p>	<p><i>Tourism Principles and Practices. England: Longman Group Limited. (Cooper, Fletcher,</i></p>

	<p>2. Minimal satu festival <i>halal lifestyle</i> per tahun.</p> <p>3. Pramuwisata berpakaian sopan.</p> <p>4. Wisata pantai dengan aturan berpakaian sopan.</p> <p>5. Kolam renang &amp; pemandian terpisah untuk pria &amp; wanita.</p> <p><b>Amenities (Fasilitas)</b></p> <p>1. Restoran, café, &amp; toko oleh-oleh bersertifikat halal.</p> <p>2. Fasilitas air bersih &amp; tempat ibadah yang nyaman.</p> <p>3. Hotel dengan layanan Ramadhan (sahur &amp; berbuka).</p> <p>4. Bebas dari perjudian, alkohol, &amp; diskotik.</p> <p>5. Kolam renang &amp; gym terpisah pria &amp; wanita.</p> <p>6. Spa dengan terapi sesuai jenis kelamin.</p> <p><b>Accessibility (Aksesibilitas)</b></p> <p>1. Paket wisata sesuai prinsip halal.</p> <p>2. Pemandu wisata memahami nilai syariah.</p> <p>3. Transportasi nyaman &amp; memadai.</p> <p>4. Informasi &amp; infrastruktur wisata yang mendukung.</p>	<p>kelembagaan selaras dengan prinsip pariwisata berkelanjutan karena menyeimbangkan aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan. Kegiatan wisata yang sesuai dengan syariah serta penyediaan fasilitas halal mendukung inklusivitas dan keberlanjutan sosial, sementara regulasi serta peran lembaga terkait memperkuat tata kelola industri ini. Kemudahan akses dan keberadaan layanan pendukung, seperti bank syariah dan pusat informasi pariwisata, meningkatkan kenyamanan wisatawan sekaligus mendorong pertumbuhan ekonomi berbasis nilai-nilai Islam.</p>	<p>aksesibilitas, layanan pendukung, dan regulasi.</p>	<p>Gilbert, Shepherd &amp; Wanhill, 1998).</p>
--	---	---	--	--



	<p>5. Promosi &amp; dukungan pemerintah untuk wisata halal.</p> <p><b><i>Ancillary Services</i></b> <b>(Fasilitas Pendukung)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Bank syariah di lokasi wisata.</li> <li>2. Rumah sakit &amp; klinik kesehatan.</li> <li>3. Kantor pos &amp; jaringan telekomunikasi.</li> <li>4. Pusat informasi pariwisata.</li> </ol> <p><b><i>Institutions</i></b> <b>(Kelembagaan)</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. Regulasi pariwisata halal (PERGUB).</li> <li>2. Dukungan dari dinas, MUI, &amp; lembaga pendidikan.</li> <li>3. Keikutsertaan pelaku usaha (hotel, restoran, toko oleh-oleh).</li> <li>4. Dukungan lembaga adat &amp; masyarakat sekitar.</li> </ol>			
--	--	--	--	--

Sumber: data diolah peneliti, 2025

Tabel diatas merupakan hasil kajian literatur yang ditemukan oleh peneliti. Terdapat perbedaan komponen penyusun yang menunjukkan bahwa adanya variasi indikator. Perbedaan inilah yang kemudian menjadi argumentasi landasab dasar komponen pembentuk indeks *halal city*. Pada intinya komponen penyusun indeks dibentuk dengan mempertimbangkan prinsip syariah dan indikator yang sesuai dengan tujuan pengukuran indeks.

Adapun komponen indeks yang diperoleh, secara umum dibentuk oleh dimensi ACES yang diluncurkan oleh GMTI. Dimensi ACES dalam *Global Muslim Travel Index* (GMTI) adalah kerangka kerja yang digunakan untuk mengukur daya tarik destinasi wisata bagi wisatawan Muslim berdasarkan empat aspek utama: *Access, Communication, Environment, dan Services*. Keempat dimensi ini menjadi indikator penting dalam menilai kesiapan kota untuk memenuhi kebutuhan spesifik wisatawan Muslim.

Empat dimensi utama, yaitu *Access, Communication, Environment, dan Service*, yang mencerminkan kesiapan suatu kota dalam menyediakan fasilitas ramah Muslim. Keempat dimensi ini kemudian diturunkan dan dielaborasi menjadi variabel dan indikator penyusun indeks. Dimensi *Access* diproyeksikan jadi empat variabel yakni akses udara, akses air, akses kereta api, dan kondisi infrastruktur jalan. Akses udara diturunkan lagi menjadi indikator rute penerbangan domestik, internasional dan jumlah maskapai yang beroperasi. Ketersediaan bandara yang mendukung rute penerbangan ini menjadi faktor penting dalam meningkatkan aksesibilitas wisata halal (Henderson, 2016). Ketersediaan akses ini dinilai berdasarkan ketersediaan bandara dan jumlah rute yang ada pada setiap bandara baik rute domestik maupun internasional. Kemudian akses air dilihat dari ketersediaan pelabuhan dan jenis rute perjalanannya. Akses kereta api dilihat dari ketersediaan rute baik antar kota dalam provinsi maupun rute antar provinsi dengan berbagai kelas layanan yang disediakan. Infrastruktur jalan juga berperan dalam memastikan konektivitas yang memadai, terutama dalam mendukung mobilitas wisatawan menuju destinasi wisata halal (Battour & Ismail, 2016).

Sementara itu, *Communication* berfokus pada kemudahan informasi bagi wisatawan Muslim, seperti panduan wisata halal, pelatihan bagi pemangku

kepentingan, serta keberadaan digital marketing untuk promosi wisata ramah Muslim. Dimensi ini berfokus pada penyediaan informasi dan edukasi terkait wisata halal. Salah satu indikator utama dalam dimensi ini adalah *Muslim Visitor Guide*, yang mencakup panduan bagi wisatawan Muslim untuk menemukan tempat-tempat yang menyediakan layanan halal. Selain itu, *Stakeholder Education* berperan dalam meningkatkan kesadaran pemangku kepentingan melalui pelatihan, seminar, dan workshop terkait konsep pariwisata ramah Muslim (El-Gohary, 2016). Upaya promosi juga menjadi aspek krusial dalam komunikasi, termasuk melalui *Market Outreach* seperti penyelenggaraan acara wisata halal dan distribusi brosur atau media pemasaran lainnya. Keberadaan *tour guide* dengan kemampuan bahasa internasional, seperti bahasa Inggris dan Arab, juga menjadi faktor yang meningkatkan kenyamanan wisatawan Muslim. Selain itu, *digital marketing* memainkan peran penting dalam menjangkau wisatawan potensial melalui platform online dan media sosial (Rahman et al., 2017).

Kategori *environment* mencerminkan daya tarik kota terhadap wisatawan domestik dan mancanegara serta infrastruktur penunjang, seperti ketersediaan akses internet di bandara dan komitmen pemerintah dalam mengembangkan wisata halal. Dimensi Environment mencerminkan daya tarik dan kesiapan suatu kota dalam menerima wisatawan halal. Hal ini mencakup jumlah wisatawan domestik dan mancanegara, ketersediaan akses internet (Wi-Fi) di bandara, serta komitmen pemerintah dalam menjalankan dan mengembangkan wisata halal. Infrastruktur yang mendukung ekosistem wisata halal juga masuk dalam dimensi ini, seperti adanya regulasi yang mendorong penyediaan layanan halal.

Selain itu, dimensi *service* menilai aspek layanan langsung bagi wisatawan Muslim, seperti jumlah restoran halal, tempat ibadah, hotel syariah, serta

keberadaan atraksi wisata berbasis Islam, seperti situs bersejarah dan budaya Islam yang dapat meningkatkan pengalaman wisata halal. Keberadaan restoran halal, tempat ibadah, dan hotel berbasis syariah berperan sangat penting dalam meningkatkan kenyamanan wisatawan Muslim. Atraksi ini dapat berupa situs bersejarah, pusat kebudayaan Islam, serta destinasi yang memperkenalkan nilai-nilai dan tradisi Muslim kepada wisatawan. Keseluruhan indikator ini berkontribusi dalam membangun destinasi wisata yang tidak hanya menarik tetapi juga nyaman bagi wisatawan Muslim, sehingga meningkatkan daya saing daerah dalam sektor pariwisata halal global.

Teknik estimasi yang digunakan untuk menghitung nilai indeks variabel atau indikator pada dimensi ACES dalam Indeks Halal City adalah *Multi-Stage Weighted Index*. Metode ini mengombinasikan beberapa tahapan pembobotan yang ditetapkan pada setiap komponen dalam dimensi tersebut. Oleh karena itu, proses pemberian bobot harus dilakukan secara bertahap dan mengikuti prosedur yang jelas. Langkah-langkah untuk menentukan nilai indeks adalah sebagai berikut: (1) memberikan skor untuk setiap indikator dengan skala 1 hingga 5 berdasarkan kriteria yang telah ditentukan; (2) menghitung indeks indikator menggunakan rumus yang sesuai; (3) mengalikan indeks indikator dengan bobot yang telah ditetapkan untuk mendapatkan nilai indeks variabel. Perhitungan ini tidak berlaku untuk variabel yang tidak memiliki indikator turunan. Rumus yang digunakan untuk variabel *Air Access*, *Market Outreach*, dan *Hotels*; (4) mengalikan indeks variabel dengan bobot yang ditentukan untuk memperoleh nilai indeks masing-masing dimensi; dan (5) mengalikan indeks yang diperoleh pada setiap dimensi dengan bobot masing-masing untuk memperoleh Indeks *Halal City*, yaitu dengan rumus:

$IHC = X1+X2+X3+X4$ . Hasil akhir akan diberikan kategori sesuai dengan nilai indeks yang diperoleh berdasarkan kriteria yang ada pada tabel 3.1.

Dimensi ACES yang diluncurkan oleh GMTI saling melengkapi untuk memberikan penilaian menyeluruh mengenai seberapa ramah dan menarik sebuah destinasi bagi wisatawan Muslim, sekaligus mendukung konsep pariwisata berkelanjutan. Berikut tabel hasil perhitungan indeks yang menyajikan peringkat provinsi berdasarkan kinerja dalam berbagai dimensi pengembangan destinasi wisata halal, yaitu *Access* (aksesibilitas), *Communication* (komunikasi), *Environment* (lingkungan), dan *Services* (layanan).

**Tabel 4.2**

**Peringkat 5 Provinsi Teratas Berdasarkan Dimensi ACES**

<b>DIMENSI ACCESS</b>		<b>DIMENSI COMMUNICATION</b>	
<b>PROVINSI</b>	<b>INDEKS</b>	<b>PROVINSI</b>	<b>INDEKS</b>
1. DKI JAKARTA	0,725	1. DKI JAKARTA	0,123
2. BANTEN	0,675	2. JAWA BARAT	0,122
3. JAWA TIMUR	0,662	3. JAWA TENGAH	0,122
4. JAWA BARAT	0,660	4. BALI	0,122
5. DI YOGYAKARTA	0,625	5. NANGGROE ACEH D.	0,117
<b>DIMENSI ENVIRONMENT</b>		<b>DIMENSI SERVICE</b>	
<b>PROVINSI</b>	<b>INDEKS</b>	<b>PROVINSI</b>	<b>INDEKS</b>
1. NUSA TENGGARA BARAT	0,281	1. NANGGROE ACEH D.	0,400
2. SUMATERA BARAT	0,262	2. JAWA TIMUR	0,400
3. DKI JAKARTA	0,262	3. PAPUA BARAT	0,390
4. JAWA TENGAH	0,262	4. BANGKA BELITUNG	0,385
5. NANGGROE ACEH D.	0,243	5. SUMATERA SELATAN	0,375

Sumber: data diolah peneliti, 2025

Tabel ini menampilkan lima provinsi teratas di Indonesia untuk masing-masing dimensi: akses, komunikasi, lingkungan, dan layanan. Dalam dimensi akses, DKI Jakarta berada di peringkat pertama dengan indeks 0,725, diikuti oleh Banten, Jawa Timur, Jawa Barat, dan DI Yogyakarta, yang menunjukkan bahwa

provinsi-provinsi ini memiliki infrastruktur yang memadai dan kemudahan akses ke layanan serta fasilitas. Pada dimensi komunikasi, DKI Jakarta kembali mencatatkan skor tertinggi (0,123), diikuti oleh Jawa Barat dan Jawa Tengah, yang mencerminkan kemampuan komunikasi yang lebih baik di wilayah-wilayah Pulau Jawa. Untuk dimensi lingkungan, Nusa Tenggara Barat mendapatkan skor tertinggi (0,281), menandakan kualitas lingkungan yang baik, disusul oleh Sumatera Barat dan DKI Jakarta. Nanggroe Aceh Darussalam dan Jawa Timur meraih skor sama sebagai provinsi dengan indeks layanan tertinggi (0,400), menunjukkan kualitas pelayanan publik yang tinggi, dengan Papua Barat, Bangka Belitung, dan Sumatera Selatan menempati peringkat berikutnya. Indeks-indeks ini memberikan gambaran yang menggembirakan tentang kinerja provinsi-provinsi unggulan dalam berbagai aspek penting.

Dari dimensi komponen penyusun indeks *halal city* ini dilakukan tahapan terakhir yakni mengukur *halal city index* di seluruh provinsi, melibatkan dua puluh tiga indikator yang mewakili dimensi ACES. Berdasarkan perhitungan dengan metode *Multi-Stage Weighted Index* secara bertahap dan bertingkat, diperoleh hasil pengukuran sebagai berikut:

**Tabel 4.3**

**Peringkat *Halal City Index* di Indonesia**

RANKING	PROVINSI	IHC	RANKING	PROVINSI	IHC
1	NUSA TENGGARA BARAT	0,818	20	KALIMANTAN SELATAN	0,526
2	NANGGROE ACEH D.	0,816	21	SULAWESI UTARA	0,524
3	JAWA TIMUR	0,799	22	PAPUA BARAT	0,514
4	DKI JAKARTA	0,798	23	JAMBI	0,486
5	SUMATERA BARAT	0,791	24	KALIMANTAN UTARA	0,480
6	JAWA BARAT	0,787	25	KALIMANTAN BARAT	0,479

7	JAWA TENGAH	0,752	26	KALIMANTAN TIMUR	0,476
8	SULAWESI SELATAN	0,716	27	KALIMANTAN TENGAH	0,472
9	SUMATERA SELATAN	0,711	28	MALUKU UTARA	0,370
10	DIY YOGYAKARTA	0,698	29	MALUKU	0,362
11	RIAU	0,697	30	SULAWESI TENGAH	0,344
12	BANTEN	0,687	31	BENGKULU	0,333
13	SUMATERA UTARA	0,649	32	GORONTALO	0,320
14	BANGKA BELITUNG	0,632	33	SULAWESI BARAT	0,320
15	BALI	0,623	34	PAPUA	0,280
16	KEPULAUAN RIAU	0,620	35	PAPUA BARAT DAYA	0,280
17	LAMPUNG	0,608	36	PAPUA TENGAH	0,211
18	NUSA TENGGARA TIMUR	0,597	37	PAPUA SELATAN	0,142
19	SULAWESI TENGGARA	0,586	38	PAPUA PEGUNUNGAN	0,117

Sumber: data diolah peneliti, 2025

Data pada tabel 4.1 menunjukkan indeks *halal city* untuk 38 provinsi di Indonesia, dengan Nusa Tenggara Barat peringkat pertama dengan skor tertinggi (0,818), menunjukkan performa yang baik sebagai *The Halal Tourism Destination* yang berfokus pada pengembangan pariwisata ramah muslim dengan fasilitas halal yang tersedia seperti hotel, restoran, dan tempat ibadah yang bersertifikasi halal. Nanggroe Aceh Darussalam berada di posisi kedua dengan nilai indeks 0,816 menjadi provinsi yang menerapkan syariat Islam secara formal untuk mengembangkan kota halal. Provinsi Jawa Timur dan DKI Jakarta juga menunjukkan nilai indeks yang tinggi mengindikasikan beberapa kota besar yang memenuhi standar keramahan bagi wisatawan muslim. Provinsi di Pulau Jawa mayoritas mendominasi 10 peringkat teratas, seperti Jawa Timur, DKI Jakarta, Jawa Barat, Jawa Tengah, dan DI Yogyakarta, mencerminkan infrastruktur yang lebih baik serta tingginya perhatian terhadap layanan halal. Di luar Pulau Jawa, Sumatera

Barat, Sumatera Selatan, dan Sulawesi sebagai daerah dengan mayoritas penduduk Muslim juga menempati posisi tinggi.

Nusa Tenggara Barat (NTB) yang menempati peringkat pertama dalam *Global Muslim Travel Index* (GMTI) pada tahun 2023 lalu tetap menunjukkan posisi yang kuat sebagai destinasi ramah Muslim di Indonesia. Reputasinya yang didukung oleh keindahan alam Lombok dan berbagai fasilitas *halal-friendly* masih menjadi daya tarik utama. Pariwisata halal di Lombok, Nusa Tenggara Barat, berkembang pesat seiring meningkatnya minat wisatawan muslim yang mencari layanan sesuai syariah. Pengakuan internasional, seperti penghargaan di *World Halal Tourism Awards* dan peringkat teratas IMTI 2023, menunjukkan keberhasilan ini. Wisata halal tidak hanya menjadi tren, tetapi juga peluang besar bagi perekonomian Indonesia melalui penciptaan lapangan kerja dan pertumbuhan ekonomi lokal (Putri et al., 2024).

Di sisi lain, provinsi-provinsi dari wilayah Papua menempati peringkat terbawah, dengan indeks terendah dicatat oleh Papua Pegunungan (0,117). Ini menunjukkan bahwa layanan halal di wilayah-wilayah tersebut masih kurang berkembang dibandingkan dengan daerah lainnya. Selain itu, provinsi di kawasan timur Indonesia seperti Maluku dan Gorontalo juga memiliki skor yang relatif rendah di bawah 0,40. Perbedaan signifikan dalam indeks ini dapat mencerminkan tantangan geografis, aksesibilitas layanan halal, serta perbedaan fokus pemerintah daerah terkait pengembangan sektor ini.

Jika diukur menggunakan *score range* yang ada pada bab 3 tabel 3.1, terdapat 2 provinsi yang masuk dalam kategori "Sangat Baik" dengan skor di atas 0,81 yakni Provinsi Nusa Tenggara Barat dan Aceh. Provinsi tersebut dinilai sangat ramah terhadap wisatawan Muslim karena memiliki infrastruktur dan layanan halal



yang lengkap, seperti restoran bersertifikasi halal, tempat ibadah yang mudah diakses, dan layanan berbasis syariah yang memadai. Sementara itu, sebanyak 15 provinsi tergolong dalam kategori "Baik" berada ada rentang 0,61-0,80, provinsi-provinsi ini cukup ramah terhadap wisatawan Muslim, dengan sebagian besar kebutuhan wisata halal dapat terpenuhi meskipun masih ada aspek tertentu yang perlu ditingkatkan.

Sebanyak 10 provinsi berada dalam kategori "Cukup Baik" pada rentang skor 0,41-0,60, yang menunjukkan bahwa layanan halal mulai tersedia namun masih terbatas di beberapa aspek, sehingga wisatawan Muslim perlu usaha lebih untuk menemukannya. Selanjutnya, ada 9 provinsi yang tergolong dalam kategori "Kurang Baik" di bawah skor 0,40, di mana layanan halal sangat minimal dan masih sulit diakses. Papua Selatan dan Papua Pegunungan menjadi dua provinsi yang masuk dalam kategori "Tidak Baik" dengan nilai indeks di bawah 0,20, yang menandakan bahwa secara umum provinsi ini belum mendapat perhatian penuh terhadap pengembangan wisata halal.

#### **4.2 Pembahasan Hasil Penelitian**

Pada penelitian ini menjabarkan bagaimana komponen penyusun *halal city index* yang berasal dari *framework Global Muslim Travel Index* (GMTI) digunakan dalam mengukur *halal city index* seluruh provinsi di Indonesia. GMTI menurut *Mastercard Crescent-Rating* menggunakan empat dimensi utama untuk mengukur kesiapan penerapan wisata halal di dunia. Dimensi tersebut adalah dimensi *Access*, *Communication*, *Environment*, dan *Service* (ACES).

Pada dimensi *Access* atau aksesibilitas, DKI Jakarta dan Banten menempati peringkat teratas karena didukung infrastruktur transportasi yang sangat baik. DKI

Jakarta memiliki Bandara Internasional Soekarno-Hatta yang menjadi hub penerbangan utama serta moda transportasi modern seperti MRT, LRT, dan TransJakarta. Sementara itu, Banten diuntungkan oleh posisinya yang strategis dengan akses tol yang luas, pelabuhan internasional Merak, serta konektivitas langsung ke pusat ekonomi dan wisata di Jabodetabek. Infrastruktur yang memadai ini memberikan kemudahan mobilitas dan akses masuk bagi wisatawan maupun masyarakat lokal.

Provinsi DKI Jakarta dan Jawa Barat unggul dalam dimensi *communication* karena memiliki beragam platform informasi yang mendukung wisata halal. Kedua provinsi ini menyediakan aplikasi dan situs web yang memuat panduan destinasi halal, informasi kuliner, serta layanan ibadah untuk wisatawan Muslim. Selain itu, kehadiran pusat informasi pariwisata yang ramah Muslim turut mempermudah wisatawan dalam mengakses informasi terkait fasilitas halal di berbagai lokasi wisata, menjadikan DKI Jakarta dan Jawa Barat sebagai destinasi yang informatif dan inklusif.

Nusa Tenggara Barat, Sumatera Barat, DKI Jakarta, Jawa Tengah, dan Aceh mendominasi dalam dimensi *environment* karena mampu menyediakan lingkungan yang mendukung kenyamanan wisatawan Muslim. Sumatera Barat dikenal dengan budaya religius yang kuat dan lingkungan masyarakat yang menjunjung nilai-nilai Islami. DKI Jakarta dan Jawa Tengah unggul dengan fasilitas publik yang ramah Muslim, termasuk masjid yang mudah diakses serta hotel yang menyediakan layanan halal. Sementara itu, Nusa Tenggara Barat, khususnya Lombok, dikenal sebagai destinasi wisata halal dengan lingkungan yang bersih, fasilitas ibadah yang memadai, dan suasana yang nyaman untuk wisatawan Muslim.

Aceh dan Jawa Timur mencatatkan skor tertinggi dalam dimensi *services* karena mampu menyediakan layanan yang memenuhi kebutuhan wisatawan Muslim secara optimal. Aceh, sebagai daerah bersyariat Islam, menawarkan pelayanan yang terintegrasi dengan nilai-nilai Islami, termasuk hotel, restoran, dan fasilitas publik yang sepenuhnya halal. Sementara itu, Jawa Timur unggul dengan keberagaman layanan ramah Muslim yang mencakup hotel bersertifikat halal, pusat kuliner halal, serta layanan informasi wisata yang responsif, menjadikan kedua provinsi ini destinasi yang nyaman dan aman bagi wisatawan Muslim.

Hasil ini selaras dengan pencapaian Indonesia menjadi negara destinasi ramah muslim terbaik di dunia versi GMTI pada tahun 2023 lalu dengan unggul ada dua sektor yakni kategori komunikasi dan layanan. Indonesia menempati posisi pertama dalam kategori komunikasi yang berfokus pada nilai pemasaran destinasi dengan target wisatawan Muslim serta mengelola *stakeholder* pada destinasi tersebut (S. Wahyuni & Nuraeni, 2024). Kemudian pada kategori layanan Indonesia bersama Turki dan Malaysia menjadi tiga destinasi teratas yang mempunyai komitmen tinggi dalam menyediakan layanan ramah Muslim yang sesuai dan memberikan kenyamanan terhadap wisatawan Muslim.

Berdasarkan data yang diperoleh, terdapat variasi yang signifikan dalam *halal city index* di berbagai provinsi di Indonesia. Provinsi Nusa Tenggara Barat menempati posisi teratas dengan nilai 0,818, menunjukkan bahwa provinsi ini termasuk dalam kategori sangat baik dalam kriteria kota ramah muslim. Kebijakan yang diterapkan pemerintah daerah NTB bersama masyarakat yang memiliki kesadaran wisata terbukti efektif dengan meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan setiap tahun. Wisatawan muslim dari Timur Tengah tidak hanya datang untuk menikmati destinasi wisata, tetapi juga tertarik berinvestasi dalam

pengembangan pariwisata Lombok. Hal ini mengukuhkan Lombok sebagai destinasi yang ramah bagi berbagai wisatawan, khususnya wisatawan muslim dari Timur Tengah yang menjadi target utama promosi pariwisata halal (Fahmi et al., 2023).

Pada dimensi *access*, Nusa Tenggara Barat (NTB) unggul dengan akses transportasi yang memadai. Bandara Internasional Lombok menyediakan berbagai rute penerbangan domestik dan internasional, menjadi pintu gerbang utama bagi wisatawan. Pelabuhan Lembar dan pelabuhan lainnya mendukung transportasi laut, sementara infrastruktur jalan yang terus dikembangkan mempermudah mobilitas wisatawan. Keberagaman moda transportasi ini memungkinkan wisatawan, termasuk wisatawan Muslim, untuk dengan mudah menjangkau berbagai destinasi wisata di NTB.

Selain itu, dimensi *communication* dan *environment* turut mendukung pencapaian tersebut. Penyediaan panduan wisata ramah Muslim, pelatihan bagi pelaku industri pariwisata, serta promosi digital aktif memperkuat daya saing NTB dalam pasar wisata halal. Komitmen terhadap wisata ramah Muslim didukung oleh adanya Peraturan Daerah (Perda) Provinsi Nusa Tenggara Barat Nomor 12 Tahun 2016 tentang Pariwisata Halal yang mengatur kegiatan wisata dengan prinsip syariah, termasuk fasilitas, layanan, dan pengelolaan pariwisata. Ketersediaan akses internet yang semakin baik juga menjadi nilai tambah dalam penilaian kota halal. Pada dimensi *service*, keberadaan restoran halal, masjid yang mudah dijangkau, akomodasi berbasis syariah, serta berbagai atraksi Islami menegaskan kesiapan NTB sebagai salah satu destinasi unggulan wisata halal di Indonesia.

Pada posisi kedua diduduki oleh Provinsi Aceh dengan nilai indeks 0,816 dan termasuk kategori sangat baik. Aceh secara aktif telah mengembangkan

pariwisata halal dengan mengedepankan keunikan budaya, keindahan alam, dan kuliner yang mendunia. Penerapan syariat Islam juga menjadi salah satu daya tarik utama yang membuat wisatawan muslim datang ke provinsi ini. Sertifikasi halal juga menjadi upaya yang dilakukan untuk memastikan halal internasional dapat terpenuhi secara maksimal.

Dari segi aksesibilitas, Aceh memiliki Bandara Internasional Sultan Iskandar Muda yang terhubung dengan beberapa kota besar dan negara-negara tetangga. Akses menuju destinasi wisata juga semakin baik dengan infrastruktur jalan yang sudah diperbaiki. Dari aspek lingkungan, Aceh dikenal sebagai satu-satunya provinsi yang sudah menerapkan syariat Islam secara formal sehingga dapat menyediakan lingkungan yang ramah bagi wisatawan Muslim. Dukungan penuh dari masyarakat dan pemerintah setempat terkait penerapan wisata halal. Aceh juga memiliki banyak restoran yang telah tersertifikasi halal serta masjid dan tempat ibadah yang tersedia hampir di semua tempat wisata. Selain itu ketersediaan hotel dan akomodasi yang mulai menerapkan konsep syariah walau belum sepenuhnya merata juga mendukung aspek layanan halal di Aceh.

Provinsi Jawa Timur menempati posisi ketiga dengan nilai indeks 0,799, menunjukkan bahwa provinsi ini memiliki infrastruktur, kebijakan, dan layanan yang sangat mendukung prinsip-prinsip halal. Hal ini dipengaruhi oleh populasi Muslim yang besar dan kesadaran masyarakat akan pentingnya produk dan layanan halal (Fauzi et al., 2024). Pada dimensi *access*, Jawa Timur unggul dengan ketersediaan akses transportasi yang memadai, baik dari jalur udara dengan banyaknya rute penerbangan domestik dan internasional melalui Bandara Internasional Juanda. Jaringan kereta api yang luas dengan layanan antar kota/provinsi serta klasifikasi kelas yang beragam yang menghubungkan kota-kota

besar juga menjadi bobot penilaian yang penting. Untuk akses laut, Jawa Timur dilengkapi dengan Pelabuhan Tanjung Perak dan pelabuhan-pelabuhan lain yang mendukung transportasi laut. Sementara itu terdapat infrastruktur jalan tol Trans Jawa yang mendukung mobilitas wisatawan dengan lancar. Keberagaman moda transportasi ini membuat wisatawan, termasuk wisatawan Muslim, dapat dengan mudah mengakses berbagai destinasi di wilayah tersebut.

Selain itu, dimensi *communication* dan *environment* turut mendukung pencapaian ini. Panduan wisata bagi Muslim, pelatihan untuk pelaku industri pariwisata, serta promosi digital aktif menjadi kekuatan Jawa Timur dalam menjangkau pasar wisata halal. Komitmen terhadap pariwisata ramah Muslim dan ketersediaan akses internet dengan kecepatan yang baik juga meningkatkan daya tarik provinsi ini bagi wisatawan domestik maupun internasional. Pada dimensi *service*, keberadaan restoran halal, masjid yang mudah diakses, hotel syariah, serta atraksi wisata Islami menunjukkan kesiapan Jawa Timur dalam menyediakan layanan yang sesuai dengan kebutuhan wisatawan Muslim, menjadikannya destinasi unggulan wisata halal di Indonesia.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas provinsi di Indonesia termasuk dalam kategori baik yang memiliki nilai indeks dengan rentang 0,61-0,80. Provinsi DKI Jakarta memiliki nilai indeks yang memiliki selisih tipis dengan Jawa Timur. DKI Jakarta mendapatkan skor indeks 0,798 dalam aspek akses, komunikasi, lingkungan, dan layanan terkait kota halal. Provinsi ini unggul dalam aspek akses dan komunikasi. Dari segi akses, Jakarta memiliki satu bandara internasional, jalur kereta api yang menghubungkan dalam dan luar kota, serta infrastruktur jalan yang cukup baik. Namun, akses laut masih terbatas dengan hanya satu pelabuhan utama di Tanjung Priok. Dalam aspek komunikasi, Jakarta sudah

memiliki panduan wisata Muslim yang tersedia baik dalam bentuk cetak atau digital, edukasi pariwisata ramah muslim bersama *stakeholder*, serta promosi digital dan event terkait halal tourism yang aktif dilakukan. Program kampanye menuju “Jakarta Ramah Muslim” semakin memperkuat daya tarik kota ini bagi wisatawan Muslim.

Dalam aspek lingkungan dan layanan, Jakarta memiliki jumlah wisatawan Muslim yang signifikan baik dari wisatawan nusantara atau mancanegara, didukung oleh ketersediaan Wi-Fi luas dan komitmen pada pengembangan pariwisata halal seperti pembangunan *Halal Park*. Dari segi layanan, Jakarta memiliki banyak restoran bersertifikat halal, ribuan masjid dan musala di lokasi wisata, serta hotel syariah dengan fasilitas yang sesuai dengan prinsip halal. Dengan dukungan infrastruktur dan strategi pemasaran yang kuat, Jakarta terus berkembang sebagai destinasi ramah Muslim di tingkat global.

Dengan skor indeks 0,791, Provinsi Sumatera Barat juga menunjukkan potensi besar dalam sektor wisata ramah Muslim, mencakup aspek aksesibilitas, komunikasi, lingkungan, dan layanan pendukung. Dari segi aksesibilitas, provinsi ini memiliki satu bandara internasional yang melayani rute ke negara-negara tetangga dengan banyak maskapai yang beroperasi. Jaringan kereta api yang ada di Sumatera Barat menghubungkan rute dalam kota, serta infrastruktur jalan dan pelabuhan yang mendukung kelancaran transportasi wisatawan. Dalam hal komunikasi dan promosi, berbagai upaya telah dilakukan untuk menarik wisatawan Muslim, seperti event Sumarak Ramadhan. Tersedia juga pemandu wisata yang menguasai bahasa asing, serta materi promosi dalam bentuk digital dan cetak guna meningkatkan daya tarik destinasi halal. Selain itu, Provinsi Sumatera Barat menyediakan beragam fasilitas ramah Muslim, termasuk restoran bersertifikasi

halal, tempat ibadah seperti masjid dan musala, serta hotel yang menerapkan standar halal.

Dengan skor indeks 0,787, Provinsi Jawa Barat didukung oleh bandara internasional, transportasi terintegrasi ke beberapa kota besar, serta infrastruktur memadai. Promosi dilakukan melalui event-event tahunan dengan borsur digital maupun cetak yang tersebar luas. Fasilitas ramah Muslim mencakup restoran halal, tempat ibadah, serta hotel berstandar halal, yang tersedia di banyak titik menjadikannya destinasi wisata halal unggulan. Provinsi ini mengutamakan wisata halal dengan menghadirkan kuliner bersertifikat halal, fesyen syariah, serta fasilitas ibadah yang memadai. Beberapa masjid ikonik yang wajib dikunjungi antara lain Masjid Raya Bandung, Masjid Al Jabar, dan Masjid Al Irsyad. Selain itu, Jawa Barat juga memiliki destinasi wisata halal lainnya, seperti Keraton Kesepuhan di Cirebon (CNN Indonesia, 2023).

Provinsi Jawa Tengah memiliki skor indeks baik dengan nilai 0,752. Aksesibilitasnya didukung oleh ketersediaan bandara, transportasi darat dan laut yang terintegrasi, serta infrastruktur jalan yang memadai. Promosi dilakukan melalui event-event religi pemandu wisata berbahasa asing, dan brosur atau poster digital dan cetak. Pemerintah Jawa Tengah kembali menggalakkan program wisata halal guna menarik lebih banyak pelancong domestik dan mancanegara. Program ini sempat tertunda akibat pandemi, namun kini dilanjutkan dengan pembenahan infrastruktur, termasuk hotel bersertifikasi halal dan rumah potong hewan. Promosi wisata halal Jawa Tengah kini semakin diperkuat secara digital, dengan sektor UMKM dan industri perhotelan turut mendukung pengembangannya (Safuan, 2023).



Provinsi Sulawesi Selatan mendapat skor 0,716 dengan pengembangan akses infrastruktur halal yang semakin ditingkatkan terutama di Makassar. Peningkatan ini juga dilakukan pada edukasi dan promosi event halal. Layanan halal seperti restoran dan halal mulai banyak yang mendapat sertifikasi halal. Sebagai destinasi wisata, Toraja menarik banyak pengunjung, termasuk wisatawan Muslim yang membutuhkan fasilitas kuliner halal. Pemerintah Sulawesi Selatan memasukkan pengembangan wisata halal dalam RPJMD agar program ini dapat terealisasi dengan baik, bukan sekadar wacana (Pemerintah Provinsi Sulsel, 2019).

Pemerintah Provinsi Sumatera Selatan tengah mengembangkan wisata halal untuk menarik wisatawan domestik dan mancanegara. Pengembangan destinasi wisata halal menjadi fokus utama guna memberikan pelayanan yang nyaman bagi wisatawan. Provinsi Sumsel yang menduduki peringkat sembilan ini menawarkan konsep Sapta Pesona, yang mencakup keamanan, ketertiban, kebersihan, kesejukan, keindahan, keramahan, dan kenangan, agar wisatawan merasa nyaman dan tertarik untuk kembali berkunjung. Selain itu, Pemprov Sumsel berencana membuka kembali penerbangan internasional Malaysia-Palembang guna meningkatkan jumlah wisatawan (Puspaningtyas, 2023).

DI Yogyakarta *finish* di peringkat sepuluh dengan skor 0,698. Dengan keunggulan pada akses produk dan layanan halal serta kesadaran mengenai konsep halal yang didukung oleh komunitas lokal dan akademisi. Pada tahun 2019, DI Yogyakarta menempati posisi keenam sebagai destinasi halal terbaik nasional. Yogyakarta memiliki potensi besar dalam wisata halal, sebagaimana ditunjukkan oleh Jogja Festival Halal yang melibatkan berbagai peserta, seperti hotel syariah, restoran halal, serta spa dan pijat syariah yang telah memenuhi standar destinasi wisata halal (Warta Jogjakota, 2019).

Provinsi Riau dengan skor indeks 0,697 termasuk dalam kategori baik. Provinsi ini merupakan destinasi wisata halal di Indonesia dengan fasilitas ibadah dan makanan halal yang melimpah. Salah satu objek wisata terkenal di daerah ini adalah Istana Siak Sri Indrapura di Kabupaten Siak, yang memiliki arsitektur perpaduan Arab, Melayu, dan Eropa serta masih terbuka untuk umum (CNN Indonesia, 2023).

Provinsi Banten dengan skor indeks 0,687 memiliki potensi besar dalam pariwisata halal yang didukung oleh sejarah, budaya, dan keindahan alamnya. Destinasi utama seperti Situs Keraton Kaibon dan Masjid Agung Banten menawarkan pengalaman religi dan budaya, sementara Pantai Anyer serta Taman Nasional Ujung Kulon menambah daya tarik alamnya. Pemerintah terus mendorong wisata halal dengan menyediakan fasilitas ramah Muslim, seperti akses mudah ke masjid, restoran halal, dan hotel bersertifikasi. Dengan berbagai kategori wisata halal, termasuk wisata religi, kuliner, dan budaya, Banten berpotensi menjadi tujuan utama bagi wisatawan Muslim domestik maupun internasional (Imam NR, 2023).

Implementasi wisata halal di Sumatera Utara, khususnya di Medan dan Parapat, masih dalam tahap pengembangan dengan tantangan dan peluang yang beragam. Kota Medan sudah cukup siap sebagai destinasi wisata halal dengan adanya paket wisata syariah dan event berbasis Islam, meskipun masih diperlukan peningkatan dalam sertifikasi hotel dan restoran halal serta kesiapan sumber daya manusia. Sementara itu, Kota Parapat belum optimal dalam mengembangkan wisata halal karena minimnya fasilitas yang memenuhi standar syariah. Untuk memaksimalkan potensinya, diperlukan regulasi yang lebih jelas, peningkatan infrastruktur pendukung, serta edukasi bagi pelaku usaha dan masyarakat (Suparmin & Yusrizal, 2018).

Program wisata halal di Kepulauan Bangka Belitung terus dikembangkan untuk menarik wisatawan Muslim, terutama dari Timur Tengah. Hingga kini, 2.700 pelaku usaha telah bersertifikat halal. Pemerintah daerah dan LPPOM-MUI juga mendorong percepatan sertifikasi dengan pelatihan dan insentif guna memperkuat posisi Bangka Belitung sebagai destinasi wisata halal di Indonesia (Dahnur & Prasetya, 2023). Selain itu, KDEKS telah menetapkan Desa Perlang sebagai percontohan wisata halal dan mengembangkan desa pangan halal di setiap kabupaten guna mendukung wisata ramah Muslim (Rezkisari, 2023).

Konsep wisata halal di Bali masih menjadi perdebatan dan belum diterapkan secara luas. Penerapan wisata halal dianggap dapat mengaburkan nilai-nilai budaya Hindu, menggeser identitas pariwisata Bali, serta berpotensi memicu konflik sosial dan mengganggu keberlanjutan ekonomi lokal (Atnews, 2024). Bali memiliki karakter pariwisata berbasis budaya sesuai dengan Perda No. 5 Tahun 2020. Meskipun Bali terbuka bagi semua wisatawan, konsep wisata halal lebih cocok diterapkan di daerah lain seperti Lombok (Perspectivesnews.com, 2024). Meskipun begitu Bali tetap mendapatkan skor indeks dalam *range* baik (0,623) yang menunjukkan kota ini siap dalam menyambut wisatawan baik Muslim maupun non Muslim.

Provinsi selanjutnya adalah Kepulauan Riau dengan skor indeks 0,61. Untuk memperkuat kehalalan produk di destinasi wisata Kepulauan Riau serta membantu UMKM memperoleh sertifikasi halal, LP3H STAIN Kepri berkomitmen dalam mendukung program ini dengan memberikan edukasi dan sosialisasi kepada UMKM (Anggillya, 2024). Pulau Penyengat menjadi fokus pengembangan wisata halal dengan fasilitas ramah Muslim, promosi branding, serta kemudahan akses dan visa. Namun, tantangan utama adalah minimnya sertifikasi halal untuk restoran dan

hotel, kurangnya fasilitas ibadah di berbagai titik wisata, serta terbatasnya infrastruktur pendukung (Destiana & Kismartini, 2020).

Provinsi Lampung tengah mengembangkan wisata halal guna meningkatkan sektor pariwisata daerah. Pariwisata ramah Muslim semakin diminati, sehingga pihaknya menyiapkan fasilitas, produk, dan layanan halal yang menjamin kebersihan serta kesehatan. Target utama pengembangan ini mencakup wisatawan domestik dan mancanegara, dengan fokus pada kenyamanan tanpa membatasi wisatawan dari latar belakang agama berbeda. Untuk memperkuat promosi, Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Disparekraf) Lampung telah menjalin kerja sama dengan berbagai provinsi sekitar, mengingat Lampung merupakan pintu gerbang Sumatera (Kanafi, 2023). Salah satu bentuk implementasi wisata halal di Lampung adalah wisata berkuda yang juga menjadi bagian dari upaya pelestarian budaya dan tradisi. Selain itu, Pantai Cemara di Kabupaten Lampung Timur juga tengah diupayakan menjadi destinasi wisata halal. Saat ini, sekitar 90% pelaku usaha di kawasan tersebut telah difasilitasi sertifikasi halal secara gratis oleh pemerintah (Devi & Panji, 2024). Wisata halal di Lampung tidak hanya berfokus pada penyediaan makanan halal dan fasilitas ibadah, tetapi juga mencakup kegiatan rekreasi yang sesuai dengan nilai-nilai Islam (Asyrofi et al., 2024).

Implementasi wisata halal di Nusa Tenggara Timur (NTT) menghadapi tantangan besar akibat penolakan dari masyarakat dan pemerintah daerah yang menganggap konsep ini bertentangan dengan budaya setempat. Wisata halal di Indonesia sebenarnya berfokus pada penyediaan makanan halal, fasilitas ibadah, serta layanan ramah Muslim tanpa mengubah tradisi lokal. Namun, banyak pihak di NTT masih salah paham dan mengaitkannya dengan upaya Islamisasi. Studi yang dilakukan oleh Nofandi et al. (2023) menemukan bahwa meskipun ada

resistensi, beberapa hotel di Kupang telah mulai menyediakan fasilitas ramah Muslim, seperti arah kiblat di kamar dan makanan halal.

Memiliki banyak destinasi wisata yang menarik bagi wisatawan, Provinsi Nusa Tenggara Timur memiliki skor indeks 0,597 yang menunjukkan provinsi dalam kondisi cukup baik. Dimana provinsi ini sudah cukup memiliki beberapa fasilitas halal namun memang masih terbatas dalam beberapa aspek. Salah satu wisata halal di NTT, Labuan Bajo, masih dianggap belum siap untuk diterapkan. Ketua DPRD NTT menegaskan bahwa Labuan Bajo masih dalam tahap pengembangan sebagai destinasi wisata dan membutuhkan keseimbangan antara kebutuhan wisatawan domestik maupun internasional. Oleh karena itu, pengelolaan wisata di Labuan Bajo sebaiknya mengakomodasi tempat-tempat halal dan non-halal tanpa mengubah ciri khas kuliner lokal (Kaha, 2024).

Provinsi lain yang masuk kategori cukup baik adalah Provinsi Sulawesi Tenggara dengan skor indeks 0,586. Untuk itu pemerintah dan berbagai pihak di Sulawesi Tenggara (Sultra) sedang berupaya mengembangkan dan memperkuat ekosistem industri halal, termasuk di sektor pariwisata. Pengembangan ekonomi syariah dinilai sebagai strategi berkelanjutan untuk mendukung pertumbuhan ekonomi inklusif di Indonesia Timur (Bisnis Sulawesi, 2024). Salah satu implementasi konkret dari upaya ini adalah akselerasi sertifikasi halal di Kawasan Wisata Pantai Tamborasi, Kolaka. Program ini merupakan bentuk dukungan pemerintah untuk mempercepat sertifikasi halal bagi produk makanan dan minuman di destinasi wisata. Upaya ini juga merupakan kolaborasi antara Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) dan Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) dalam program sertifikasi halal bagi 3.000 desa wisata di seluruh Indonesia (Detik Sultra, 2024).

Kalimantan Selatan (Kalsel), sebagai daerah dengan tingkat religiositas tinggi, memiliki nilai indeks cukup baik. Hal ini menunjukkan potensi besar dalam pengembangan sektor wisata halal dan perjalanan ibadah. Pemerintah Provinsi Kalsel mendukung penuh Expo Haji, Umrah, dan Wisata Halal 2024 sebagai ajang untuk membantu masyarakat dalam merencanakan perjalanan ibadah sekaligus memberikan dampak positif bagi perekonomian daerah. Expo ini diharapkan mampu menciptakan peluang usaha baru serta membuka lapangan kerja bagi masyarakat lokal (Arief RH, 2024). Pemerintah daerah juga berkomitmen untuk mendukung perkembangan industri pariwisata halal dengan bekerja sama dengan berbagai pihak guna memastikan layanan haji, umrah, dan wisata halal di Kalsel memiliki kualitas terbaik serta memenuhi standar internasional.

Pengembangan wisata ramah Muslim di Sulawesi Utara (Sulut) memiliki potensi besar untuk menarik lebih banyak wisatawan. Destinasi seperti Bunaken dan Likupang dapat dikembangkan dengan mencontoh negara non-Muslim yang berhasil membangun ekonomi syariah. Pemerintah berencana meningkatkan fasilitas halal, keamanan, serta pemahaman budaya lokal guna mendukung sektor ini. Selain itu, keberlanjutan lingkungan dan keasrian alam tetap menjadi perhatian utama. Kolaborasi lintas sektoral dinilai penting untuk menjadikan Sulut sebagai destinasi wisata unggulan yang inklusif bagi semua kalangan (Satrianews, 2024). Meskipun demikian, referensi tentang wisata halal di Sulut masih minim. Manado sendiri telah memiliki beberapa fasilitas seperti hotel dengan tempat ibadah, kuliner halal, dan destinasi wisata religi. Upaya ini diharapkan dapat mendorong pertumbuhan ekonomi daerah serta menjadikan Sulut sebagai pusat pariwisata di Indonesia Timur (Tigauw, 2018).

Wisata halal di Papua Barat, khususnya Raja Ampat, memiliki daya tarik besar bagi wisatawan domestik maupun mancanegara. Destinasi ini menawarkan keindahan alam, pantai yang tenang, serta kuliner halal. Salah satu contoh pengembangan wisata ramah Muslim adalah Saonek Village, yang menyediakan homestay dan pengalaman wisata berbasis budaya Muslim (Puspaningtyas, 2023). Selain itu, pemerintah setempat juga mulai mengkampanyekan pentingnya produk halal, bukan hanya untuk umat Muslim tetapi juga sebagai kebutuhan ekonomi masyarakat, terutama di daerah wisata seperti Sorong (IAIN Sorong, 2024).

Penerapan wisata halal di Jambi masih tergolong kurang siap berdasarkan hasil penelitian ini. Beberapa aspek pendukung seperti restoran halal bersertifikat, hotel dengan dapur halal, serta fasilitas ibadah di tempat umum sudah tersedia. Namun, tantangan utama meliputi minimnya regulasi khusus, kurangnya promosi wisata halal, serta terbatasnya aksesibilitas transportasi. Dengan peningkatan infrastruktur dan komitmen pemerintah daerah, wisata halal di Jambi berpotensi berkembang lebih baik.

Pengembangan wisata halal di Kalimantan Utara berfokus pada subsektor kuliner halal. Pemerintah mendorong sertifikasi halal bagi restoran dan usaha pariwisata guna meningkatkan daya saing daerah. Sementara itu, Kalimantan Barat (Kalbar), yang berdekatan dengan Kaltara, memiliki potensi wisata halal karena mayoritas penduduknya beragama Islam serta berbagai destinasi wisata menarik. Namun, tantangan utama yang dihadapi adalah kurangnya infrastruktur, minimnya biro perjalanan berbasis syariah, serta keterbatasan paket wisata halal (Dinas Pariwisata Provinsi Kalimantan Utara, 2020).

Kalimantan Barat dengan indeks cukup baik memiliki potensi besar dalam wisata halal yang didukung oleh pemahaman masyarakat terhadap produk halal

serta keberagaman objek wisata. Pemerintah daerah telah memasukkan wisata halal dalam rencana pembangunan pariwisata serta mendorong sertifikasi halal bagi restoran dan usaha terkait. Tantangan yang masih dihadapi antara lain rendahnya kesadaran masyarakat, minimnya infrastruktur, serta belum adanya regulasi dan hotel bersertifikat halal. Untuk mengatasi kendala ini, strategi yang diterapkan meliputi kampanye pemasaran melalui media sosial, pengembangan destinasi, serta studi banding ke daerah yang telah sukses seperti NTB (Ita Nurcholifah, Barkah, 2019).

Kalimantan Timur juga memiliki potensi besar dalam pengembangan wisata halal yang berorientasi pada gaya hidup halal serta industri halal. Sumber daya alam seperti Sungai Mahakam, pantai, dan budaya etnik dapat dimanfaatkan untuk *muslim-friendly tourism* (Agustina, 2018). Upaya rekonstruksi sarana dan edukasi kepada masyarakat menjadi kunci utama dalam mewujudkan wisata halal di daerah ini. Meskipun demikian, kekurangan fasilitas dan regulasi masih menjadi tantangan utama dalam proses transformasi wisata halal di Kaltim (Haries et al., 2023). Selain itu, pengembangan wisata halal di Ibu Kota Nusantara (IKN) memiliki potensi signifikan dalam menciptakan lingkungan pariwisata yang tidak hanya sesuai dengan standar halal tetapi juga berkontribusi pada pembangunan berkelanjutan dan inklusivitas sosial (Rachman & Hasan, 2024).

Penerapan konsep kota halal di Kalimantan Tengah diwujudkan melalui pengembangan ekonomi syariah dan jaminan produk halal. Pemerintah setempat mendorong sertifikasi halal bagi UMKM di sektor makanan dan minuman guna melindungi konsumen (Lutfi, 2024). Edukasi dan kampanye halal terus dilakukan untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya produk halal dalam sektor pariwisata (Kanwil Kemenag Kalteng, 2024).



Sebagai provinsi dengan mayoritas penduduk Muslim, Maluku Utara memiliki potensi besar dalam wisata religi. Warisan budaya Islam seperti kerajaan Islam, masjid bersejarah, pasar syariah, dan situs keagamaan lainnya dapat menjadi daya tarik utama. Untuk mengembangkan pariwisata syariah, diperlukan strategi seperti peningkatan fasilitas dan layanan, penguatan ciri khas daerah, pembangunan jaringan wisata halal, promosi efektif, serta pemasaran yang sesuai dengan target wisatawan Muslim. Pengelolaan yang profesional serta strategi promosi dan pemasaran yang tepat akan meningkatkan daya saing Maluku Utara sebagai destinasi wisata halal, sekaligus mendorong pertumbuhan ekonomi daerah (Marasabessy, 2025).

Banyak destinasi di Provinsi Maluku yang memiliki potensi besar untuk berkembang menjadi wisata halal. Namun, masih terdapat kendala seperti belum adanya regulasi dari pemerintah daerah, kurangnya pencantuman label halal pada produk makanan dan minuman lokal, serta persepsi masyarakat yang kurang tepat tentang wisata halal. Diperlukan strategi dari pemerintah daerah dan pengelola wisata untuk mendorong pengembangan wisata halal dengan penerapan standar halal yang baik (Yanlua et al., 2023).

Wisata halal di provinsi Sulawesi Tengah memiliki potensi besar tetapi belum sepenuhnya dimanfaatkan. Palu memiliki kekayaan alam, budaya, dan sejarah yang melimpah, namun pengembangan industri wisata halal masih menghadapi tantangan. Keterlibatan komunitas lokal dalam pengembangan wisata halal, dukungan aktif dari pemerintah daerah, strategi promosi yang efektif, serta kerja sama luas dengan wilayah sekitarnya diperlukan untuk mendorong sektor ini. Palu dapat menerapkan praktik terbaik dari destinasi wisata halal yang telah sukses

untuk mempercepat pertumbuhan industri ini, yang pada akhirnya dapat berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi daerah (Aisya et al., 2023).

Provinsi Bengkulu sedang dalam pengembangan wisata halal, yang masih memerlukan banyak persiapan. Percepatan sertifikasi halal dan perbaikan infrastruktur, terutama aksesibilitas menuju Bengkulu yang masih terbatas, harus mendapat perhatian penuh. Dibandingkan dengan Lombok yang mendapat limpahan wisatawan dari Bali, Bengkulu seharusnya bisa menarik pengunjung dari Sumatera Barat dan Sumatera Selatan, namun akses darat yang sulit masih menjadi kendala utama. Meskipun infrastruktur belum optimal, jumlah wisatawan Bengkulu mencapai 2,5 juta pada 2024, menunjukkan potensi besar. Festival Tabot sebagai event nasional perlu dikelola lebih baik, serta promosi digital harus diperkuat dengan menggandeng influencer dan seniman lokal. Pada akhirnya, aksesibilitas menjadi kunci utama. Bengkulu harus menemukan identitas wisatanya dan mempromosikannya secara efektif untuk menarik lebih banyak wisatawan.

Pengembangan wisata halal di Gorontalo didukung oleh mayoritas penduduk Muslim, sejarah Islam yang kuat, serta destinasi wisata bernuansa Islami seperti Masjid Walima Emas dan Desa Wisata Bongo. Keanekaragaman kuliner halal serta infrastruktur pendukung juga menjadi daya tarik, meskipun pengembangannya masih menghadapi tantangan seperti kurangnya kesadaran masyarakat, keterbatasan fasilitas, dan sensitivitas keagamaan. Untuk mengatasi hambatan ini, diperlukan strategi seperti segmentasi wisatawan Muslim domestik dan internasional, penyelenggaraan event keagamaan seperti Festival Walima, serta kemitraan dengan pihak swasta guna memperkuat infrastruktur wisata halal. Dengan pendekatan yang tepat, Gorontalo berpotensi menjadi destinasi wisata halal yang kompetitif dan berkelanjutan (Adnan, 2024).

Sulawesi Barat memiliki nilai indeks yang kurang baik sebagai kota halal. Namun memiliki potensi keindahan alam, kekayaan budaya, serta mayoritas penduduk Muslim. Kabupaten Mamasa, dengan 21 desa wisata, menjadi fokus pengembangan sektor ini. Namun, pengembangan infrastruktur dan fasilitas, seperti masjid dan restoran halal, masih diperlukan. Dengan strategi yang tepat dan kolaborasi berbagai pihak, Sulawesi Barat berpotensi menjadi destinasi wisata halal unggulan (Asyhadi, 2025). Pemerintah perlu mendorong percepatan pertumbuhan ekonomi syariah di Papua Barat Daya. Perkembangan potensi lokal, meningkatkan daya tarik wisata halal, serta mengembangkan UMKM dan ekspor industri halal (Fajri, 2024).

Penerapan wisata halal di Provinsi Papua Tengah masih dalam tahap pengembangan dengan fokus pada penyediaan fasilitas ramah bagi wisatawan Muslim. Pemerintah tengah mendorong pembangunan musala dan penyediaan makanan halal di tempat wisata untuk meningkatkan kenyamanan wisatawan Muslim (Kuswaraharja, 2021). Papua Tengah juga memiliki potensi wisata alam yang dapat dikembangkan sebagai destinasi wisata halal. Di Kabupaten Nabire, pembangunan fasilitas MCK dan diving center di Pantai Erari, Soa, dan Riki dilakukan untuk mendukung wisata bahari. Kementerian Agama dan BPJPH turut mendorong sertifikasi halal di desa wisata guna memastikan kehalalan makanan, minuman, serta souvenir yang dijual di kawasan wisata halal (Saudila, 2024). Untuk mempercepat pengembangan, Papua Tengah dapat mencontoh daerah lain seperti Lombok dan Sumatera Barat yang telah sukses dalam menerapkan konsep wisata halal. Kolaborasi antara pemerintah pusat dan daerah sangat diperlukan guna menyelaraskan kebijakan serta meningkatkan kualitas pariwisata halal di wilayah ini.

Pengembangan wisata halal di Provinsi Papua Selatan menjadi sebuah keniscayaan seiring dengan meningkatnya tren wisata dan upaya pemerintah dalam menggali potensi ekonomi daerah. Papua Selatan memiliki potensi wisata yang dapat dikembangkan, termasuk melalui pengembangan desa wisata sebagai salah satu strategi utama. Penyediaan fasilitas ramah Muslim, seperti tempat ibadah dan makanan halal, menjadi aspek penting untuk meningkatkan kenyamanan wisatawan Muslim. Selain itu, sertifikasi halal diperlukan untuk memastikan kehalalan makanan, minuman, dan souvenir yang dijual di kawasan wisata. Papua Selatan dapat mencontoh daerah seperti Lombok dan Sumatera Barat yang telah sukses dalam mengembangkan wisata halal. Kolaborasi antara pemerintah pusat dan daerah sangat diperlukan guna menyelaraskan kebijakan serta mempercepat implementasi konsep pariwisata halal di wilayah ini (Pemprov Papua Selatan, 2024).

Pemerintah Provinsi Papua Pegunungan mendorong pengembangan wisata berbasis adat, seperti kampung wisata Maplire Alro di Kampung Aikima, serta memanfaatkan potensi wisata alam sebagai destinasi unggulan (Effendi, 2025). Untuk mendukung wisata halal, diperlukan fasilitas ramah Muslim seperti tempat ibadah dan makanan halal, serta sertifikasi halal bagi produk yang dijual di kawasan wisata. Papua Pegunungan dapat mencontoh daerah lain seperti Lombok dan Sumatera Barat dalam pengembangan wisata halal, dengan dukungan kerja sama antara pemerintah pusat dan daerah guna menyelaraskan kebijakan serta mempercepat implementasi konsep ini (Post Papua, 2025).

Lima provinsi dari wilayah timur Indonesia meliputi Provinsi Papua dan sekitarnya memiliki indeks terendah, yang disebabkan oleh beberapa faktor. Salah satunya adalah keterbatasan fasilitas yang mendukung gaya hidup halal, seperti

restoran halal, tempat ibadah, dan lembaga pendidikan Islam. Infrastruktur di provinsi ini juga terbatas, dengan akses yang lebih sulit ke kota-kota besar yang memiliki lebih banyak fasilitas halal. Selain itu, jumlah penduduk Muslim di Papua relatif lebih sedikit dibandingkan dengan provinsi lain, yang mengurangi permintaan terhadap produk dan layanan halal. Secara keseluruhan, rendahnya indeks ini mencerminkan tantangan dalam menyediakan infrastruktur dan fasilitas yang mendukung gaya hidup halal di wilayah tersebut.

Provinsi dengan indeks *halal city* terendah, seperti Papua Pegunungan, Papua Selatan, Papua Tengah, dan Papua Barat Daya, masih menghadapi berbagai tantangan dalam pengembangan ekosistem halal. Keterbatasan infrastruktur dan pasokan produk halal menyebabkan akses terhadap makanan dan layanan halal menjadi sulit. Selain itu, minimnya sosialisasi serta dominasi budaya lokal membuat komunikasi dan penyebaran informasi terkait konsep halal kurang optimal. Lingkungan yang mayoritas non-Muslim juga berkontribusi pada rendahnya permintaan produk halal, sehingga layanan seperti restoran halal, masjid, dan bank syariah masih sangat terbatas.

Sebaliknya, provinsi dengan indeks tertinggi seperti NTB, Aceh, Jawa Timur, Jakarta, dan Sumatera Barat memiliki akses lebih baik terhadap produk halal, komunikasi yang efektif, serta lingkungan dan layanan yang mendukung wisata halal. Untuk meningkatkan indeks di daerah dengan skor rendah, diperlukan upaya berupa regulasi yang lebih kuat, edukasi masyarakat, serta pembangunan infrastruktur halal yang lebih merata. Dengan langkah ini, ekosistem halal dapat berkembang lebih luas dan inklusif di seluruh Indonesia.

Hasil penelitian menunjukkan adanya perbedaan yang signifikan dalam indeks *halal city* antara beberapa provinsi, yang dipengaruhi oleh faktor-faktor

seperti infrastruktur, kebijakan pemerintah daerah, dan kesadaran masyarakat terhadap prinsip-prinsip halal. Secara keseluruhan, hasil analisis data indeks *halal city* di Indonesia menunjukkan adanya disparitas yang signifikan antara provinsi-provinsi. Meskipun beberapa provinsi telah berhasil mengimplementasikan prinsip halal dengan baik, masih banyak tantangan yang harus dihadapi.

Provinsi dengan nilai tinggi cenderung memiliki kebijakan yang mendukung pengembangan ekonomi halal, seperti insentif bagi pelaku usaha halal dan program pelatihan untuk meningkatkan keterampilan masyarakat dalam industri halal. Namun hal ini dapat menjadi tantangan yang dihadapi Indonesia dalam permasalahan ketimpangan infrastruktur dan keterbatasan akses informasi terkait produk halal. Banyak kota kecil dan daerah terpencil masih kekurangan fasilitas dan layanan yang mendukung gaya hidup halal, yang menghambat pertumbuhan ekonomi syariah di wilayah tersebut (Husni Pasarela et al., 2022). Selain itu, problematika mengenai keengganan sertifikasi halal di Indonesia belum mendapat perhatian penuh, yang menyebabkan keresahan (Sholeh & Mursidi, 2023).

Faktor-faktor seperti infrastruktur yang kurang memadai, aksesibilitas layanan halal, dan kurangnya kesadaran masyarakat tentang pentingnya produk halal menjadi kendala utama. Hal ini menunjukkan perlunya intervensi dari pemerintah dan lembaga terkait untuk meningkatkan kesadaran dan menyediakan fasilitas yang mendukung prinsip halal di wilayah-wilayah tersebut. Provinsi dengan nilai rendah sering kali mengalami kekurangan dalam hal kebijakan dan dukungan dari pemerintah. Oleh karena itu, penting bagi pemerintah daerah untuk mengembangkan strategi yang lebih komprehensif dalam meningkatkan *halal city*

*index*, termasuk peningkatan infrastruktur, promosi produk halal, dan pendidikan masyarakat tentang pentingnya prinsip halal (Siregar et al., 2023).

Meskipun pemerintah meningkatkan kesadaran, banyak masyarakat yang masih sulit memahami manfaat produk halal, terutama akibat urbanisasi yang membatasi akses informasi dan layanan halal (Maghfira et al., 2022; Anggorowati et al., 2024). Oleh karena itu, diperlukan kolaborasi antara pemerintah, pelaku usaha, dan masyarakat untuk meningkatkan pemahaman tentang konsep halal serta memperkuat infrastruktur yang mendukung pengembangan kota halal (Ningsih et al., 2022). Program edukasi dan sosialisasi yang lebih intensif, serta regulasi yang lebih jelas mengenai sertifikasi halal, sangat dibutuhkan untuk menciptakan lingkungan yang lebih mendukung prinsip halal (Priantina & Mohd Sopian, 2023). Indeks halal city di Indonesia dapat menjadi alat yang efektif untuk menilai dan mendorong pengembangan kota-kota yang mendukung pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan.

Hasil penelitian ini selaras dengan teori pariwisata berkelanjutan, yang menekankan pentingnya menjaga keseimbangan antara aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan dalam pengembangan destinasi wisata. Provinsi-provinsi dengan *halal city index* tinggi, seperti Nusa Tenggara Barat dan Aceh, berhasil mengintegrasikan aspek keberlanjutan dalam pengembangan pariwisata halal mereka. Peningkatan pendapatan ekonomi, pelestarian budaya lokal, dan pelestarian lingkungan menjadi bukti bahwa wisata halal dapat mendukung pariwisata berkelanjutan. Teori pariwisata berkelanjutan menekankan pentingnya menjaga keseimbangan antara aspek ekonomi, sosial, dan lingkungan dalam pengembangan destinasi wisata (Tariq Khan et al., 2020).

Dalam konteks destinasi halal, pendekatan pariwisata berkelanjutan terbukti mampu memberikan manfaat yang signifikan bagi daerah dengan indeks tinggi seperti Nusa Tenggara Barat dan Aceh. Dari segi ekonomi, pengembangan destinasi halal telah meningkatkan pendapatan lokal melalui sektor perhotelan dan UMKM. Nusa Tenggara Barat, dengan *branding* Lombok sebagai destinasi halal, menjadi contoh sukses yang menarik banyak wisatawan Muslim, memberikan dampak positif bagi ekonomi daerah sekaligus mendorong pertumbuhan sektor-sektor pendukung seperti kuliner dan kerajinan lokal (Subarkah, 2018).

Penelitian ini menunjukkan bahwa pengukuran *halal city index* memiliki urgensi penting sebagai alat evaluasi dan dasar kebijakan untuk pengembangan wisata halal yang inklusif. Hasil penelitian menyoroti kesenjangan antara provinsi dengan indeks tinggi seperti Nusa Tenggara Barat dan daerah tertinggal seperti Papua Pegunungan, yang membutuhkan perhatian lebih dalam penguatan layanan halal dan infrastruktur. Dengan kolaborasi strategis antara pemerintah dan swasta, indeks ini dapat menjadi panduan dalam mewujudkan destinasi wisata ramah Muslim yang berkelanjutan dan kompetitif.



## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **5.1 Kesimpulan**

Penelitian ini bertujuan untuk mengukur dan menganalisis *Halal City Index* di seluruh provinsi Indonesia dengan mengidentifikasi indikator relevan dan mengukur nilai indeks halal di tiap provinsi. Fokus penelitian mengacu pada empat dimensi *Global Muslim Travel Index* (GMTI), yaitu *Access*, *Communication*, *Environment*, dan *Services* (ACES). Data dikumpulkan melalui studi dokumen dan *expert judgement* dari pakar ekonomi Islam. Analisis dilakukan dengan metode *Multi-Stage Weighted Index* untuk memberikan pemahaman mendalam terkait dimensi indeks halal tersebut. Triangulasi waktu, teknik, dan sumber digunakan untuk memastikan validitas data.

Hasil penelitian menunjukkan Nusa Tenggara Barat sebagai provinsi dengan indeks halal tertinggi, diikuti oleh Aceh dan Jawa Timur. Provinsi-provinsi ini memiliki infrastruktur, layanan halal, serta promosi wisata yang mendukung prinsip halal secara optimal. Di sisi lain, wilayah seperti Papua Pegunungan dan Papua Selatan menunjukkan indeks terendah karena keterbatasan infrastruktur dan layanan halal. Variasi nilai indeks mencerminkan kesiapan yang berbeda dari setiap provinsi dalam mendukung wisata halal.

Penelitian ini memiliki implikasi signifikan dalam mendukung pengembangan strategi wisata halal di Indonesia, termasuk dalam meningkatkan kualitas layanan, infrastruktur, serta promosi destinasi wisata ramah Muslim. Temuan ini dapat menjadi acuan bagi pemerintah daerah untuk meningkatkan pengembangan wisata halal secara komprehensif. Namun, penelitian ini juga

memiliki keterbatasan, di antaranya ketergantungan pada metode kualitatif yang mungkin memerlukan validasi tambahan dengan pendekatan kuantitatif, serta cakupan indikator yang dapat diperluas untuk mencakup variabel yang lebih kompleks.

## 5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan, maka saran dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagi Pemerintah

Pemerintah perlu meningkatkan infrastruktur dan fasilitas publik ramah Muslim, serta memperkuat promosi wisata halal melalui kampanye digital dan event internasional. Kebijakan yang mendukung sektor pariwisata syariah, seperti insentif bagi pelaku usaha, juga penting untuk mempercepat pengembangan wisata halal di Indonesia.

2. Bagi *Stakeholder*

Penelitian ini dapat menjadi pedoman bagi pemangku kepentingan untuk menyusun standar layanan halal yang jelas, serta meningkatkan kualitas fasilitas dan layanan yang sesuai dengan kebutuhan wisatawan Muslim, seperti restoran halal, akomodasi syariah, dan fasilitas ibadah.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Peneliti selanjutnya dapat memperluas penelitian dengan pendekatan multidimensional, mengukur dampak sosial-ekonomi dan keberlanjutan lingkungan dalam wisata halal, serta mengeksplorasi perbandingan antar daerah atau negara dan peran teknologi untuk meningkatkan pengalaman wisata halal.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abdullah, M. A. (2020). *GLOBAL HALAL INDUSTRY : REALITIES AND*. 5(1), 47–59.
- Adinugraha, H. H., Sartika, M., & Kadarningsih, A. (2018). Desa Wisata Halal: Konsep Dan Implementasinya Di Indonesia. *Jurnal Human Falah*, 5(1), 28–48.
- Admin. (2019). *Wagub Segera Wujudkan Wisata Halal di Sulsel*. Pemerintah Provinsi Sulawesi Selatan. <https://sulselprov.go.id/post/wagub-segera-wujudkan-wisata-halal-di-sulsel#>
- Admin. (2024a). *DPD Prajaniti Bali Kembali Tegaskan Tolak Konsep Wisata Halal, Identitas dan Harmoni Lokal Dapat Terganggu*. Atnews.Id. <https://atnews.id/portal/news/23896#:~:text=Penerapan konsep wisata halal di,tidak menggunakan hak jawab mereka>
- Admin. (2024b). *Mengembangkan Pariwisata Ramah Muslim di Sulawesi Utara: Harapan Wapres Ma'ruf Amin*. Satria News. <https://satrianews.com/news-details/mengembangkan-pariwisata-ramah-muslim-di-sulawesi-utara-harapan-wapres-maruf-amin>
- Admin. (2024c). *Produk Halal Dikampanyekan Serentak di Tanah Air \*\*Kakanwil Kemenag Papua Barat : Kampanyekan Produk Halal, Perlu Kepekaan dan Kearifan*. IAIN Sorong. <https://iainsorong.ac.id/berita/produk-halal-dikampanyekan-serentak-di-tanah-air-kakanwil-kemenag-papua-barat-kampanyekan-produk-halal-perlu-kepekaan-dan-kearifan/>
- Adminwarta. (2019). *Potensi Wisata Halal Yogyakarta Terus Didorong*. Portal Berita Pemerintah Kota Yogyakarta. <https://warta.jogjakota.go.id/detail/index/6805>
- Adnan, A. (2024). *Kajian Strategis Destinasi Wisata Halal di Gorontalo dalam Perspektif Fenomenologi*. 20, 717–737.
- Agfianto, T., Antara, M., & Suardana, I. W. (2019). DAMPAK EKONOMI PENGEMBANGAN COMMUNITY BASED TOURISM TERHADAP MASYARAKAT LOKAL DI KABUPATEN MALANG (Studi Kasus Destinasi Wisata Cafe Sawah Pujon Kidul). *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, 259. <https://doi.org/10.24843/JUMPA.2018.v05.i02.p03>
- Agustina, D. (2018). *Kaltim Berpotensi Kembangkan Wisata Halal*. <https://www.tribunnews.com/regional/2018/11/03/kaltim-berpotensi-kembangkan-wisata-halal>
- Aisya, S., Syamsu, N., & Muthmainnah, MD. (2023). Evaluating the Growth Potential of Halal Tourism in Palu. *Iqtishodia: Jurnal Ekonomi Syariah*, 8(2), 40–55. <https://doi.org/10.35897/iqtishodia.v8i2.1133>
- Ali, K. A. M. (2023). *Fikih Rekreasi: Bekal Masyarakat Muslim Berlibur ke Luar Kota*. <https://mui.or.id/baca/berita/fikih-rekreasi-bekal-masyarakat-muslim-berlibur-ke-luar-kota>

- Alim, Tsany, H., Riansyah, Okta, A., Hidayah, Karimatul, Ikhwanul, M., & Adityawarman. (2015). Analisis Potensi Pariwisata Syariah dengan Mengoptimalkan Industri Kreatif di Jawa Tengah dan Yogyakarta. *Media Wisata*, 14, 6.
- Amanda Putri, R., Amirah Yasmin, A., Hiqmah Ameirindo, M., Quamella Hanovi, A., Erlinda, I., Setya Putra, A., Unang Rahayu, A., & Darmawan, H. (2024). Strategi Pengembangan Pariwisata Halal Lombok: Peluang, Tantangan, Nilai Kompetitif Yang Dimiliki. *Jurnal Pariwisata Prima*, 1, 5–5. <https://journal.polteparprima.ac.id/index.php/utama>
- Andriani, D., Khalikal, K. A., Aqmarina, L., Nurhayati, T., Permanasari, I. K., Binarwan, R., & Anggraini, A. P. T. (2015). Laporan akhir kajian pengembangan wisata syariah. *Jakarta: Deputy Bidang Pengembangan Kelembagaan Kepariwisataan*.
- Anggillya, G. P. (2024). *LP3H STAIN Kepri: Mendukung Pembangunan Desa Wisata Halal di Kepulauan Riau*. STAIN Sultan Abdurrahman Kepulauan Riau. <https://stainkepri.ac.id/berita/1405-lp3h-stain-kepri-mendukung-pembangunan-desa-wisata-halal-di-kepulauan-riau.html>
- Anggorowati, L. S., Yudho Leksono, P., Ratnanto, S., Kurniawan, R., Zuhdi Sasongko, M., Suhardi, S., Purnomo, H., Djoko Soeprajitno, E., & Nuril Hasanah, R. (2024). Peningkatan Pemahaman Masyarakat Mengenai Produk Halal Dan Pengurusan Sertifikat Halal Pada Usaha Kecil Mikro Di Smk .... *Jurnal Ekonomi, Sosial & ...*, 6(1), 18–25. <https://jurnalintelektiva.com/index.php/jurnal/article/view/1024>
- Asnawi, N., Wicaksono, A. T. S., & Setyaningsih, N. D. (2020a). Measuring the Economic Islamicity Index in the Archipelagic Indonesia: Does Spatial Role Affect it? *Talent Development & Excellence*, 12(1), 3464–3489.
- Asnawi, N., Wicaksono, A. T. S., & Setyaningsih, N. D. (2020b). Measuring the Economic Islamicity Index in the Archipelagic Indonesia: Does Spatial Role Affect it? *Talent Development & Excellence*, 12(1), 3464–3489.
- Asyhadi, F. (2025). *Sulawesi Barat Menuju Destinasi Wisata Halal Unggulan*. Kompasiana. <https://www.kompasiana.com/faridasyhadi1528/679e4c3734777c0a514207fb/sulawesi-barat-menuju-destinasi-wisata-halal-unggulan>
- Asyrofi, I., Hilal, S., & Madnasir, M. (2024). Pengembangan halal tourism berbasis green economy di Provinsi Lampung: Pendekatan kajian nilai keislaman. *HUMANISTIKA: Jurnal Keislaman*, 10(2), 214–224.
- Azizah, R. N., & Kewuel, H. K. (2021). Central Versus Regional: Membaca Konsep Pariwisata Halal Kota Batu. *Kusa Lawa*, 1(2), 16–35. <https://doi.org/10.21776/ub.kusalawa.2021.001.02.02>
- Azizuddin, I., & 'Ainulyaqin, M. H. (2022). Industri Pariwisata Halal: Pendorong Inovasi Untuk Halalpreneurs. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 8(1), 106. <https://doi.org/10.29040/jiei.v8i1.4040>

- Battour, M., & Ismail, M. N. (2016). Halal tourism: Concepts, practises, challenges and future. *Tourism Management Perspectives*, 19, 150–154. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2015.12.008>
- Battour, M., Ismail, M. N., Battor, M., & Awais, M. (2017). Islamic tourism: an empirical examination of travel motivation and satisfaction in Malaysia. *Current Issues in Tourism*, 20(1), 50–67. <https://doi.org/10.1080/13683500.2014.965665>
- Beaudrie, C. E. H., Kandlikar, M., & Ramachandran, G. (2016). Using expert judgment for risk assessment. In *Assessing nanoparticle risks to human health* (pp. 91–119). Elsevier.
- Budiyono Santoso, & Muhammad Djakfar. (2022). Nilai Keislaman Dan Kearifan Lokal Dalam Pengembangan Pariwisata Halal Pasca Covid 19 Di Kota Malang. *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa*, 7(01), 70–81. <https://doi.org/10.37366/jespb.v7i01.321>
- Calder, R. (2020). Halalization: Religious Product Certification in Secular Markets. *Sociological Theory*, 38(4), 334–361. <https://doi.org/10.1177/0735275120973248>
- Carboni, M., Perelli, C., & Sistu, G. (2017). Developing tourism products in line with Islamic beliefs: some insights from Nabeul–Hammamet. *The Journal of North African Studies*, 22(1), 87–108.
- Churiyah, M., Pratikto, H., Filianti, E. S., Wibowo, L. A., & Voak, A. (2021). *Halal Tourism , Implementation and What is Needed : Indonesia Case. 193*(Bistic), 1–8.
- Creswell, J. D. (2018). A Mixed-Method Approach. In *Writing Center Talk over Time*. <https://doi.org/10.4324/9780429469237-3>
- Dahnur, H., & Prasetya, A. W. (2023). *Bangka Belitung Kebut Program Wisata Halal Berbasis Desa*. Kompas.Com. <https://travel.kompas.com/read/2023/05/14/193100127/bangka-belitung-kebut-program-wisata-halal-berbasis-desa#:~:text=Editor&text=BANGKA%2C KOMPAS.com - Program,tempat ibadah atau restoran halal.&text=%22Jadi sebenarnya%2C wisata halal itu,Islam%2C seperti>
- Darsono, C., Uyun, M., & Isnaini, M. (2022). Halal Tourism Based Economy Development. *Jurnal Islam Nusantara*, 6(2), 72. <https://doi.org/10.33852/jurnalnu.v6i2.379>
- Destiana, R., & Kismartini, K. (2020). PENGEMBANGAN PARIWISATA HALAL DI PULAU PENYENGAT PROVINSI KEPULAUAN RIAU. *Dialogue : Jurnal Ilmu Administrasi Publik*, 2(1), 51–65. <https://doi.org/10.14710/dialogue.v2i1.8272>
- Devi, & Panji. (2024). *Upaya Mewujudkan Pantai Cemara Sebagai Destinasi wisata halal kabupaten Lampung timur melalui program Sertifikasi Halal*. Kementerian Agama RI Kabupaten Lampung Timur. <https://kemenaglampungtimur.id/berita/detail/775/upaya-mewujudkan->

pantai-cemara-sebagai-destinasi-wisata-halal-kabupaten-lampung-timur-melalui-program-sertifikasi-halal

- Diana, Beik, I. S., & Tsabita, K. (2017). Performance Analysis of Zakat Practices in East Lampung Regency using National Zakat Index ( NZI ). *PUSKAS Working Paper Series*, 10, 1–12.
- Dinas Pariwisata Provinsi Kalimantan Utara. (2020). *Kajian Wisata Halal*. <https://deepublishstore.com/produk/buku-kajian-wisata-halal/>
- Dr. Abdul Fattah Nasution, M. P. (2023). Metode Penelitian Kualitatif. In M. Dr. Hj. Meyniar Albina (Ed.), *CV. Harfa Creative* (1st ed.). [http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484\\_SISTEM\\_PEMBETUNGAN\\_TERPUSAT\\_STRATEGI\\_MELESTARI](http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI)
- Dr. Muhammad Tariq Khan, Dr. Tariq Iqbal Khan, & Mr. Sheraz Ahmed. (2020). Halal Products: Not Restricted to Food and its Marketing Opportunity in the Muslim World. *Research Journal of Social Sciences and Economics Review (RJSSER)*, 1(4), 101–112. [https://doi.org/10.36902/rjsser-vol1-iss4-2020\(101-112\)](https://doi.org/10.36902/rjsser-vol1-iss4-2020(101-112))
- Effendi, Y. (2025). *Pemprov Papua Pegunungan dorong pengembangan wisata berbasis adat*. Antara. <https://www.antaranews.com/berita/4682329/pemprov-papua-pegunungan-dorong-pengembangan-wisata-berbasis-adat>
- Elaziz, M. F., & Kurt, A. (2017). Religiosity, consumerism and halal tourism: A study of seaside tourism organizations in Turkey. *Tourism: An International Interdisciplinary Journal*, 65(1), 115–128.
- El-Gohary, H. (2016). Halal tourism, is it really Halal? *Tourism Management Perspectives*, 19, 124–130. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2015.12.013>
- Fahmi, S., Kasmin, K., & Wijayanti, A. (2023). Upaya Mempertahankan Place Branding Wisata Halal Pulau Lombok Sebagai Upaya Meningkatkan Kunjungan Wisatawan di Pulau Lombok. *Home Journal.*, 5(1), 1–11. <https://doi.org/10.61141/home.v5i1.357>
- Fajri, D. A. (2024). *Ma'ruf Amin Dorong Papua Barat Daya Kebut Pertumbuhan Ekonomi Syariah*. Tempo. <https://www.tempo.co/ekonomi/ma-ruf-amin-dorong-papua-barat-daya-kebut-pertumbuhan-ekonomi-syariah-51913>
- Fathan, F. B., Mustahal, M., & Basit, A. (2022). Halal Tourism as a Means of Empowering the People's Economy. *International Journal of Social Science and Religion (IJSSR)*, 21–42. <https://doi.org/10.53639/ijssr.v3i1.57>
- Fauzi, M. A., & Battour, M. (2024). Halal and Islamic tourism: science mapping of present and future trends. *Tourism Review*. <https://doi.org/10.1108/TR-08-2023-0533>

- Ferdiansyah, H. (2020). Pengembangan Pariwisata Halal Di Indonesia Melalui Konsep Smart Tourism. *Tornare*, 2(1), 30. <https://doi.org/10.24198/tornare.v2i1.25831>
- Fuadi, Soemitra, A., & Nawawi, Z. M. (2022). Studi Literatur Implementasi Sertifikasi Halal Produk UMKM. *Jurnal EMT KITA*, 6(1), 118–125. <https://doi.org/10.35870/emt.v6i1.541>
- Gani, R. B., & Suprayogi, N. (2023). Muslim Friendly Index Pusat Perbelanjaan di Surabaya. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, 6(2), 38–48.
- Haries, A., Hervina, & Hasan, M. R. (2023). Transformasi Pariwisata Halal di Kalimantan Timur: Studi Analisis Fatwa Pariwisata Syariah dan UU Jaminan Produk Halal. *Journal of Islamic Economic Law*, 1(2), 60–76.
- Hartawan, M. S., Maharani, M., Krisnanik, E., Saragih, H., & Rahman, A. A. (2022). Sustainability of Key Performance Indicators (KPI) Halal Eco-Tourism Information System. *2022 International Conference on Informatics, Multimedia, Cyber and Information System (ICIMCIS)*, 514–517. <https://doi.org/10.1109/ICIMCIS56303.2022.10017707>
- Hasanah, H., & Suprianik, S. (2022). The GREEN HALAL ECONOMY KOLABORASI SOLUTIF MENJAWAB TANTANGAN EKONOMI GLOBAL. *Wacana Equilibrium (Jurnal Pemikiran Penelitian Ekonomi)*, 10(02), 36–40. <https://doi.org/10.31102/equilibrium.10.02.36-40>
- Henderson, J. C. (2016). Halal food, certification and halal tourism: Insights from Malaysia and Singapore. *Tourism Management Perspectives*, 19, 160–164. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2015.12.006>
- Hidayat, Y., Machmud, A., Zuhuda, S., & Suartini, S. (2024). Legal aspects and government policy in increasing the role of MSMEs in the Halal ecosystem. *F1000Research*, 13, 722. <https://doi.org/10.12688/f1000research.148322.1>
- Hikmawati, F. (2020). *Metodologi penelitian*.
- Hilmiyah, U. L., Beik, I. S., & Tsabita, K. (2018). Measuring National Zakat Index (Nzi) on Zakat Performance in Bogor Regency. *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance*, 3, 235–252. <https://doi.org/10.21098/jimf.v3i0.912>
- Hosseini, E., Rahban, M., & Moosavi-Movahedi, A. A. (2021). *Halal Products and Healthy Lifestyle* (pp. 115–127). [https://doi.org/10.1007/978-3-030-74326-0\\_7](https://doi.org/10.1007/978-3-030-74326-0_7)
- Husni Pasarela, Andri Soemitra, & Zuhrinal M Nawawi. (2022). Halal Tourism Development Strategy in Indonesia. *Konfrontasi: Jurnal Kultural, Ekonomi Dan Perubahan Sosial*, 9(1), 14–26. <https://doi.org/10.33258/konfrontasi2.v9i1.188>
- Ikhtiangung, G. N., & Radyanto, M. R. (2020). New Model for Development of Tourism Based on Sustainable Development. *IOP Conference Series: Earth and Environmental Science*, 448(1), 012072. <https://doi.org/10.1088/1755-1315/448/1/012072>

- Indonesia, C. (2023). 7 *Destinasi Wisata Halal di Indonesia, dari Aceh hingga Lombok*. <https://www.cnnindonesia.com/gaya-hidup/20230119104801-275-902398/7-destinasi-wisata-halal-di-indonesia-dari-aceh-hingga-lombok>
- Ita Nurcholifah, Barkah, E. L. (2019). *Pengembangan Wisata Halal di Provinsi Kalimantan Barat : Peluang dan Tantangan Institut Agama Islam Negeri Pontianak , Indonesia Universitas Tanjungpura , Indonesia Erna Listiana*<sup>3</sup>. 194–203.
- Izzuddin, M., & Adinugraha, H. H. (2022). A literature review potential development of halal industry in Indonesia. *Likuid Jurnal Ekonomi Industri Halal*, 2(1).
- Jailani, N., & Adinugraha, H. H. (2022). The Effect of Halal Lifestyle on Economic Growth in Indonesia. *Journal of Economics Research and Social Sciences*, 6(1), 44–53. <https://doi.org/10.18196/jerss.v6i1.13617>
- Kaha, K. (2024). *Ketua DPRD NTT: Labuan Bajo belum saatnya terapkan wisata halal*. Antara NTT. <https://kupang.antaranews.com/berita/132756/ketua-dprd-ntt-labuan-bajo-belum-saatnya-terapkan-wisata-halal>
- Kalteng, K. K. (2024). *Percepat Sertifikasi Halal Destinasi Wisata Dengan Kick Off Pendampingan*. <https://kalteng.kemenag.go.id/kanwil/berita/523807/Percepat-Sertifikasi-Halal-Destinasi-Wisata-Dengan-Kick-Off-Pendampingan>
- Kanafi, R. I. S. (2023). *Lampung mulai kembangkan wisata halal*. Antara Lampung. <https://lampung.antaranews.com/berita/702711/lampung-mulai-kembangkan-wisata-halal>
- Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (KNEKS). (2020). Laporan Perkembangan Pariwisata Ramah Muslim Daerah. *Komite Nasional Ekonomi Dan Keuangan Syariah (KNEKS)*, 72 pages.
- Kurniawati, D. A., & Savitri, H. (2019). Awareness level analysis of Indonesian consumers toward halal products. *Journal of Islamic Marketing*, 11(2), 522–546. <https://doi.org/10.1108/JIMA-10-2017-0104>
- Kusumaningtyas, M., Puspitasari, F. D., & Putranto, J. H. (2022). Terobosan Baru Pariwisata Halal bagi Pengusaha. *Jurnal Pengembangan Wiraswasta*, 24(2), 95. <https://doi.org/10.33370/jpw.v24i2.706>
- Kusumastuti, A., & Khoiron, A. M. (2019). *Metode penelitian kualitatif*. Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo (LPSP).
- Kuswaraharja, D. (2021). *Wapres Minta Tempat Wisata Papua Sediakan Musala dan Makanan Halal*. Detiktravel. <https://travel.detik.com/domestic-destination/d-5623003/wapres-minta-tempat-wisata-papua-sediakan-musala-dan-makanan-halal>
- Laluddin, H., Sikandar, S., Haneef, S., Saad, N. M., & Khalid, H. (2019). the Scope, Opportunities and Challenges of Halal Industry: Some Reflections. *International Journal of Economics*, 27(2), 397–421.



- Lutfi, M. (2024). *Kesadaran Sertifikasi Halal Masih Minim, MES Kalteng Gencar Edukasi UMKM*. Masyarakat Ekonomi Syariah. <https://www.ekonomisyariah.org/blog/2024/12/edukasi-mes-kalteng/>
- Machmud, A., & Widuhung, S. D. (2024). The Future of the Global Halal Products and Services Ecosystem. *International Journal of Religion*, 5(10), 5257–5264. <https://doi.org/10.61707/dz6xht33>
- Maghfira, F., Fasa, M. I., & Suharto, S. (2022). Analisis Pengaruh Halal Tourism Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia: Strategi Dan Tantangan. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 15(1), 76–86. <https://doi.org/10.46306/jbbe.v15i1.118>
- Marasabessy, Z. A. (2025). *MEMBANGUN PARIWISATA SYARIAH DI MALUKU UTARA*. PikiranPost.Com. <https://pikiranpost.com/2025/01/26/membangun-pariwisata-syariah-di-maluku-utara/>
- Marnita, M. (2024). Directions for the Development of the Halal Ecosystem in Public Policy: A Study of Islamic Law and Legislation in Indonesia. *Al-Ishlah: Jurnal Ilmiah Hukum*, 27(2), 156–177. <https://doi.org/10.56087/ajjih.v27i2.477>
- Mastercard, & CrescentRating. (2019). *Global Muslim Travel Index 2019*. April, 01–63.
- Mastercard-CrescentRating. (2019). Indonesia Muslim Travel (IMTI) Index. *Indonesia Muslim Travel (IMTI) Index*, April, 1–48. <https://lifestyle.okezone.com/read/2019/04/08/406/2040696/kalahkan-aceh-lombok-jadi-destinasi-wisata-halal-nomor-satu-di-indonesia>
- Maulana, D. F., Makhrus, & Hasanah, H. (2022). The Urgency of MUI Halal Fatwa about Food, Beverage, Medicine and Cosmetic Products for the Consumer Protection. *Volksgeist: Jurnal Ilmu Hukum Dan Konstitusi*, 5(2), 199–214. <https://doi.org/10.24090/volksgeist.v5i2.6421>
- Maulana, N., & Zulfahmi. (2022). Potensi Pengembangan Industri Halal Indonesia di Tengah Persaingan Halal Global. *Jurnal Iqtisaduna*, 8(2), 136–150. <https://doi.org/10.24252/iqtisaduna.v8i2.32465>
- Mouwn Erland. (2020). Metodologi Penelitian Kualitatif. In Metodologi Penelitian Kualitatif. In *Rake Sarasin* (Issue March).
- Mujahidin, M. (2020). The Potential Of Halal Industry In Indonesia To Support Economic Growth. *Al-Kharaj: Journal of Islamic Economic and Business*, 2(1), 77–90. <https://doi.org/10.24256/kharaj.v2i1.1433>
- Musdja, M. Y., & Sc, M. (n.d.). *Dr. Muhammad Yanis Musdja, M.Sc.*
- Nasution, A. F. (2023). *Metode penelitian kualitatif*.
- Nasution, M. S., Prayitno, B., & Rois, I. (2021). PENGEMBANGAN WISATA HALAL UNTUK KESEJAHTERAAN MASYARAKAT DI KOTA MATARAM. *Istinbath*, 19(2). <https://doi.org/10.20414/ijhi.v19i2.272>

- Ningrum, L., & Dito Dwiseptian, A. (2019). HOW INDONESIAN TOURIST MOTIVATION CAN ENCOURAGE THE DESIRE HAVE BEEN TO BANGKOK, THAILAND. *Kepariwisata: Jurnal Ilmiah*, 13(02), 31–40. <https://doi.org/10.47256/kepariwisataan.v13i02.47>
- Ningsih, D. S., Astuti, R. S., & Priyadi, B. P. (2022). Prospects of Halal Tourism Development in West Aceh District. *Jurnal Public Policy*, 8(2), 96. <https://doi.org/10.35308/jpp.v8i2.4569>
- Nizar, M. N., Ririn Tri Ratnasari, R., & Indrianawati Usman. (2024). The Contribution of The Halal Tourism Sector to East Java's Economic Growth. *IQTISHODUNA: Jurnal Ekonomi Islam*, 13(1), 101–116. <https://doi.org/10.54471/iqtishoduna.v13i1.2314>
- Nofandi, A., Hasiholan Hutapea, R., & Farras Abyan Aziz. (2023). IMPLEMENTATION OF HALAL TOURISM IN EAST NUSA TENGGARA: A CHRISTIAN EDUCATION PERSPECTIVE. *Penamas*, 36(2), 303–319. <https://doi.org/10.31330/penamas.v36i2.700>
- NR, I. (2023). *Menggali Potensi Pariwisata Halal di Provinsi Banten*. Media Banten. <https://mediabanten.com/menggali-potensi-pariwisata-halal-di-provinsi-banten/#:~:text=Provinsi Banten juga memiliki keindahan alam yang,Pantai Anyer yang terkenal dengan pasir putihnya>
- Nurlaili, N. (2023). What are the challenges of the Indonesian halāl industry in the 5.0 era? *Tirtayasa Ekonomika*, 18(1), 23. <https://doi.org/10.35448/jte.v18i1.19399>
- Nurlisa Ginting, Recrisa Lathersia, Riris Adriaty Putri, Munazirah, Putri Ayu Dirgantara Yazib, & Annisa Salsabilla. (2020). Kajian Teoritis: Pariwisata Berkelanjutan berdasarkan Distinctiveness. *Talenta Conference Series: Energy and Engineering (EE)*, 3(1). <https://doi.org/10.32734/ee.v3i1.870>
- Nurul Izza, N., Slamet Rusydiana, A., & Avedta, S. (2021). A Qualitative Review on Halal Tourism. *Halal Tourism and Pilgrimage*, 1(1). <https://doi.org/10.58968/htp.v1i1.87>
- Papua, P. (2025). *Pemprov Papua Pegunungan dan Pemprov Papua Berkolaborasi Tingkatkan Sektor Pariwisata*. Potretpapua.Com. <https://potretpapua.com/pemprov-papua-pegunungan-dan-pemprov-papua-berkolaborasi-tingkatkan-sektor-pariwisata/>
- Peristiwo, H. (2020). INDONESIAN FOOD INDUSTRY ON HALAL SUPPLY CHAINS. *Food ScienTech Journal*, 1(2), 69. <https://doi.org/10.33512/fsj.v1i2.6475>
- Perspectivesnews.com. (2024). *Kadispar Bali Tanggapi Isu Pariwisata Halal, 'Bali Miliki Karakter Pariwisata Budaya Sendiri.'* <https://www.perspectivesnews.com/2024/11/kadispar-bali-tanggapi-isu-pariwisata.html#:~:text=menjanjikan ke depannya,-,Konsep Wisata Halal,MUI di setiap fasilitas wisata>

- Pranandari, R. putri, Amaliah, A., & Prihatiningtyas, D. (2023). Perkembangan Pariwisata Halal Di Indonesia. *Muamalah*, 9(1), 1–14. <https://doi.org/10.19109/muamalah.v9i1.17988>
- Priantina, A., & Mohd Sopian, S. (2023). Sertifikasi Halal di Indonesia. *Tasyri' : Journal of Islamic Law*, 2(1), 95–118. <https://doi.org/10.53038/tsyr.v2i1.48>
- PURNOMO, A., IDRIS, I., & KURNIAWAN, B. (2020). UNDERSTANDING LOCAL COMMUNITY IN MANAGING SUSTAINABLE TOURISM AT BALURAN NATIONAL PARK – INDONESIA. *GeoJournal of Tourism and Geosites*, 29(2), 508–520. <https://doi.org/10.30892/gtg.29210-485>
- PUSKAS BAZNAS. (2016). *INDEKS ZAKAT NASIONAL*.
- Puspaningtyas, L. (2023a). *Raja Ampat, Potensi Wisata Halal yang Dicari Dunia*. Republika. <https://sharia.republika.co.id/berita/s43gjc502/raja-ampat-potensi-wisata-halal-yang-dicari-dunia-part2>
- Puspaningtyas, L. (2023b). *Wisata Halal Sumsel Tawarkan Sapta Pesona, Apa Itu?* Republika. <https://sharia.republika.co.id/berita/s3f0kz502/wisata-halal-sumsel-tawarkan-sapta-pesona-apa-itu>
- R, W. Wahidah., Siradjuddin, & Andi Sulfati. (2024). Governance and Development of Halal Industrial Infrastructure: Supporting the Pillars of Economic Sustainability. *Formosa Journal of Multidisciplinary Research*, 3(7), 2619–2628. <https://doi.org/10.55927/fjmr.v3i7.10298>
- Rachman, A., & Hasan, M. R. (2024). PROSPEK PARIWISATA HALAL DI IBU KOTA NUSANTARA: PERSPEKTIF MAQASID SYARIAH. *Journal of Innovation Research and Knowledge*, 4(4), 2419–2438.
- Rahman, M. K., Zailani, S., & Musa, G. (2017). What travel motivational factors influence Muslim tourists towards MMITD? *Journal of Islamic Marketing*, 8(1), 48–73. <https://doi.org/10.1108/JIMA-05-2015-0030>
- Rahmawati, R., Mahyarni, M., & Zulhadi, T. (2023). Pengaruh Label Halal Dan Penggunaan Digital Marketing Terhadap Pengembangan Pariwisata Halal Di Kabupaten Siak. *Money: Journal of Financial and Islamic Banking*, 1(2), 72–80. <https://doi.org/10.31004/money.v1i2.15053>
- Rahmi, M. (2021). Maqasid Syariah Sertifikasi Halal. *Bening Media Publishing*, 1–174. [https://www.google.co.id/books/edition/Maqasid\\_Syariah\\_Sertifikasi\\_Halal/ezqoEAAAQBAJ?hl=en&gbpv=0](https://www.google.co.id/books/edition/Maqasid_Syariah_Sertifikasi_Halal/ezqoEAAAQBAJ?hl=en&gbpv=0)
- Rasul, T. (2019). The trends, opportunities and challenges of halal tourism: a systematic literature review. *Tourism Recreation Research*, 44(4), 434–450. <https://doi.org/10.1080/02508281.2019.1599532>
- RATNASARI, S. L., SUSANTI, E. N., ISMANTO, W., TANJUNG, R., DARMA, D. C., & SUTJAHJO, G. (2020). An Experience of Tourism Development: How is the Strategy? *Journal of Environmental Management and Tourism*, 11(7), 1877. [https://doi.org/10.14505/jemt.v11.7\(47\).26](https://doi.org/10.14505/jemt.v11.7(47).26)

- Redaksi. (2024a). *Ekosistem Industri Halal di Sulawesi Tenggara Diperkuat*. <https://sulawesi.bisnis.com/read/20240708/539/1780414/ekosistem-industri-halal-di-sulawesi-tenggara-diperkuat>
- Redaksi. (2024b). *Kemenag Sultra Dorong Sertifikasi Halal di Kawasan Wisata Pantai Tamborasi Kolaka*. Detik Sultra. <https://detiksultra.com/berita-daerah-sulawesi-tenggara/kolaka/kemenag-sultra-dorong-sertifikasi-halal-di-kawasan-wisata-pantai-tamborasi-kolaka/>
- Rezkisari, I. (2023). *Potensi Wisata Ramah Muslim di Bangka Belitung*. Republika. <https://ameera.republika.co.id/berita/s5qpp7328/potensi-wisata-ramah-muslim-di-bangka-belitung>
- RH, A. (2024). *Gubernur Kalsel Dukung Expo Haji, Umrah, dan Wisata Halal*. Media Center Kalimantan Selatan. <https://diskominfomc.kalselprov.go.id/2024/07/12/gubernur-kalsel-dukung-expo-haji-umrah-dan-wisata-halal/>
- Rizki, D., Jadidah, W. N., Al Afif, R. A., Akhtiar, M. N., & Athief, F. H. N. (2024). Development of Indonesian Halal Logistic: A Swot Approach. *Journal of Digital Marketing and Halal Industry*, 6(1), 17–44. <https://doi.org/10.21580/jdmhi.2024.6.1.22678>
- Safuan, A. (2023). *Jawa Tengah Gencarkan Wisata Halal untuk Dongkrak Jumlah Pelancong*. Media Indonesia. <https://mediaindonesia.com/nusantara/602257/jawa-tengah-gencarkan-wisata-halal-untuk-dongkrak-jumlah-pelancong>
- Sahir, S. H. (2022). *Metododologi Penelitian* (M. S. Dr. Ir. Try Koryati, Ed.; 1st ed.).
- Samori, Z., Md Salleh, N. Z., & Khalid, M. M. (2016). Current trends on Halal tourism: Cases on selected Asian countries. *Tourism Management Perspectives*, 19, 131–136. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2015.12.011>
- Samsuduha, S. (2020). Wisata Halal Sebagai Implementasi Konsep Ekonomi Syariah. *Al-Tafaqquh: Journal of Islamic Law*, 1(1), 20–30.
- Saudila, A. (2024). *Optimalkan Pariwisata di Papua Tengah, Ini yang Telah Dikerjakan*. Dinporaparekaf. Rri.Co.Id. <https://www.rri.co.id/wisata/1221799/optimalkan-pariwisata-di-papua-tengah-ini-yang-telah-dikerjakan-dinporaparekaf>
- Selatan, P. P. P. (2024). *Pengembangan Desa Wisata di Papua Selatan sebuah Keniscayaan*. <https://www.papuaselatan.go.id/berita/pengembangan-desawisata-di-papua-selatan-sebuah-keniscayaan>
- Septiana, K. N., & Mohamad, N. A. B. (2018). The Perception of Muslim Travellers of The Supporting Facilities of Halal Tourism in Kota Kuala Lumpur Malaysia. *Sumatra Journal of Disaster, Geography and Geography Education*, 2(2), 80–85. <https://doi.org/10.24036/sjdgge.v2i2.148>
- Shirin Asa, R. (2019). AN OVERVIEW OF THE DEVELOPMENTS OF HALAL CERTIFICATION LAWS IN MALAYSIA, SINGAPORE, BRUNEI AND

- INDONESIA. *Jurnal Syariah*, 27(1), 173–200.  
<https://doi.org/10.22452/js.vol27no1.7>
- Sholeh, M., & Mursidi, A. (2023). Implementation Culture Certified of Halal Food in Indonesia 2023. *El -Hekam*, 8(1), 138.  
<https://doi.org/10.31958/jeh.v8i1.9525>
- Siregar, S. H., Lubis, F. A., & Jannah, N. (2023). Development Strategy of Halal Tourism Objects in Medan City. *EKOMBIS REVIEW: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Bisnis*, 12(1). <https://doi.org/10.37676/ekombis.v12i1.5071>
- Subarkah, A. R. (2018). Potensi dan Prospek Wisata Halal Dalam Meningkatkan Ekonomi Daerah (Studi Kasus: Nusa Tenggara Barat). *Jurnal Sosial Politik*, 4(2), 49. <https://doi.org/10.22219/sospol.v4i2.5979>
- Subarkah, A. R., Junita Budi Rachman, & Akim. (2020). Destination Branding Indonesia Sebagai Destinasi Wisata Halal. *Jurnal Kepariwisata: Destinasi, Hospitalitas Dan Perjalanan*, 4(2), 84–97.  
<https://doi.org/10.34013/jk.v4i2.53>
- Sugiharto, S., Lubis, D., Pinem, M., Arent, E., & Fadhirah, C. (2021). Halal Tourism Management And Development Strategy Based on Qanun Number 8 The Year 2013. *Proceedings of the 3rd International Conference on Innovation in Education, Science and Culture, ICIESC 2021, 31 August 2021, Medan, North Sumatera Province, Indonesia*.
- Sugiyono. (2023). Metode Penelitian Kualitatif (Untuk penelitian yang bersifat: eksploratif, enterpretif, interaktif dan konstruktif). *Metode Penelitian Kualitatif*, 1–274. <http://belajarsikologi.com/metode-penelitian-kualitatif/>
- Sugiyono, D. (2010). Metode penelitian kuantitatif kualitatif dan R&D. In *Penerbit Alfabeta*.
- Suhartanto, D., Brien, A., Primiana, I., Wibisono, N., & Triyuni, N. N. (2020). Tourist loyalty in creative tourism: the role of experience quality, value, satisfaction, and motivation. *Current Issues in Tourism*, 23(7), 867–879.  
<https://doi.org/10.1080/13683500.2019.1568400>
- Sulistiawati, N., Said, M., & Aisyah, M. (2024). Halal In The Contemporary Economic And Business Ecosystem. *Cakrawala Repositori IMWI*, 6(6), 2809–2816. <https://doi.org/10.52851/cakrawala.v6i6.604>
- Sulong, Z., Chowdhury, M. A. F., Abdullah, M., & Hall, C. M. (2024). Constructing sustainable halal tourism composite performance index for the global halal tourism industry. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 29(7), 852–868. <https://doi.org/10.1080/10941665.2024.2350413>
- Suparmin, S., & Yusrizal. (2018). Strategi Pengembangan Pariwisata Halal Di Propinsi Sumatera Utara. *Tansiq*, 1(2), 191–222.
- Suta, W. P., Abdi, N., & Astawa, I. P. M. (2021). *Sustainable Tourism Development in Importance and Performance Perspective*:  
<https://doi.org/10.2991/assehr.k.210424.066>

- Sutiarso, M. A. (2017). Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan melalui Ekowisata. *Bali: Lembaga Pengembangan Pariwisata Dan Budaya*.
- Syahputri, A. Z., Della Fallenia, F., & Syafitri, R. (2023). Kerangka berfikir penelitian kuantitatif. *Tarbiyah: Jurnal Ilmu Pendidikan Dan Pengajaran*, 2(1), 160–166.
- Syarif, F., & Adnan, N. (2019). Pertumbuhan dan Keberlanjutan Konsep Halal Economy di Era Moderasi Beragama. *Jurnal Bimas Islam*, 12(1), 93–122. <https://doi.org/10.37302/jbi.v12i1.97>
- Tamrin, I., Tahir, R., Suryadana, M. L., & Sahabudin, A. (2021). Dari sejarah menuju pengembangan pariwisata berkelanjutan: studi kasus kampung wisata pancar. *Journal Master Pariwisata (JUMPA)*, 8, 152.
- Tangian, D., & Wowiling, R. A. J. (2020). Modul Pengantar Pariwisata. *Modul*, 1–49.
- Taufik, Z., Siregar, J., Marwah, S., & Astuti, W. (2022). The Role of Human Development Index To Halal Tourism Performance and Sustainability Strategies: Case Study Organization Islamic Cooperation (OIC). *Al-Bay': Journal of Sharia Economic and Business*, 1(2), 168–178.
- Tigauw, N. L. (2018). *Sulut miliki potensi kembangkan wisata halal*. Antara Sulut. <https://manado.antaranews.com/berita/42712/sulut-miliki-potensi-kembangkan-wisata-halal>
- Triansyah, F. A. (2023). FOCUS STUDY ON HALAL TOURISM PROMOTION. *JASIE*, 2(1). <https://doi.org/10.31942/jse.v2i1.8409>
- Trishananto, Y., Mas'ud, F., Setiawan, & Fauziah, U. N. (2024). Formulating policies for halal tourism in Indonesia based on Islamic law. *Ijtihad: Jurnal Wacana Hukum Islam Dan Kemanusiaan*, 24(1), 47–70. <https://doi.org/10.18326/ijtihad.v24i1.47-70>
- UNWTO. (2020). *Organisasi Pariwisata Dunia Perserikatan Bangsa-Bangsa - Pariwisata – fenomena ekonomi dan sosial*. <https://www.unwto.org/why-tourism>
- Van der Walddt, G. (2024). Constructing theoretical frameworks in social science research. *The Journal for Transdisciplinary Research in Southern Africa*, 20(1). <https://doi.org/10.4102/td.v20i1.1468>
- Wahyuni, L. M., Sudana, I. M., Putrayasa, I. M. A., & Suta, I. W. P. (2020). Development of a Sustainable Tourism Model: A Balinese Perspective. *Academy of Social Science Journal*, 5(11).
- Wahyuni, S., & Nuraeni, Y. (2024). Peran Komunikasi Pariwisata Pada Kegiatan Penghargaan Top Muslim Friendly Destination 2023. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 7(1), 38–49. <https://doi.org/10.32509/pustakom.v7i1.3283>
- Wardaningsih, A. D. (2020). Peluang dan Tantangan Jurnalisme Perjalanan dalam Mengkomunikasikan Pariwisata. *Commed Jurnal Komunikasi Dan Media*, 5(1), 63–82.

- Weaver, D. B. (2023). Tourisation Theory and the Pandiscipline of Tourism. *Journal of Travel Research*, 62(1), 259–265. <https://doi.org/10.1177/00472875221095217>
- Wibowo, M. G. (2020). Indeks Pariwisata Halal (Implementasi Fatwa DSN MUI Tentang Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata berdasarkan Prinsip Syariah di Kota Bukittinggi). *JESI (Jurnal Ekonomi Syariah Indonesia)*, 10(2), 84. [https://doi.org/10.21927/jesi.2020.10\(2\).84-95](https://doi.org/10.21927/jesi.2020.10(2).84-95)
- Yanlua, S. Z., Kumkelo, S., & Setiaji, A. B. (2023). PENGEMBANGAN PARIWISATA HALAL SEBAGAI UPAYA PELESTARIAN SITUS BUDAYA DI NEGERI KAITETU MALUKU TENGAH. *Lingue : Jurnal Bahasa, Budaya, Dan Sastra*, 5(1), 77–78. <https://doi.org/10.33477/lingue.v5i1.5732>

## Lampiran 1. Hasil *Expert Judgement*

### LEMBAR EXPERT JUDGEMENT

#### "Weight Score of Index Halal City Component"

Nama Expert : Eka Wahyu HB

Jabatan : Dosen

Dimensi	Variabel	Indikator	Bobot Indikator = 1
<i>Access (X1)</i>	<i>Air Access (X11)</i>	Jumlah Rute Penerbangan Internasional (X111)	0,5
		Jumlah Rute Penerbangan Domestik (X112)	0,2
		Jumlah Maskapai (X113)	0,3
	<i>Rail Access (X12)</i>	Ketersediaan Rute Kereta Api (X121)	0,4
	<i>Sea Access (X13)</i>	Ketersediaan Rute Perjalanan Laut (pelabuhan) (X131)	0,3
	<i>Road Infrastructure (X14)</i>	Ketersediaan Infrastruktur Jalan (X141)	0,8
<i>Communication (X2)</i>	<i>Muslim Visitor Guide (X21)</i>	Ketersediaan Panduan bagi Wisatawan Muslim (X211)	1
	<i>Stakeholder Education (X22)</i>	Penyelenggaraan Workshop atau Pelatihan dan Seminar mengenai Pariwisata Ramah Muslim pada Stakeholder (X221)	0,7
	<i>Market Outreach (X23)</i>	Event Pariwisata Ramah Muslim (X231)	0,4
		Brosur/Media Pemasaran Lainnya (X232)	0,6
	<i>Tour Guide (X24)</i>	Kemampuan Bahasa dari Tour Guide (Bahasa Indonesia & Arab) (X241)	0,9
	<i>Digital Marketing (X25)</i>	Keberadaan Digital Marketing (X251)	0,8
<i>Environment (X3)</i>	<i>Domestic Tourist Arrivals (X31)</i>	Jumlah Wisatawan Nusantara (X311)	0,8



	<i>International Tourist Arrivals (X32)</i>	Jumlah Wisatawan Mancanegara (X321)	0,8
	<i>Wi-Fi Coverage at Airports (X33)</i>	Ketersediaan Akses internet / Wi-Fi (X331)	0,8
	<i>Commitment to Muslim-friendly Tourism (X34)</i>	Komitmen dalam menjalankan dan mengembangkan pariwisata Ramah Muslim (X341)	1
<b>Services (X4)</b>	<i>Halal Restaurant (X41)</i>	Ketersediaan Restoran Halal (X411)	1
	<i>Mosque (X42)</i>	Ketersediaan Tempat Ibadah (X421)	1
	<i>Airport (X43)</i>	Ketersediaan Bandara (X431)	0,7
	<i>Hotels (X44)</i>	Ketersediaan Hotel Syariah dan/atau Hotel yang tidak menghadirkan Alkohol/Ketersediaan Dry Hotel (X441)	0,7
		Ketersediaan Hotel dengan Restoran/Dapur (X442)	0,2
		Ketersediaan Hotel Bersertifikasi halal (X443)	0,7
	<i>Attraction (X45)</i>	Ketersediaan <i>Islamic Herige Site / Islam-Related Attraction &amp; Cultural &amp; Local Attraction</i> (X451)	0,8

**LEMBAR EXPERT JUDGEMENT**

**"Weight Score of Index Halal City Component"**

Nama Expert : *Bunhur K W*

Jabatan : *Pose*

Dimensi	Variabel	Indikator	Bobot Indikator = 1
<i>Access (X1)</i>	<i>Air Access (X11)</i>	Jumlah Rute Penerbangan Internasional (X111)	<i>0,5</i>
		Jumlah Rute Penerbangan Domestik (X112)	<i>0,3</i>
		Jumlah Maskapai (X113)	<i>0,2</i>
	<i>Rail Access (X12)</i>	Ketersediaan Rute Kereta Api (X121)	<i>0,7</i>
	<i>Sea Access (X13)</i>	Ketersediaan Rute Perjalanan Laut (pelabuhan) (X131)	<i>0,1</i>
	<i>Road Infrastructure (X14)</i>	Ketersediaan Infrastruktur Jalan (X141)	<i>0,5</i>
<i>Communication (X2)</i>	<i>Muslim Visitor Guide (X21)</i>	Ketersediaan Panduan bagi Wisatawan Muslim (X211)	<i>0,7</i>
	<i>Stakeholder Education (X22)</i>	Penyelenggaraan Workshop atau Pelatihan dan Seminar mengenai Pariwisata Ramah Muslim pada Stakeholder (X221)	<i>0,8</i>
	<i>Market Outreach (X23)</i>	Event Pariwisata Ramah Muslim (X231)	<i>0,7</i>
		Brosur/Media Pemasaran Lainnya (X232)	<i>0,3</i>
	<i>Tour Guide (X24)</i>	Kemampuan Bahasa dari Tour Guide (Bahasa Indonesia & Arab) (X241)	<i>0,9</i>
	<i>Digital Marketing (X25)</i>	Keberadaan Digital Marketing (X251)	<i>0,9</i>
<i>Environment (X3)</i>	<i>Domestic Tourist Arrivals (X31)</i>	Jumlah Wisatawan Nusantara (X311)	<i>0,9</i>

	<i>International Tourist Arrivals (X32)</i>	Jumlah Wisatawan Mancanegara (X321)	0,9
	<i>Wi-Fi Coverage at Airports (X33)</i>	Ketersediaan Akses internet / Wi-Fi (X331)	0,9
	<i>Commitment to Muslim-friendly Tourism (X34)</i>	Komitmen dalam menjalankan dan mengembangkan pariwisata Ramah Muslim (X341)	0,9
<b>Services (X4)</b>	<i>Halal Restaurant (X41)</i>	Ketersediaan Restoran Halal (X411)	1
	<i>Mosque (X42)</i>	Ketersediaan Tempat Ibadah (X421)	1
	<i>Airport (X43)</i>	Ketersediaan Bandara (X431)	0,6
	<i>Hotels (X44)</i>	Ketersediaan Hotel Syariah dan/atau Hotel yang tidak menghadirkan Alkohol/Ketersediaan Dry Hotel (X441)	0,9
		Ketersediaan Hotel dengan Restoran/Dapur (X442)	0,1
		Ketersediaan Hotel Bersertifikasi halal (X443)	0,4
	<i>Attraction (X45)</i>	Ketersediaan <i>Islamic Heritage Site / Islam-Related Attraction &amp; Cultural &amp; Local Attraction</i> (X451)	0,7

**LEMBAR EXPERT JUDGEMENT**

*"Weight Score of Index Halal City Component"*

Nama Expert : *Kurniawati Meylianingrum*

Jabatan : *Dosen*

<b>Dimensi</b>	<b>Variabel</b>	<b>Indikator</b>	<b>Bobot Indikator = 1</b>
<i>Access (X1)</i>	<i>Air Access (X11)</i>	Jumlah Rute Penerbangan Internasional (X111)	<i>0,2</i>
		Jumlah Rute Penerbangan Domestik (X112)	<i>0,5</i>
		Jumlah Maskapai (X113)	<i>0,3</i>
	<i>Rail Access (X12)</i>	Ketersediaan Rute Kereta Api (X121)	<i>0,3</i>
	<i>Sea Access (X13)</i>	Ketersediaan Rute Perjalanan Laut (pelabuhan) (X131)	<i>0,5</i>
	<i>Road Infrastructure (X14)</i>	Ketersediaan Infrastruktur Jalan (X141)	<i>0,7</i>
<i>Communication (X2)</i>	<i>Muslim Visitor Guide (X21)</i>	Ketersediaan Panduan bagi Wisatawan Muslim (X211)	<i>0,2</i>
	<i>Stakeholder Education (X22)</i>	Penyelenggaraan Workshop atau Pelatihan dan Seminar mengenai Pariwisata Ramah Muslim pada Stakeholder (X221)	<i>0,1</i>
	<i>Market Outreach (X23)</i>	Event Pariwisata Ramah Muslim (X231)	<i>0,7</i>
		Brosur/Media Pemasaran Lainnya (X232)	<i>0,6</i>
	<i>Tour Guide (X24)</i>	Kemampuan Bahasa dari Tour Guide (Bahasa Indonesia & Arab) (X241)	<i>0,7</i>
	<i>Digital Marketing (X25)</i>	Keberadaan Digital Marketing (X251)	<i>0,5</i>
<i>Environment (X3)</i>	<i>Domestic Tourist Arrivals (X31)</i>	Jumlah Wisatawan Nusantara (X311)	<i>1</i>

	<i>International Tourist Arrivals (X32)</i>	Jumlah Wisatawan Mancanegara (X321)	0,5
	<i>Wi-Fi Coverage at Airports (X33)</i>	Ketersediaan Akses internet / Wi-Fi (X331)	0,2
	<i>Commitment to Muslim-friendly Tourism (X34)</i>	Komitmen dalam menjalankan dan mengembangkan pariwisata Ramah Muslim (X341)	0,5
<b>Services (X4)</b>	<i>Halal Restaurant (X41)</i>	Ketersediaan Restoran Halal (X411)	0,9
	<i>Mosque (X42)</i>	Ketersediaan Tempat Ibadah (X421)	0,7
	<i>Airport (X43)</i>	Ketersediaan Bandara (X431)	0,5
	<i>Hotels (X44)</i>	Ketersediaan Hotel Syariah dan/atau Hotel yang tidak menghadirkan Alkohol/Ketersediaan Dry Hotel (X441)	<del>0,2</del> 0,2
		Ketersediaan Hotel dengan Restoran/Dapur (X442)	0,7
		Ketersediaan Hotel Bersertifikasi halal (X443)	0,1
	<i>Attraction (X45)</i>	Ketersediaan <i>Islamic Heritage Site / Islam-Related Attraction &amp; Cultural &amp; Local Attraction</i> (X451)	0,2

## Lampiran 2. Dokumentasi *Expert Judgement*



### Lampiran 3. Bukti Konsultasi



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG  
FAKULTAS EKONOMI  
Gajayana 50 Malang Telepon (0341) 558881 Faksimile (0341) 558881

#### JURNAL BIMBINGAN SKRIPSI

##### IDENTITAS MAHASISWA:

NIM : 210503110077  
Nama : Diaz Ayu Rengganis  
Fakultas : Ekonomi  
Program Studi : Perbankan Syariah  
Dosen Pembimbing : Ahmad Tibrizi Soni Wicaksono, M.E  
Judul Skripsi : MENGUKUR *HALAL CITY INDEX* DI INDONESIA

##### JURNAL BIMBINGAN:

No	Tanggal	Deskripsi	Tahun Akademik	Status
1	17 September 2024	Persamaan persepsi membahas outline dan judul skripsi	Ganjil 2024/2025	Sudah Dikoreksi
2	6 November 2024	Bimbingan terkait judul (variabel), ketersediaan data penelitian, dan koreksi Bab I	Ganjil 2024/2025	Sudah Dikoreksi
3	16 November 2024	Bimbingan Bab 1 dan konsultasi terkait metode dan teori yang digunakan dalam penelitian	Ganjil 2024/2025	Sudah Dikoreksi
4	29 November 2024	Bimbingan Bab 3	Ganjil 2024/2025	Sudah Dikoreksi
5	2 Desember 2024	Coaching dan koreksi bab 3 serta konsultasi terkait metode <i>multistage weighted index</i> dan <i>expert judgement</i>	Ganjil 2024/2025	Sudah Dikoreksi
6	7 Desember 2024	Bimbingan dan koreksi lembar <i>expert judgement</i> untuk pengumpulan data pada bab 3	Ganjil 2024/2025	Sudah Dikoreksi
7	7 Desember 2024	Konsultasi lembar <i>expert judgement</i> untuk pengumpulan data di bab 3	Ganjil 2024/2025	Sudah Dikoreksi

8	10 Desember 2024	Bimbingan bab 3 Penentuan expert proposal pendahuluan: fenomena dan keterbaruan	Ganjil 2024/2025	Sudah Dikoreksi
9	23 Desember 2024	Bimbingan proposal lengkap	Ganjil 2024/2025	Sudah Dikoreksi
10	3 Januari 2025	Revisi final proposal skripsi	Genap 2024/2025	Sudah Dikoreksi
11	3 Februari 2025	Bimbingan Bab 4 Hasil Olah Data	Genap 2024/2025	Sudah Dikoreksi
12	7 Februari 2025	Bimbingan Bab 4-5	Genap 2024/2025	Sudah Dikoreksi
13	10 Februari 2025	Semhas dan acc Sidang	Genap 2024/2025	Sudah Dikoreksi

Malang, 10 Februari 2025

Dosen Pembimbing



**Ahmad Tibrizi Soni Wicaksono, M.E**



## Lampiran 4. Surat Keterangan Bebas Plagiarisme



**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG  
FAKULTAS EKONOMI**

Gajayana 50 Malang Telepon (0341) 558881 Faksimile (0341) 558881

### SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIARISME

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Kartika Ratnasari, M.Pd  
NIP : 198304022023212026  
Jabatan : **UP2M**

Menerangkan bahwa mahasiswa berikut :

Nama : Diaz Ayu Rengganis  
NIM : 210503110077  
Konsentrasi : Keuangan  
Judul Skripsi : **MENGUKUR *HALAL CITY INDEX* DI INDONESIA**

Menerangkan bahwa penulis skripsi mahasiswa tersebut dinyatakan **LOLOS PLAGIARISM** dari **TURNITIN** dengan nilai *Originaly report*:

<b>SIMILARTY INDEX</b>	<b>INTERNET SOURCES</b>	<b>PUBLICATION</b>	<b>STUDENT PAPER</b>
<b>23%</b>	<b>22%</b>	<b>7%</b>	<b>7%</b>

Demikian surat pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan di berikan kepada yang bersangkutan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Malang, 19 Februari 2025

UP2M



Kartika Ratnasari, M.Pd

## Lampiran 5. Hasil Pengecekan Turnitin

SKRIPSI DIAZ AR FULL

ORIGINALITY REPORT

23%	22%	7%	7%
SIMILARITY INDEX	INTERNET SOURCES	PUBLICATIONS	STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	knks.go.id Internet Source	7%
2	etheses.uin-malang.ac.id Internet Source	1%
3	repository.stp-bandung.ac.id Internet Source	1%
4	text-id.123dok.com Internet Source	1%
5	www.scribd.com Internet Source	1%
	repository.uinsi.ac.id	1%

Windows taskbar: Type here to search, 10:15 PM, 19-Feb-25

## Lampiran 6. Biodata Peneliti

### BIODATA PENELITI



Nama Lengkap : Diaz Ayu Rengganis  
Tempat, Tanggal Lahir : Pacitan, 09 Oktober 2003  
Alamat Asal : Jl. Sidorejo-Gedangan, RT 02/RW 05, Dusun Siki, Desa Penggung, Kec. Nawangan, Pacitan, Jawa Timur  
Alamat Kos : Jl. Candi VI No. 207C, Karangbesuki, Sukun, Kota Malang  
Telepon/HP : 081216455536  
E-mail : 210503110077@student.uin-malang.ac.id  
Instagram : @ayudiaz\_\_

#### **Pendidikan Formal**

2008-2009 : TK Penggung Sari  
2009-2015 : SD Negeri Penggung III  
2015-2018 : SMP Negeri 1 Nawangan  
2018-2021 : SMA Negeri 1 Nawangan  
2022-2025 : Jurusan Perbankan Syariah Fakultas Ekonomi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang

#### **Pendidikan Non Formal**

2021-2022 : Program Khusus Perkuliahan Bahasa Arab UIN Maliki Malang  
2022 : English Language Center (ELC) UIN Maliki Malang

#### **Pengalaman Organisasi**

Anggota UKM Pramuka UIN Malang tahun 2021-2023

Koordinator Divisi Publikasi dan Dokumentasi Asisten Laboratorium Minibank UIN Malang tahun 2023

Koordinator Divisi Lingkungan Hidup GenBI Komisariat UIN Malang tahun 2024

**Aktivitas dan Pelatihan**

Peserta Pelatihan *Business Plan* dalam Islamic Banking Fair tahun 2021

Peserta Pelatihan *Beauty Class* dalam Islamic Banking Fair tahun 2021

Peserta Pelatihan *Corel Draw* tahun 2022

Peserta Webinar Nasional “Sinergi Ekosistem Keuangan Digital Menuju Jakarta Kota Global” tahun 2023

Peserta Workshop Digital Personal Branding via LinkedIn at Sandination Gathering & Networking tahun 2023

Peserta Webinar Goes to Campus UIN Maulana Malik Ibrahim Malang oleh AFSI tahun 2024

Peserta Pelatihan Software Statistik Smart PLS tahun 2024

Peserta Pelatihan dan Sertifikasi BNSP “Digital Marketing” tahun 2024

Master of Ceremony Seminar Kesehatan Mental dalam GenBI Medical Check Up 2024

Malang, 17 Februari 2025

Diaz Ayu Rengganis