



Perkembangan Industri Wisata Halal di Indonesia dan Dunia

Muhammad Fadhlán^{1,*} dan Ganjar Eka Subakti²

¹Faculty of Economics and Business Education, Indonesia University of Education Jl. Dr. Setiabudi No.229, Isola, Kec. Sukasari, Kota Bandung, Jawa Barat 40154

²Fakultas Pendidikan Ilmu Pengetahuan Sosial, Universitas Pendidikan Indonesia (UPI)

^{*}Corresponding Address Email: mfadhlán@upi.edu

Abstrak

Penulisan karya tulis ini bertujuan untuk menjelaskan bagaimana perkembangan industri wisata halal di Indonesia maupun di dunia. Wisata halal merupakan pembeda dengan wisata pada umumnya karena didasarkan pada hukum Islam yaitu Al-Qur'an dan Al-Hadist. Pengembangan wisata halal menjadi alternatif bagi industri wisata di Indonesia. Metode analisis yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode studi literatur seperti buku dan beberapa jurnal ilmiah yang sudah ada. Hasil penelitian menunjukkan bahwa saat ini perkembangan wisata halal Indonesia dan dunia sudah berkembang dan akan menjadi kompetitor di bidang wisata. Indonesia sendiri memiliki potensi wisata yang sangat besar begitu pun di dunia seperti Malaysia, Jepang, Korea dan Turki yang saat ini tengah mengembangkan industri wisata halal.

Kata kunci: Wisata Halal, Industri, Dunia

Abstract

THE DEVELOPMENT OF THE HALAL TOURISM INDUSTRY IN INDONESIA AND THE WORLD. Writing this paper aims to explain how the development of the halal tourism industry in Indonesia and the world. Halal tourism is a differentiator from tourism in general because it is based on Islamic law, namely the Qur'an and Al-Hadith. The development of halal tourism is an alternative to the tourism industry in Indonesia. The analytical method used in this study uses literature study methods such as books and several existing scientific journals. The results show that currently the development of halal tourism in Indonesia and the world has developed and will become competitors in the tourism sector. Indonesia itself has enormous tourism potential as well as in the world such as Malaysia, Japan, Korea, and Turkey which are currently developing the halal tourism industry.

Keywords: Halal Tourism, Industry, World

PENDAHULUAN

Saat sekarang konsep syariah telah menjadi tren dalam ekonomi global, mulai dari produk makanan dan minuman, keuangan, dan gaya hidup. Banyak negara yang mulai memperkenalkan produk wisatanya dengan konsep halal dan tentunya islami. Wisata halal adalah segmen pasar yang berkembang pesat tidak hanya di negara-negara muslim tetapi secara global (Chookaew, et. al. 2015). Selain itu, negara seperti Jepang, Australia, Thailand, Selandia Baru, dan sebagainya yang memang bukan negara mayoritas muslim turut membuat produk wisata halal.

Indonesia sendiri memiliki potensi pariwisata yang sangat besar. Tak hanya memiliki keindahan dan kekayaan alam yang tersebar di seluruh sabang sampai merauke. Indonesia juga memiliki beraneka kebudayaan, bahasa dan kearifan lokal yang begitu menarik untuk dilirik. Dengan ditetapkannya pariwisata sebagai sektor pembuka yang telah berhasil memberikan kontribusi yang signifikan bagi perekonomian di Indonesia. Data kementerian pariwisata dan ekonomi kreatif pada tahun 2014 menyatakan bahwa Industri pariwisata mengalami kenaikan yang signifikan terhadap perekonomian Indonesia. Ekspor barang dan jasa mengalami kenaikan yang semula 10% menjadi 17% dan menjadi penyumbang terbesar sehingga melesat pada peringkat 4 dan meraih devisa sebesar 10 miliar USD.

Pengembangan wisata halal menjadi alternatif bagi industri wisata di Indonesia sejalan dengan tren wisata halal yang menjadi bagian dari industri ekonomi Islam global (lihat Samori, Salleh, & Khalid, 2016 :132). Pariwisata di dunia dalam tujuh tahun terakhir telah dipengaruhi oleh peningkatan jumlah perjalanan antar negara dan pertumbuhan ekonomi di Asia Pasifik. Total wisatawan dunia pada tahun 2014 yang mencapai 1.110 juta perjalanan ke luar negeri atau meningkat 5% dibanding tahun sebelumnya. Pada tahun tersebut juga lebih dari 300 juta melakukan wisata ke Asia dan 96,7 juta di antaranya Asia Tenggara.

Awal mula konsep pariwisata halal berawal dari saat disebut wisata ziarah dan religi (pilgrims tourism/spiritual tourism) dalam penyelenggaraan konferensi Organisasi Pariwisata Dunia di Cordoba, Spanyol pada tahun 1967. Konferensi tersebut berjudul "Tourism and Religions: A Contribution to the Dialogue of Cultures, Religions and Civilizations" (UNWTO, 2011 dalam Rusby, Bakhri & Yusuf (2018).

Di masa yang akan datang, pariwisata halal bisa menjadi daya tarik bagi investor yang ingin melakukan bisnis di pariwisata halal ini, juga akan menjadi potensi yang strategis bagi para pengusaha barang dan jasa untuk mengembangkan usahanya dengan landasan syariah Islam, yang didukung oleh beragam keindahan alam dan kebudayaan yang ada.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Pengertian Wisata Halal

Wisata halal dalam pengertian umum disamakan dengan beberapa istilah seperti Syariah tourism, halal travel, Islamic tourism, halal lifestyle. Wisata halal merupakan pengembangan produk dari wisata konvensional.

Jadi wisata Islam dapat diartikan sebagai kegiatan perjalanan muslim yang bergerak dari suatu tempat ke tempat lain atau ketika berada di satu tempat di luar tempat tinggal asal dan jangka waktu kurang dari satu tahun dan untuk terlibat dalam kegiatan dengan motivasi islam. Kegiatan wisata dalam perspektif Islam pastinya harus sesuai dengan hukum islam yang berlaku yaitu kehalalan.

Wisata Islam memfokuskan pada isu seperti keterlibatan muslim, tempat, tujuan, produk, dimensi. Motivasi dan niat yang sangat penting dalam Islam, karena itu terkait dengan sikap dan tujuan dalam agama Islam (Ala-Hamarneh, 2011; Hassan, 2007; Henderson, 2010).

Wisata Islam menunjukkan aktivitas perjalanan dengan motivasi atau tujuan mengenai agama yang dilakukan oleh umat beragama (Islam, Kristen, Hindu, Budha) yang biasanya dengan mengunjungi tempat-tempat bersejarah seperti tempat suci agama atau tokoh agama. Wisata halal juga dapat berfungsi sebagai kegiatan yang memiliki motivasi sesuai dengan prinsip Islam. Kegiatan tersebut bisa berupa haji, umrah dan lain – lain.

Sofyan (2012 : 13) menegaskan bahwa definisi wisata halal lebih luas dari wisata religi yaitu wisata yang didasarkan pada nilai – nilai syariah. Dalam World Tourism Organization (WTO), konsumen wisata halal bukan hanya umat muslim tetapi juga non muslim yang menginginkan kearifan lokal.

Secara khusus, wisata halal merupakan kegiatan jual beli atau bisnis. Dalam Islam istilah halal merujuk pada semua yang diperintahkan dalam ajaran agama dan menjadi tiang landasan bagi perilaku dan kegiatan umat Islam (Diyana Isleri Baskanling, 2011).

B. Perkembangan Industri Wisata Halal Di Indonesia

Indonesia memiliki banyak sekali potensi berupa alam yang bagus dengan 17.100 pulau dan 742 bahasa. Selain itu Indonesia yang berpenduduk 270 juta orang merupakan negara kepulauan terbesar dengan panjang 5.120 km dari barat ke timur dan 1.760 km dari utara ke selatan.

Pariwisata di Indonesia merupakan pusat ekonomi yang memiliki banyak keunggulan kompetitif dan komparatif yaitu: pertama, pariwisata sebagai penghasil devisa negara terbesar. Industri pariwisata diproyeksikan menyumbang devisa terbesar di Indonesia sebesar US\$ 20 miliar pada tahun 2019. Kedua pariwisata Indonesia ditargetkan menjadi negara yang terbaik di kawasan regional bahkan melampaui ASEAN dengan pesaing utamanya yaitu Thailand yang memiliki devisa pariwisata sebesar 40\$ miliar. Ketiga, Country branding "Wonderful Indonesia" menempati ranking 47 dunia yang mengalahkan "Truly Asia" Malaysia (ranking 96) dan Country branding "Amazing" Thailand (ranking 83).

Wisata Halal mampu meningkatkan pengembangan ekonomi Indonesia khususnya ekonomi syariah. Bank Indonesia menilai bahwa ini merupakan kunci penguatan ekonomi Indonesia. Berdasarkan data Kementerian Pariwisata, rata-rata pertumbuhan jumlah wisatawan muslim mancanegara dari tahun 2015 hingga tahun 2017 di Indonesia sebesar 18% yaitu 2 juta (2015), 2,4 juta (2016) dan 2,7 juta (2017). Kementerian Pariwisata juga mencatat bahwa terdapat 13 provinsi

yang siap untuk menjadi tempat destinasi halal yaitu Aceh, Sumatera Barat, Banten, Riau, Lampung, DKI Jakarta, Jawa Barat, Yogyakarta, Jawa Timur, Jawa Tengah, Sulawesi Selatan, Nusa Tenggara Barat (NTB), dan Bali. Aceh dan NTB adalah provinsi yang telah mengembangkan potensi wisata halal dengan cukup baik.

Dalam GMTI tahun 2017, Indonesia berhasil memenangkan peringkat ketiga dengan skor 72,6 dibawah Malaysia dan Uni Emirat Arab. Selanjutnya pada GMTI 2018, Indonesia naik 1 peringkat menjadi kedua bersama Uni Emirat Arab dengan skor 72,8. Sedangkan Malaysia berada di tingkat pertama dengan skor 80,6. Melihat bahwa Indonesia semakin berkembang dalam pariwisata halal maka Kemenpar berupaya secara serius untuk meningkatkan pariwisata halal di Indonesia. Akhirnya pada GMTI 2019, Indonesia berhasil menduduki peringkat pertama bersama Malaysia dengan skor 78, ini menunjukkan bahwa pertumbuhan pariwisata di Indonesia meningkat 18% dari tahun 2018 dengan pengunjung wisatawan mancanegara muslim mencapai 2,8 juta dengan devisa mencapai 40 triliun.

Sebagai upaya untuk mengembangkan wisata halal, Indonesia meningkatkan keberadaan hotel syariah. Melalui peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia telah membuat pedoman penyelenggaraan hotel syariah. Pada tahun 2013, terdapat 37 hotel syariah yang telah bersertifikat halal dan 150 hotel menuju operasional syariah. Juga terdapat restoran sebanyak 2.916 dan 303 telah bersertifikasi halal dan 1800 sedang dipersiapkan untuk sertifikasi (Kementerian Pariwisata, 2015).

Indonesia berusaha mempromosikan wisata halal yang dimiliki ke dunia internasional. Hal ini dilakukan dengan mengikuti World Halal Tourism yang dilaksanakan di Abu Dhabi pada tahun 2016. Indonesia memenangkan 12 penghargaan dari total 16 kategori (Jaelani 2017). Indonesia sudah didukung oleh berbagai aspek yang dapat mengantarkan pariwisata Indonesia menembus pasar dunia, khususnya pariwisata halal. Namun upaya untuk mengembangkan wisata halal di Indonesia harus perlu dilakukan.

Provinsi Aceh dijuluki sebagai serambi mekah memiliki budaya islam yang sangat kental dan kuat dibanding dengan daerah lain. Kementerian Pariwisata menargetkannya sebagai destinasi wisata halal yang digunakan untuk menarik wisata muslim dunia. Tolak ukur baik tidaknya penerapan wisata halal di Aceh dapat dilihat dari pencapaian dalam segi pariwisata. Aceh meraih tiga kategori dalam kompetisi pariwisata halal nasional tahun 2016 yaitu Aceh sebagai destinasi budaya ramah wisatawan muslim terbaik, Bandara Sultan Iskandar Muda sebagai badara ramah wisatawan muslim terbaik, dan Masjid Raya Baiturrahman sebagai daya tarik wisata terbaik. Berdasarkan data BPS pada tahun 2017, sektor pariwisata Aceh berjumlah sebesar Rp 10,87 triliun atau setara dengan 8,97% dari total perekonomian Aceh.

Selanjutnya, Nusa Tenggara Barat mulai menerapkan praktik wisata halal. Pada tahun 2016,

NTB bekerjasama dengan MUI dan LPPOM serta dinas kebudayaan dan Pariwisata dan UMKM melakukan sertifikasi halal pada restoran hotel, restoran non hotel, rumah makan dan UMKM. Selain makanan halal, ketersediaan fasilitas ibadah juga mudah sekali ditemukan di NTB. Terdapat 4.500 masjid yang tersebar pada 598 desa dan kelurahan. NTB dijuluki sebagai pulau seribu masjid.

C. Halal Tourism di Dunia

1. Malaysia

Malaysia merupakan negara multikultural yang terdiri dari tiga budaya besar yaitu Melayu; Cina, dan India. Agama Islam menjadi agama resmi sedangkan agama seperti Buddha, Hindu, dan Kristen tetap diperlakukan baik oleh penduduknya. Malaysia menerapkan peraturan yang sesuai hukum islam yang dapat diterima oleh warga muslim maupun non muslim (Din, 1989).

Pariwisata merupakan sektor pendapatan terbesar kedua Malaysia (Bhuiyan et al. 2011). Awalnya Malaysia berusaha menarik wisatawan Timur Tengah. Namun setelah peristiwa 11 September, Malaysia berpindah untuk mengambil keuntungan melalui sektor pasar Muslim (Salman dan Hasim, 2012). Maka sejak tragedi 11, Malaysia menjadi negara tujuan terbesar wisatawan Muslim (Hamzah, 2004). Hal ini disebabkan oleh aturan yang cukup ketat di negara-negara barat untuk wisatawan muslim, sehingga mereka beralih tujuan ke negara-negara Timur (Islamic Tourism Centre, 2015).

Pasar wisatawan muslim di Malaysia menunjukkan peningkatan dan pertumbuhan sejak 2001 (Mohd Salleh et al. 2010). Ibukota Malaysia yaitu Kuala Lumpur merupakan daerah yang cukup populer kalangan wisatawan Timur Tengah dan dianggap sebagai destinasi bulan madu yang diinginkan (Ibrahim et al. 2009). Upaya pemerintahan Malaysia agar dapat memuaskan wisatawan Timur Tengah dengan meningkatkan pelayanan-pelayanan yang diinginkan mereka, seperti makanan Timur Tengah, dan pekerja atau staf yang dapat berbahasa Arab di hotel (Shafaei dan Mohamed, 2015).

Selain itu juga Malaysia mulai menetapkan standar halal yang tinggi di restoran dan hotel untuk memuaskan wisatawan muslim dengan diperlihatkan sertifikasi halal (Abdul Hamid, 2010). Banyak hotel di Malaysia yang telah memiliki sertifikasi halal, ini digunakan untuk bagian dari promosi hotel dengan mengatasnamakan hotel syariah yang makanan yang disajikan halal, tidak beralkohol, dan tidak mengandung babi (Khan dan Callanon, 2017). Terdapat bahwa jumlah hotel yang bersertifikat halal ada sebanyak 273 hotel berbintang 3 hingga 5 dan sebanyak 53 hotel berbintang 1 hingga 2 (Arby, 2017).

Malaysia menempati urutan pertama dalam indeks wisata halal dunia yang dikeluarkan oleh badan indeks Mastercard-Crescent Rating dengan skor indeks tertinggi yaitu dengan nilai 80,6.

2. Jepang

Peningkatan jumlah wisatawan muslim memicu tumbuhnya bisnis pariwisata halal di Jepang. Secara geografis, letak Jepang jauh dari negara-negara Islam. Selain itu, jumlah penduduk Jepang yang beragama

Islam pun jumlahnya sangat sedikit. Di Jepang, 51.2% penduduknya rata-rata beragama Shinto, 43% beragama Budha, dan 1.0% beragama Kristen, sementara agama Islam masih belum lama dikenal oleh sebagian besar masyarakat Jepang (Sugiyama, 2014).

Jepang menjadi tujuan kedua bagi para wisatawan karena keunikannya dalam budaya, pemandangannya yang memukau dan lanskap metropolitan yang menakutkan (Yusof dan Shutto, 2014). Para wisatawan semakin mengalami peningkatan sejak Jepang melakukan promosi wisata "Visit Japan" ke berbagai negara pada tahun 2003. Selain itu, Jepang meluncurkan penerbangan dengan biaya yang rendah yang mendorong sektor pariwisata. Ini menyebabkan wisatawan muslim khususnya Malaysia menganggap Jepang sebagai tujuan wisata mereka (Yusof dan Shutto, 2014; Somori et al. 2016). Jepang juga memiliki strategi dalam meningkatkan pelayanan terhadap wisatawan, salah satunya melalui omotenashi. Omotenashi merupakan keramahan dalam menerima tamu atau wisatawan yang menjadi ciri khas Jepang. Sebuah pelayanan berkualitas tinggi dari hati sehingga menjadi interaksi dan komunikasi yang baik antara penjual dan pelanggan (Ota et al. 2016).

Tingginya wisatawan muslim yang mengunjungi Jepang menjadikan konsep wisata halal menjadi perhatian bagi pelaku pariwisata di negara Jepang. Pada tahun 2013, terjadi peningkatan jumlah wisatawan asing yang menembus angka di atas 10 juta dan diperkirakan 30% nya adalah wisatawan muslim. Peningkatan ini terus diprediksi akan meningkat pada tahun 2020 (Wahidati dan Sarinastiti, 2018). Walaupun Islam termasuk agama yang minoritas di Jepang, namun tidak menutup kemungkinan antusias dari wisata muslim untuk berwisata ke negeri Jepang. Pemerintah Jepang mengupayakan untuk memfasilitasi para wisatawan muslim sehingga merasa aman dan nyaman ketika wisata. Jepang berhasil mendapat penghargaan pada World Halal Tourism Award sebagai "World Best Non OIC (Organization of Islamic Conference) Emerging Halal Destination" pada tahun 2016 (Halal Media Japan, 2016).

Meningkatnya wisatawan muslim di Jepang, menjadikan permintaan produk dan fasilitas halal meningkat di negara Jepang. Maka dari itu terbentuklah Japan Halal Association (JHA) yang mengawasi dan memberikan sertifikasi halal dan mengkampanyekan mengenai penyediaan tempat untuk shalat (Japan Halal Association, 2012). Beberapa perusahaan tur di Jepang menyediakan paket tur halal bagi wisatawan muslim yang berbasis di Tokyo dan Osaka (Yusof dan Shutto, 2014). Japan National Tourism (JNTO) juga melakukan upaya untuk memberikan para wisatawan kenyamanan, JNTO juga menerbitkan buku panduan wisata khusus wisatawan muslim. Didalamnya terdapat bahwa ada sebanyak 52 restoran yang menawarkan makanan halal. Namun restoran tersebut masih tersedia pada kota-kota besar seperti Tokyo, Osaka, Hokkaido, dan Kyoto (Asazuma, 2015).

Fasilitas seperti tempat shalat di Jepang mengalami kenaikan, namun belum terpenuhi secara maksimal (Wahidati dan Sarinastiti, 2018). Terdapat kurang dari 241 tempat shalat yang tersebar di Jepang termasuk tempat-tempat strategis seperti Osaka dan Tokyo. Dari total 98 masjid di Jepang masih 38% yang belum mempunyai fasilitas wudhu.

3. Korea Selatan

Meningkatnya wisatawan asing ke Korea Selatan adalah ketika munculnya fenomena "Hallyu Wave" atau korean wave (Lee, 2011 ; Parc dan Moon, 2013). Wisatawan muslim mancanegara di Korea Selatan mengalami peningkatan. Khususnya pada negara Malaysia dan Indonesia (Han et al. 2018). Menurut Korean Tourism Organization (2015), jumlah wisatawan yang berkunjung ke Korea Selatan diperkirakan dapat mencapai sekitar 1.3 juta wisatawan pada tahun 2020.

Wisatawan dari negara Malaysia dan Indonesia telah menempati posisi sepuluh wisatawan mancanegara terbesar ke Korea Selatan (KTO, 2016). Selain itu wisatawan muslim Timur Tengah seperti Arab Saudi, UEA, Kuwait dan Qatar merupakan wisatawan dengan pengeluaran belanja yang besar di Korea Selatan dengan jumlah rata-rata 2590 \$ per kunjungan dibandingkan dari wisatawan lain seperti Cina, Jepang, Rusia, dan Taiwan yang menghabiskan belanja di bawah 2000 \$ (Han et al. 2018).

Selanjutnya pemerintah Korea Selatan menerapkan wisata halal dengan melakukan koordinasi antara Korean Tourism Organization (KTO) , Korean Muslim Federation (KMF), dan Korean Halal Association (KHA). KTO menjelaskan bahwa ada sekitar 130 restoran ramah muslim yang diklasifikasikan menjadi beberapa kategori yaitu restoran yang sudah mendapatkan sertifikasi halal dari KMF (Halal Certified Restaurant), restoran yang mersertifikasi sendiri apakah produk yang dijualnya sudah halal (Selfcertified Halal Restaurant), restoran yang menyediakan makanan halal namun tetap menyediakan alkohol (Muslim Friendly Restaurant), restoran yang hanya menyajikan sayur-sayuran dan tidak ada makanan yang mengandung babi (Muslim Welcome Restaurant), dan yang terakhir yaitu restoran yang menjual beraneka daging namun selain daging babi (Pork-Free).

Di Korea Selatan ini kesadaran akan halal masih rendah dan pemahaman tentang kebutuhan wisata halal masih menjadi kendala serius di Korea Selatan, misalnya jumlah total ruang shalat di Korea Selatan hanya sebesar 28 di seluruh negeri, sementara di negeri lain lebih dari itu (Yonhap, 2017).

4. Turki

Turki memberikan kontribusi penting untuk memahami perhotelan halal dengan pengalamannya di bidang pariwisata, dan atraksi wisata. Menurut Diamant (2019), 98% dari populasi turki adalah muslim dan Turki merupakan 8 negara di dunia dengan populasi muslim terbesar menurut data tahun 2015. Dalam Global Muslim Travel Index 2019, Turki naik peringkat dan menduduki peringkat 3 setelah Malaysia dan Indonesia.

Industri pariwisata di Turki mengalami pemulihan yang cepat pada tahun 2017 setelah adanya kudeta pada tahun 2016. Namun jumlah wisatawan pada tahun 2016 yang mengalami penurunan menjadi 30 juta naik

kembali menjadi 37 juta pada tahun 2017 dengan peningkatan sebesar 24%. (UNWTO, 2018).

Menurut Aydn (2017), tingkat hunian hotel halal di Turki adalah 25% lebih dari hotel lainnya. Ia mengklaim bahwa fasilitas pariwisata yang menganggur dan tidak dapat digunakan secara maksimal akan lebih mudah mempertahankan kelangsungan operasionalnya melalui perubahan konsep. Hotel-hotel yang terutama berada pada kawasan pesisir dan melayani wisatawan non muslim telah dirubah konsepnya menjadi hotel halal dalam beberapa tahun terakhir. Ini juga merupakan sebuah kesulitan bagi hotel karena mengharuskan arah tempat dan toilet tidak sesuai dengan kiblat dan beberapa fasilitas harus terpisah untuk laki-laki dan perempuan.

Menurut statistik pariwisata pada tahun 2018, wilayah Alanya menampung lebih dari 3,5 juta wisatawan, yang berarti bahwa Alanya telah menjadi tuan rumah lebih dari 8% jumlah keseluruhan wisatawan yang mengunjungi Turki. Dalam beberapa tahun terakhir telah menjadi peningkatan yang signifikan dalam jumlah hotel di Alanya. Ditentukan bahwa ada 18 hotel di wilayah tersebut. Salah satunya adalah 'Bera hotel Alanya' hotel yang pertama yang diberikan sertifikat halal oleh Turkish Standard Institute (TSE).

KESIMPULAN

Indonesia sendiri memiliki potensi pariwisata yang sangat besar. Tak hanya memiliki keindahan dan kekayaan alam yang tersebar di seluruh sabang sampai merauke. Indonesia juga memiliki beraneka kebudayaan, bahasa dan kearifan lokal yang begitu menarik untuk dilirik. Dengan ditetapkannya pariwisata sebagai sektor pembuka yang telah berhasil memberikan kontribusi yang signifikan bagi perekonomian di Indonesia.

Sejak tahun 2015, pertumbuhan industri pariwisata halal di Indonesia terus mengalami peningkatan. Peringkat Indonesia dalam Global Muslim Travel Index (GMTI) sebagai salah satu negara dengan destinasi halal terbaik juga terus mengalami peningkatan. Pada tahun 2015, Indonesia berada pada peringkat keenam. Kemudian meningkat diposisi keempat pada tahun 2016, peringkat ketiga pada tahun 2017, peringkat kedua pada tahun 2018, dan akhirnya berada diperingkat pertama bersama Malaysia di tahun 2019. Selain prestasi dalam GMTI, Indonesia juga meraih 12 penghargaan dalam World Halal Tourism Award (WHTA) yang diadakan pada tahun 2016.

Wisata halal (halal tourism) merupakan studi yang mulai berkembang beberapa tahun terakhir. Penggunaan terminologi terkait wisata halal juga beragam dan hingga kini masih menjadi perdebatan.

REFERENSI

- Jaelani, A. (2017). Industri wisata halal di Indonesia: Potensi dan prospek.
- Noviantoro, K. M., & Zurohman, A. (2020). Prospek Pariwisata Syariah (Halal Tourism): Sebuah Tantangan di Era Revolusi Industri 4.0. *Equilibrium: Jurnal Ekonomi Syariah*, 8(2), 275-296.

- Rozalinda, R., Nurhasnah, N., & Ramadhan, S. (2019). Industri wisata halal di Sumatera Barat: potensi, peluang dan tantangan. *Maqdis: Jurnal Kajian Ekonomi Islam*, 4(1), 45-56.
- Satriana, E. D., & Faridah, H. D. (2018). Halal tourism: development, chance and challenge. *Journal of halal product and research (JPHR)*, 1(2), 32-43.
- Sayekti, N. W., 2019. Strategi Pengembangan Pariwisata Halal di Indonesia. Volume 24, pp. 159-171.
- Wahidati, L., & Sarinastiti, E. N. (2018). Perkembangan Wisata Halal Di Jepang. *Jurnal Gama Societa*, 1(1), 9-19.
- Kusumaningrum, D. N., Fairuz, A. M., Putri, E. P., & Amalia, E. P. (2017). Trend Pariwisata Halal Korea Selatan. *Research Report*, 855-865.
- Boğan, E. (2020). Halal tourism: The practices of halal hotels in Alanya, Turkey. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 8(1), 29-42.
- Hanifah, R. D. (2020). Potensi Halal Tourism Di Indonesia. *Jurnal Hospitality dan Pariwisata*, 1(2).