

PENGEMBANGAN PARIWISATA HALAL DI INDONESIA MELALUI KONSEP SMART TOURISM

Hendry Ferdiansyah¹, Cipta Endyanaz², Heryadi Rachmat³, Ute Lies Siti Khadijah⁴

^{1,2,3,4}Magister Pariwisata Berkelanjutan, Sekolah Pascasarjana, Universitas Padjadjaran

Jl. Dipati Ukur No. 35, Bandung, 40132, Indonesia

¹E-mail: hendrymagpar19@gmail.com

ABSTRAK

Wisata halal di Indonesia merupakan potensi ekonomi yang unggul sebagai pemasok penerimaan negara. Banyak provinsi dan tujuan wisata telah menerapkan program pariwisata halal dan dengan terus meningkatkan jumlah wisatawan di Indonesia, pariwisata halal memiliki prospek pengembangan yang tinggi. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi potensi wisata halal dan mengembangkan wisata halal di Indonesia melalui konsep *smart tourism*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Hasil Penelitian menunjukkan bahwa Indonesia memiliki populasi penduduk Muslim terbesar di dunia. Indonesia juga telah meraih penghargaan "World's Best Halal Travel Destination" versi GMTI 2019. Sedangkan destinasi regional Indonesia yang meraih penghargaan "Best Halal Travel Destination" dari 10 destinasi halal lainnya di Indonesia versi Indonesia Muslim Travel Index 2019 dimenangkan oleh Destinasi Lombok. Lalu untuk pengembangan wisata halal di Indonesia dapat menerapkan unsur pengembangan destinasi yang ramah keluarga, layanan dan fasilitas yang ramah Muslim, sadar halal dan program pemasaran destinasi yang dapat distimulasikan dengan pemanfaatan konsep *smart tourism* dengan membangun unsur informativeness, accessibility interactivity, personalization untuk wisatawan Muslim.

Kata kunci; wisata halal; smart tourism; Indonesia

DEVELOPMENT OF HALAL TOURISM IN INDONESIA THROUGH SMART TOURISM CONCEPT

ABSTRACT

Halal tourism in Indonesia is a superior economic potential as a supplier of state revenue. Many provinces and tourist destinations have implemented halal tourism programs and by continuing to increase the number of tourists in Indonesia, halal tourism has high development prospects. The purpose of this research is to develop the potential of halal tourism and develop halal tourism in Indonesia through the concept of smart tourism. The method used in this research is descriptive method using qualitative. Research shows that Indonesia has the largest population in the world. Indonesia has also won the "World's Best Halal Travel Destinations" award in the 2019 GMTI version. While Indonesia's regional destinations that won the "Best Halal Travel Destinations" award from 10 other halal destinations in Indonesia in the 2019 Indonesian Muslim Travel Index version were won by Lombok Destinations. Traffic for the development of halal tourism in Indonesia can implement the development of family-friendly destinations, Muslim-friendly services and facilities, halal destinations and destination marketing programs that can be facilitated by using smart tourism concepts by creating information, accessibility interactions, personalization for Muslim tourists.

Key words; halal tourism; smart tourism; Indonesia

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan suatu perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau lebih dengan tujuan antara lain untuk mendapatkan kesenangan dan memenuhi hasrat ingin mengetahui sesuatu (Gretzel et al, 2016). Kegiatan pariwisata adalah salah satu area untuk pengembangan ekonomi yang sangat besar manfaatnya bagi sebuah negara (Pavithra et.al, 2019). Destinasi wisata dan usaha-usaha yang bergerak pada bidang ini dapat dinyatakan sebagai sebuah ekosistem bisnis dengan kompleksitas yang tinggi karena banyaknya interaksi yang terjadi dengan melibatkan berbagai macam pihak (Sanchez, 2017).

Pariwisata adalah sektor untuk menumbuhkan ekonomi dunia yang sangat menjanjikan karena sektor pariwisata juga merupakan sektor yang tahan terhadap

krisis global dilihat dari perkembangan perjalanan dunia yang telah mengalami perkembangan positif sejak tahun 1950 dengan jumlah perjalanan wisata 25 juta orang, pada 1980 mencapai 278 juta orang, 1995 mencapai 528 juta orang, dan 1,1 miliar orang pada 2014 (Ratman, 2016). Chanin, et al (2015) menjelaskan bahwa industri pariwisata adalah industri besar dan dipandang sebagai sektor yang mempercepat pertumbuhan ekonomi. Implikasi dari maraknya industri pariwisata yang mampu meningkatkan kunjungan wisatawan, pendapatan pemerintah, juga dapat memberi manfaat bagi masyarakat setempat sebagai mata pencaharian.

Hal ini menyebabkan kompetensi yang tinggi antara daerah dan tujuan wisata untuk menarik wisatawan. Di Indonesia sendiri, pariwisata adalah sektor pariwisata yang paling cepat berkembang dan telah menjadi sektor

ekonomi terbesar karena kontribusinya terhadap devisa negara terbesar kedua setelah industri minyak sawit yang mencapai USD 15.965 Miliar pada 2016 sementara pariwisata peringkat kedua mencapai USD 13.568 Miliar pada 2016, sementara pada tahun 2015 sektor pariwisata berada di posisi keempat menyumbang devisa dengan pencapaian USD 12.225 Miliar di bawah Minyak dan Gas Bumi (USD18.574 Miliar), Minyak Kelapa Sawit (USD16.427 Miliar), Batubara (USD14.717 Miliar) (Chandra & Damarjati, 2017).

Semakin banyaknya populasi manusia yang menjadikan pariwisata sebagai bagian dari kebutuhan hidup, dan semakin berkembangnya teknologi yang memudahkan wisatawan menerima informasi tentang pariwisata, hal ini tentu akan berdampak pada peningkatan jumlah wisatawan baik itu domestik ataupun internasional, yang tentu akan berimbas kepada industri pariwisata. Dengan menerapkan konsep pariwisata cerdas maka industri atau bidang tersebut akan mendapat nilai kompetitif atau daya saing yang lebih dimata wisatawan (Buhalis & Amaranggana, 2014). Pariwisata cerdas atau yang sering disebut *smart tourism*, adalah segala bentuk pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi untuk memperoleh informasi yang berhubungan dengan kegiatan pariwisata (Okty, 2017). *Smart Tourism* merupakan cara tercepat untuk meningkatkan pertumbuhan ekonomi (Pavitra et.al, 2019).

Dalam hal ini *smart tourism* adalah sebuah konsep yang dapat diterapkan diberbagai daya tarik wisata baik itu alam, budaya, ataupun buatan dan juga dapat menstimulasi berbagai jenis destinasi pariwisata. Salah satu jenis pariwisata yang saat ini berkembang dan potensial di Indonesia adalah pariwisata halal. Realitas meningkatnya jumlah wisatawan muslim memberikan segmentasi baru untuk sektor pariwisata dan mempengaruhi industri pariwisata di seluruh dunia. Berdasarkan laporan Komite Tetap untuk Kerjasama Ekonomi dan Komersial Organisasi Kerjasama Islam (COMCEC, 2016) Organisasi Kerjasama Islam dan non-OKI diperkirakan mencapai 116 juta pada tahun 2014 dan diproyeksikan akan tumbuh hingga 178 juta pada tahun 2020.

Data dari Negara Ekonomi Islam Global 2014-2015 menyatakan bahwa indikator tren bisnis halal terlihat di lima sektor industri terus menunjukkan kemajuan. Hal ini termasuk layanan keuangan Islam, makanan halal, busana Muslim, media halal dan rekreasi, serta obat-obatan dan kosmetik halal.

Laporan akhir dari Studi Pengembangan Data Syariah Kementerian Pariwisata pada tahun 2016 menunjukkan bahwa ekonomi Islam adalah bagian penting dari ekonomi global saat ini. Ada tujuh sektor ekonomi Islam yang mengalami peningkatan signifikan, yaitu kuliner, keuangan Islam, industri asuransi, fashion, kosmetik, farmasi, hiburan, dan pariwisata. Di mana seluruh sektor mengusung konsep halal di setiap produknya. Maraknya produk dengan label halal menciptakan ekosistem baru berbasis halal.

Di Indonesia, pariwisata halal dikembangkan menjadi program nasional oleh Kementerian Pariwisata. Untuk mempercepat pariwisata halal, Kementerian Pariwisata telah menetapkan 15 provinsi yang menjadi

fokus pengembangan destinasi wisata Muslim terkemuka. Ke 15 provinsi diberikan otonomi oleh kementerian pariwisata untuk mengelola potensi wisata di daerah masing-masing. Dengan memberikan otonomi oleh kementerian pariwisata diharapkan masing-masing provinsi yang ditunjuk dapat mengembangkan potensi wisata halal mereka sendiri untuk menjadi unggul dan menjadi tujuan favorit untuk pariwisata halal.

Dalam implementasinya, Kementerian Pariwisata dibantu dan didukung oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata tingkat Provinsi dan Kota / Kabupaten. Tentu saja, untuk menarik wisatawan muslim, diperlukan strategi komunikasi, seperti menciptakan segmen pasar baru. Pariwisata halal adalah program baru dan sangat potensial untuk dikembangkan di Indonesia.

Maka dari itu, segmen baru tersebut tentu perlu disiapkan dan disesuaikan dengan baik melalui tahap pengembangan yang memperhatikan standar global dan juga melalui pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi untuk menstimulasi dan mengakselerasi percepatan pembangunan pariwisata halal di Indonesia. Tujuan dari penelitian ini adalah mengidentifikasi potensi wisata halal di Indonesia dan mengembangkan wisata halal di Indonesia melalui konsep *smart tourism*.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif yang menjelaskan kebijakan Indonesia untuk menjadikan pariwisata halal sebagai instrumen untuk mencapai minat nasional dalam masalah ekonomi dan kunjungan wisata melalui citra positif sebagai negara yang ramah terhadap pariwisata halal. Unit analisis adalah konsep pariwisata halal Indonesia dan untuk menjelaskan potensi pasar pariwisata halal dunia dan potensi pariwisata halal yang dimiliki oleh Indonesia sebagai instrumen diplomasi publik, unit penjelasan yang menjelaskan kepentingan negara dipengaruhi oleh internal faktor, yaitu domestik yang memiliki potensi untuk mengembangkan pariwisata halal, dan faktor eksternal yaitu potensi pariwisata halal dan wisatawan Muslim yang terus mengalami pengembangan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Potensi Wisata Halal di Indonesia

Indonesia memiliki banyak potensi dalam bentuk pemandangan alam yang bagus dengan 17.100 pulau dan 742 bahasa. Selain itu, Indonesia, yang memiliki populasi 250 juta jiwa, adalah negara kepulauan terbesar dengan panjang 5.120 km dari barat ke timur dan 1.760 km dari utara ke selatan. Indonesia sendiri merupakan penduduk dengan populasi umat Muslim terbanyak (88% dari populasi) dan 12,7% muslim di dunia ada di Indonesia (The Pew Forum on Religion & Public Life, 2018).

Berdasarkan hal tersebut, pengembangan pariwisata halal di masa depan dianggap menjanjikan dan potensial. Sedangkan berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Utomo (2014), diketahui bahwa potensi wisata

dianggap baik dan wisatawan setuju dengan konsep pariwisata halal. Dari segi konsep, 48% responden setuju dengan konsep wisata halal. Dalam hal kebutuhan, 68% responden menekankan bahwa pariwisata halal memiliki urgensi yang tinggi dalam implementasinya. Dari segi kesesuaian, 60% responden setuju bahwa pariwisata halal sesuai dengan kondisi masyarakat Indonesia.

Berdasarkan hal ini, nilai yang sesuai dengan kebutuhan wisatawan adalah harapan kenyamanan dan ketenangan dalam perjalanan tanpa melupakan nilai-nilai Islam. Nilai ini didukung oleh meningkatnya masyarakat muslim kelas menengah yang memiliki kesadaran tinggi dalam halal suatu produk (Alim, Riansyah, Hidayah, Muslimin & Adityawarman, 2015). Itu membuat pariwisata halal memiliki potensi besar untuk dikembangkan mengikuti permintaan pasar yang ada.

Indonesia bersinergi dengan banyak pihak untuk mengembangkan pariwisata halal (halal tourism), misalnya Kementerian Pariwisata bekerja sama dengan Dewan Syariah Nasional (DSN), Majelis Ulama Indonesia (MUI) dan Lembaga Sertifikasi Bisnis (LSU). Bentuk konkret kerja sama adalah dengan mengembangkan pariwisata dan mempromosikan nilai-nilai budaya dan agama yang kemudian akan diuraikan dalam Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Jaelani, 2017).

Selain itu, pelatihan sumber daya manusia, penjangkauan, dan pengembangan kapasitas juga dilakukan. Pemerintah juga bekerja sama dengan Asosiasi Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI) untuk menyediakan penginapan dan tempat makan halal yang dapat menyajikan menu makanan halal, dan bekerja sama dengan Asosiasi Wisata dan Perjalanan Indonesia (ASITA) untuk membuat paket wisata halal ke tempat wisata. keagamaan. Meskipun pariwisata halal tidak hanya terbatas pada wisata religi (Kementerian Pariwisata, 2015).

Kementerian Pariwisata (2015) dalam laporannya mencatat bahwa ada 13 provinsi yang siap menjadi tujuan wisata halal, yaitu Aceh, Banten, Sumatera Barat, Riau, Lampung, DKI Jakarta, Jawa Barat, Yogyakarta, Jawa Timur, Sulawesi Selatan, Jawa Tengah, Nusa Tenggara Barat (NTB), dan Bali. Kementerian Pariwisata Indonesia sejauh ini telah mengembangkan dan mempromosikan bisnis jasa di bidang perhotelan, restoran, agen perjalanan, dan spa di 12 tujuan wisata Islam. Pengembangan tersebut dilakukan di sejumlah kota yaitu Aceh, Sumatera Barat, Riau, Lampung, Banten, Jakarta, Jawa Barat, Jawa Tengah, Semarang, Jawa Timur, NTB, dan Sulawesi Selatan (Alamsyah, I. E, 2018).

Pasar wisata halal adalah salah satu penyumbang pertumbuhan segmen pariwisata yang paling cepat. Proyeksi pada 2020 kontribusi wisata halal ditargetkan menyumbang 35% atau \$300 juta ke sektor ekonomi global (Direktur Mastercard Indonesia, 2018).

Indonesia juga telah meraih penghargaan "World's Best Halal Travel Destination" versi GMTI 2019. Sedangkan destinasi regional Indonesia yang meraih penghargaan "Best Halal Travel Destination" versi Indonesia Muslim Travel Index 2019 adalah Lombok.

Data pariwisata syariah di Indonesia mulai dari tahun 2013, yaitu terdapat 37 hotel syariah bersertifikasi baru dan sebanyak 150 hotel menuju operasi syariah. Demikian juga

dengan restoran, dari 2.916 restoran, hanya 303 yang bersertifikat halal. Sebanyak 1.800 mempersiapkan diri sebagai restoran halal. Sementara tempat relaksasi, SPA kini hanya tiga unit. Sebanyak 29 sedang dalam proses mendapatkan sertifikat (Dini Andriani et al: 2015).

Dalam program nasional Kementerian Pariwisata RI juga mencanangkan target 20 juta wisatawan mancanegara dengan 5 juta diantaranya adalah wisatawan Muslim. Sejalan dengan keseriusan pemerintah dan para pendukung pariwisata terkait, serta potensi berbagai destinasi wisata di setiap wilayah di Indonesia, bukan tidak mungkin Indonesia dapat menjadi tujuan wisata utama dan terdepan di Indonesia.

2. Pengembangan Wisata Halal di Indonesia dengan Konsep *Smart Tourism*

Dalam pariwisata syariah, beberapa aspek utama dibutuhkan, yaitu ketersediaan makanan halal, fasilitas ibadah yang memadai, layanan buka puasa selama Ramadhan, dan pembatasan kegiatan yang tidak sesuai dengan syariah (Lukman Hakim, <http://travel.kompas.com>). Sedangkan fasilitas dan pelayanan wisata halal menurut GMTI (2016) adalah tempat peribadatan, makanan dan minuman berlabel halal, toilet dengan air bersih, pelayanan dan fasilitas untuk menunjang Bulan Ramadan, bebas dari minumann beralkohol dan hotel Syariah.

Awwal dan Rini (2019), menjelaskan bahwa standarisasi GMTI yang harus dipenuhi dalam wisata halal antara lain adalah destinasi ramah keluarga, layanan dan fasilitas yang ramah Muslim, dan kesadaran halal dan pemasaran destinasi. Sedangkan dalam konsep *smart tourism* sendiri dimensi yang harus dibangun yaitu adalah *informativness, accessibility, interactivity, dan personalization* (Lee et al., 2017).

Maka dari itu pengembangan wisata halal di Indonesia dapat diterapkan sebagai berikut:

- Pengembangan **destinasi ramah keluarga**, dengan prioritas pada destinasi regional yang dicanangkan sebagai destinasi wisata halal terbaik seperti Lombok dan Aceh. Memastikan kawasan wisata yang bebas dari minumann beralkohol dan memisahkan antara Ikhwan dan akhwat ditempat-tempat wisata umum.
- Pengembangan **layanan dan fasilitas yang ramah Muslim**, dengan penyediaan tempat peribadatan yang tidak jauh dari destinasi, makanan dan minuman berlabel halal, toilet dengan air bersih, pelayanan dan fasilitas untuk menunjang Bulan Ramadan, Tour and Travel yang membuat paket wisata yang tidak berbenturan dengan waktu shalat, dan penyediaan hotel Syariah.
- Pengembangan **kesadaran halal dan pemasaran destinasi**, dengan sertifikasi halal dari MUI untuk setiap standarisasi fasilitas hingga menciptakan rasa aman, nyaman, dan higienis dalam mengkonsumsi jasa atau barang wisata. Kemudian

Sedangkan untuk membangun pemasaran destinasi halal harus ada komunikasi yang efektif, diperlukan tindakan yang terorganisir dalam menyampaikan pesan. Salah satu cara untuk mencapai komunikasi yang efektif adalah dengan menggunakan model AIDA pada strategi komunikasi yang dibuat, yaitu perhatian, minat, keinginan, dan tindakan.

Dalam buku panduan 'Panduan Indonesia untuk Pengunjung Muslim' yang dibuat bekerja sama dengan Kementerian Pariwisata dan HalalTrip, ada instruksi untuk turis Muslim yang ingin melakukan perjalanan halal di Indonesia. Panduan dalam buku ini dibagi menjadi beberapa kategori seperti: apa yang bisa dilakukan (hal yang harus dilakukan); lokasi wisata kuliner (makan), yang masing-masing diberikan informasi apakah tempat itu halal, ramah halal atau bebas babi; fasilitas sholat; dan akomodasi.

Dalam buku panduan 'Wonderful Indonesia: A Muslim Travel Guide', beberapa peta telah dipetakan sebagai rekomendasi untuk wisatawan Muslim. Misalnya, dalam buku yang diberikan arahan jika wisatawan ingin menginap di hotel syariah atau hotel yang memiliki konsep ramah muslim, wisatawan dapat mengunjungi Noor Hotel, GH Universal, Orange's Home Sharia, dan sebagainya.

Sedangkan konsep Smart Tourism yang dapat diterapkan untuk menunjang pengembangan wisata halal di Indonesia antara lain adalah sebagai berikut:

- Membangun unsur *informativeness*, dengan penyampaian informasi yang diberikan melalui teknologi dan memanfaatkan Big Data, dengan fungsi yang bermanfaat bagi wisatawan Muslim, terpercaya dan bernilai bagi wisatawan Muslim sebelum dan selama melakukan perjalanan ke destinasi wisata halal.
- Membangun unsur *accessibility*, dengan memberi kemudahan akses yang diberikan kepada wisatawan Muslim yang menggunakan teknologi selama berwisata di destinasi halal.
- Membangun unsur *interactivity*, dengan menjalin interaksi bersama wisatawan Muslim pada salah satu platform yang berguna menjadi Muslim Tourists Information Center untuk membangun feedback baik berupa ulasan kritik dan saran, atau hal lainnya.
- Membangun unsur *personalization*, dengan memberikan kebebasan untuk wisatawan Muslim untuk memberikan komentar yang membangun untuk kemudian pengelola destinasi wisata halal membenahi apa yang menjadi kekurangannya.

SIMPULAN

Indonesia memiliki populasi penduduk Muslim terbesar di dunia. Indonesia juga telah meraih penghargaan "World's Best Halal Travel Destination" versi GMTI 2019. Sedangkan destinasi regional Indonesia yang meraih penghargaan "Best Halal Travel Destination" dari 10 destinasi halal lainnya di Indonesia versi Indonesia Muslim Travel Index 2019 dimenangkan oleh Destinasi Lombok. Sedangkan

pengembangan wisata halal di Indonesia dapat menerapkan unsur pengembangan destinasi yang ramah keluarga, layanan dan fasilitas yang ramah Muslim, dan sadar Halal dan program pemasaran destinasi yang dapat distimulasikan dengan pemanfaatan konsep *smart tourism* dengan membangun unsur *informativeness*, *accessibility* *interactivity*, *personalization* untuk wisatawan Muslim.

DAFTAR PUSTAKA

- Alim, Haidar Tsany, dkk. (2015). "Analisis Potensi Pariwisata Syariah dengan Mengoptimalkan Industri Kreatif di Jawa Tengah dan Yogyakarta". Artikel. dikutip dari <http://eprints.undip.ac.id/45828/1/Artikel.pdf>.
- Andriani, Dini, dkk. (2015). Laporan Akhir Kajian Pengembangan Wisata Syariah., Jakarta: Deputi Bidang Pengembangan Kelembagaan Kepariwisata.
- Arsiyah, Heru Ribawanto dan Sumartono. (2009). "Pemberdayaan Masyarakat Dalam Pembangunan Ekonomi Desa (Studi Kasus Pemberdayaan Masyarakat Industri Kecil Krupuk Ikan di Desa Kedungrejo, Kecamatan Jabon, Kabupaten Sidoarjo)". Jurnal Wacana, 12(2)
- Awwal, M. A & Rini, D. W. S. (2019). Perbandingan Pengaruh Persepsi Terhadap Minat Masyarakat untuk Mengunjungi Destinasi Pariwisata Halal pada Lima Kabupaten/Kota di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta .JUMPA, 6(1)
- Buhalis, Dimitrios & Amaranggana, Aditya. (2014). *Smart Tourism Destinations*. Journal Information and Technologies in Tourism.
- Bungin, B. (2011). Sosiologi komunikasi: teori, paradigma dan teknologi komunikasi di masyarakat. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Chandra, A. A., & Damarjati, D. (2017, Oktober 17). Tiga Tahun Jokowi-JK, Pariwisata Sumbang Devisa Terbesar Kedua. Retrieved from Detik.Com:
- Chanin, O., Sriprasert, P., Rahman, H. A., & Don, M. S. (2015). Guidelines on halal tourism management in the andaman sea coast of thailand. Journal Of Economics, Business And Management. 3 (8). 791-794.
- Chookaew, Sureerat, et all. (2015). "Increasing Halal Tourism Potential at Andaman Gulf in Thailand for Muslim Country". dalam Journal of Economics, Business and Management. Vol. 3. No. 7.
- COMCEC. (2016). Muslim friendly tourism: understanding the demand and supply sided in the oic member countries. Turki.
- Deputi Bidang Ekonomi. (2014). Pembangunan Pariwisata 2015-2019. Jakarta: Kementerian Pariwisata Republik Indonesia.
- Dini Andriani, et al. (2015). Laporan Awal Kajian Pengembangan Wisata Syari'ah. Jakarta: Kementerian Pariwisata RI.
- Global Muslim Travel Index. (2015, 2016, 2017, 2018). Global Muslim Travel Index. Singapore: CrescentRating & Mastercard.

- Global Muslim Travel Index. (2018). Global Muslim Travel Index 2018. Singapore: Mastercard & Crescentrating.
- Hidayat, Asep Syarifuddin dan Mustolih Siradj. 2015. "Sertifikasi Halal dan Sertifikasi Non Halal pada Produk Pangan Industri". dalam Jurnal Ahkam. Vol. XV. No. 2.
<http://gayahidup.republika.co.id/berita/gaya-hidup/wisata-halal/17/01/18/ojxnf384-membangun-wisata-tanpa-riba>,
http://www.halalmui.org/mui14/index.php/main/detil_page/8/24204,
<http://www.parekraf.go.id/asp/detil.asp?c=16&id=814>,
<http://www.republika.co.id/berita/ekonomi/syariah-ekonomi/17/10/01/ox52at382-bni-syariah-kembangkan-desa-wisata-halal>,
<http://www.republika.co.id/berita/koran/islam-digest-koran/14/08/10/na385a-definisi-halal>,
<http://www.republika.co.id/berita/koran/syariah/koran/14/06/12/n71rm615-wisata-syariah-butuh-dukungan-pemda>.
- Indonesia.Travel. (2018, Februari 7). Indonesia Dominates World Halal Tourism Awards 2016 Winning 12 Top Categories. Retrieved from Indonesia.Travel: <https://www.indonesia.travel/gb/en/news/indonesia-dominates-world-halal-tourism-awards-2016-winning-12-top-categories>
- Jaelani, Aan. (2017). "Halal tourism industry in Indonesia: Potential and Prospects". dalam Munich Personal RePEc Archive. Paper No. 76237.
- Kadir, Abdul, dkk. (2015). Analisis Kunjungan Wisatawan Mancanegara Pada Kawasan 3 Great Triwulan III-2015. Jakarta: Asdep Penelitian dan Pengembangan Kebijakan Kepariwisata.
- Karim, Adiwarman Azhar. (2011). Ekonomi Mikro Islam. Jakarta: Rajawali Press.
- Kemenparekraf. (2013). Indonesia as Moslem Friendly Destination. Jakarta: Kementrian Prowisata dan Ekonomi Kreatif.
- Kementerian Pariwisata, HalalTrip. (2015). Indonesia guide for muslim visitors. Jakarta.
- Lee, J., Lee, H., Chung, N., & Koo, C. (2017). An Integrative Model of the Pursuit of Happiness and the Role of Smart Tourism Technology : A Case of International Tourists in Seoul. Information and Communication Technologies in Tourism. <http://doi.org/10.1007/978-3-319-51168-9>
- Mastercard & HalalTrip. (2017). Muslim Millennial Travel Report 2017. Singapore: Mastercard & HalalTrip.
- Muhammad. (2004). Ekonomi Mikro dalam Perspektif Islam. Yogyakarta: BPFE.
- Okty, Nindya. (2017). *Smart Tourism and Culture*. Slide Share.
- Organisasi Kerjasama Islam. (2017). Strategic Roadmap For Development of Islamic Tourism in OIC Member Countries. Ankara-Turkey: Organisation of Islamic Cooperation: Statistical, Economic and Social Research, and Training Center For Islamic Countries.
- Pavithra, K., Sharmilla, I., Sivapriya, S., Swathi, U & Sekar, S. (2019). *Future of Smart Tourism*. International Research Journal of Engineering and Technology (IRJET). Vol 6 Issue: 2.
- Peraturan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Indonesia No. 2 Tahun 2014 tentang Pedoman Penyelenggaraan Usaha Hotel Syariah.
- Pitana, I. G. & Diarta, I. K. S. (2009). Pengantar ilmu pariwisata. Yogyakarta: Andi.
- Priyadi, Unggul. (2016). Pariwisata Syariah Prospek dan Perkembangan. Yogyakarta: UPP STIM YKPN.
- Ratman, D. R. (2016). Pembangunan Destinasi Prioritas 2016-2019. Jakarta: Kementerian Pariwisata Republik Indonesia.
- Saefudin, Akhmad. (2015). "Wisata Berbasis Syariah". dikutip dari <http://berita.suaramerdeka.com/smcetak/wisata-berbasis-syariah/>
- Seyitoglu, F. & Yuzbasioglu, N. (2015). The role of strategic communication in hospitality industry. The Case Of Antalya. 2 (2), 16-35.
- Sofyan, Riyanto. (2012). Prospek Bisnis Pariwisata Syariah. Jakarta: Republika.
- Suherlan, Ade. (2015). "Persepsi Masyarakat Jakarta Terhadap Islamic Tourism". dalam The Journal of Tauhidinomics. Vol. 1. No. 1.
- Sulistiyono, Prasetyo Adi. (2016). "Analisis Atribut Islam, Faktor Pendorong dan Faktor Penarik Terhadap Motivasi Wisatawan Muslim Berkunjung ke Provinsi Aceh". dalam Jurnal Ilmiah. dikutip dari <http://download.portalgaruda.org/article.php?article=405038&val=6467>.
- Widagdyo, Kurniawan Gilang. (2015). "Analisis Pasar Pariwisata Halal Indonesia". dalam The Journal of Tauhidinomics. Vol. 1. No. 1.
- World Halal Travel Summit. (2015). Post Show Report World Halal Travel Summit 2015. Abu Dhabi: Committee World Halal Travel Summit 2015.