

## Identifikasi Potensi *Halal Tourism* dalam perspektif *Supply Chain Management* di Kota Surakarta

Bekti Nugrahadi<sup>1\*</sup>, Anita Oktaviana Trisna Devi<sup>2)</sup>, Agung Widiyanto Fajar Sutrisno<sup>3)</sup>,  
Thomas Wandiro Palimirmo<sup>4)</sup>, Pandu Dwi Anggara<sup>5)</sup>

1, 2, 3, 4, 5 Program Studi Teknik Industri, Universitas Sahid Surakarta, Jl. Adi Sucipto  
No.154, Jajar, Kec. Laweyan, Kota Surakarta, 57144, Indonesia  
e-mail: bekti.nugrahadi@usahidsolo.ac.id<sup>1)</sup>, anita.otd@usahidsolo.ac.id<sup>2)</sup>  
agungwfs@usahidsolo.ac.id<sup>3)</sup>, thomswp2002@gmail.com<sup>4)</sup>, pandudwianggara17@gmail.com<sup>5)</sup>

### ABSTRACT

*Halal tourism merupakan potensi industri yang sedang berkembang di dunia. Adanya antusiasme wisatawan yang meningkat hampir 100% pada tahun 2023 menjadikan Kota Surakarta menjadi destinasi favorit. Pilot project wisata kuliner halal di Kota Surakarta menjadi awal untuk mendorong destinasi wisata halal, sehingga perlu ada identifikasi potensi destinasi halal di Kota Surakarta untuk mendukung halal tourism. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui potensi halal tourism yang ada di Kota Surakarta. Penelitian dilakukan dengan observasi lapangan dan pendekatan deskripsi-kualitatif. dapat disimpulkan Kota Surakarta memiliki potensi untuk mengembangkan halal tourism. Dari perspektif supply chain management ketersediaan objek wisata, penginapan, resto/rumah makan dan toko oleh-oleh dan souvenir telah dapat dikategorikan sebagai ramah muslim. Bagi para pemangku kebijakan dapat mengambil peluang dari dampak positif yang ditimbulkan, serta perlu untuk melakukan tindakan preventif untuk mengakomodir dampak negatif yang mungkin akan terjadi akibat dari kegiatan wisatawan.*

**Keywords:** *Destinasi Wisata, Halal Tourism, Industri Wisata, Supply Chain Management, Surakarta,*

### A. INTRODUCTION

Wisata dan pariwisata merupakan dua istilah yang sering digunakan secara bergantian, terdapat perbedaan signifikan dalam konteks dan aplikasinya. Wisata merupakan aktivitas yang dilakukan untuk mengunjungi lokasi atau tempat yang menarik dengan tujuan tertentu. Sedangkan pariwisata adalah cakupan yang lebih luas dari wisata, dalam pariwisata mencakup segala aspek terkait perjalanan dan kunjungan ke suatu tempat seperti penginapan dan transportasi serta segala aktivitas yang berkaitan dengan perjalanan. Dengan kata lain wisata merupakan bagian dari pariwisata. Terdapat beberapa jenis pariwisata yang berkembang saat ini, salah satunya adalah pariwisata halal atau *halal tourism*. *Halal Tourism* merupakan kegiatan wisata yang didukung layanan dan fasilitas yang memenuhi ketentuan syariah. *Halal tourism* dapat diartikan sebagai layanan wisata untuk memenuhi sesuai dengan hukum agama [1] [2]. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2024 Indonesia memiliki lebih dari 207 juta jiwa atau 87,2% memeluk agama islam. Di Asia, Jepang menjadi salah satu negara non-muslim yang gencar melakukan promosi *halal tourism* dan paling banyak di “tweet” di sosial media oleh wisatawan [3]. Pada tahun 2019, Indonesia diakui sebagai destinasi wisata halal terbaik di dunia oleh *Global Muslim Travel Index*, tentu hal ini perlu dijaga untuk keberlanjutannya.

Konsep *halal tourism* berbeda dengan konsep *Chinatown* diberbagai negara, *halal tourism* fokus pada ketersediaan layanan dan fasilitas yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam sedangkan *Chinatown* menampilkan budaya dan kuliner khas Tionghoa. Halal tourism menjadi potensi industri yang sedang berkembang bagi negara muslim dan non-muslim [4] [5] [6]. *Halal tourism* menjadi industri pariwisata yang berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi, sosial budaya dan lingkungan di Indonesia [7] [8]. Pada tahun 2017, 30 negara menjadi

destinasi *halal tourism*, meskipun hanya ada 46 negara dengan mayoritas penduduk muslim [9]. Indonesia sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia harus dapat bersaing untuk menjadi pusat *halal tourism*. Hal tersebut menjadi sebuah keunggulan untuk dapat mengembangkan *halal tourism* di Indonesia

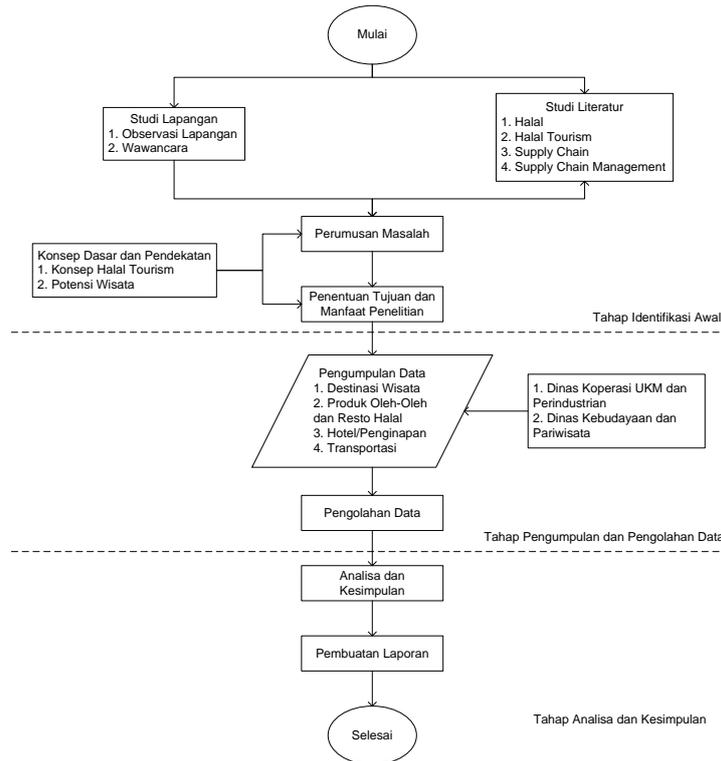
Kota Surakarta merupakan salah satu tujuan wisata favorit dalam beberapa tahun terakhir, hal ini dibuktikan dengan adanya peningkatan jumlah wisatawan hampir 100% pada tahun 2023 dan menargetkan sebanyak 1,5 juta wisatawan pada tahun 2024. Kota Surakarta memiliki potensi yang sangat menjanjikan untuk dikembangkan sebagai destinasi wisata halal, ditandai dengan adanya pilot project wisata kuliner halal. Secara umum, pengembangan destinasi wisata perlu memperhatikan 4 aspek yaitu *attraction*, *accessibility*, *amenities* dan *ancillary service* [13] [14]. Sedangkan aspek yang perlu diperhatikan pada *halal tourism* diantaranya persepsi masyarakat, makanan, akomodasi, produk, fasilitas ibadah, air, kamar mandi [12] [13] [14] [15] [16]. Keberhasilan pengembangan dan promosi destinasi wisata halal harus mengacu pada ajaran dan prinsip islam dalam seluruh aspek kegiatan pariwisata [17] serta perlu adanya peningkatan pada kualitas produk, infrastruktur, dukungan sosial dan institusi dan citra [18] [19]. Berdasarkan latar belakang masalah tersebut dapat dirumuskan masalah berupa bagaimana melakukan pemetaan dan mengidentifikasi potensi *halal tourism* yang ada di Kota Surakarta untuk mewujudkan *halal tourism*. Sehingga penelitian ini bertujuan untuk mengetahui potensi *halal tourism* dalam perspektif *supply chain management* di Kota Surakarta.

## B. LITERATURE

Penelitian sejenis terkait *halal tourism* di Indonesia telah banyak dilakukan. Beberapa penelitian tersebut antara lain oleh Oktifani Winarti tahun 2017 membahas mengenai upaya Indonesia dalam mengembangkan *halal tourism* untuk menarik wisatawan salah satunya adalah *tourism brand* [20], penelitian serupa dilakukan oleh Subarkah tahun 2020 terkait dengan *destination branding* dan *campaign* terkait *halal tourism* [21]. Selanjutnya penelitian yang dilakukan oleh Onni Meirezaldi tahun 2020 mengenai tantangan mengembangkan *halal tourism* di Indonesia pada sertifikasi halal yang perlu dijaga keberlanjutan dan tidak hanya sekedar sertifikasi [22], dan A. Rasyid pada tahun 2019 dan Husni Pasarela tahun 2022 membahas mengenai strategi pengembangan pada *halal tourism* [23] [24]. Selanjutnya penelitian Izza Firdausi tahun 2017 mengenai *halal tourism* di daerah Lombok sebagai studi kasusnya [25]. Secara umum, penelitian yang dilakukan adalah seputar *branding* serta strategi yang dilakukan untuk mendukung *halal tourism*. Sedangkan penelitian ini melakukan pemetaan terhadap potensi wisata yang ada untuk menunjang *halal tourism* di Kota Surakarta.

## C. RESEARCH METHOD

Penelitian dilakukan secara deskriptif kualitatif dan melalui tiga tahapan yaitu tahap identifikasi awal meliputi studi lapangan, studi literatur dan perumusan masalah. Studi lapangan dilakukan dengan mengunjungi dan melakukan wawancara dengan dinas terkait, lalu dilakukan studi literatur terkait *halal tourism* dan merumuskan masalah berdasarkan studi lapangan dan literatur yang dilakukan. Kemudian tahap pengumpulan dan pengolahan data meliputi pengumpulan data sekunder dan primer serta pengolahan data. Data primer diperoleh dengan melakukan survei ke titik lokasi tujuan pariwisata untuk mengidentifikasi indikator-indikator yang sesuai, sedangkan data sekunder diperoleh dari beberapa *platform* yang tersedia di internet seperti *google*, *online travel agent* (OTA), dan situs *solocity.travel*. Selanjutnya adalah tahap akhir meliputi melakukan analisis dan menarik kesimpulan dari hasil pengolahan data yang telah dilakukan. Alur penelitian dapat dilihat pada Gambar 1 sebagai berikut:

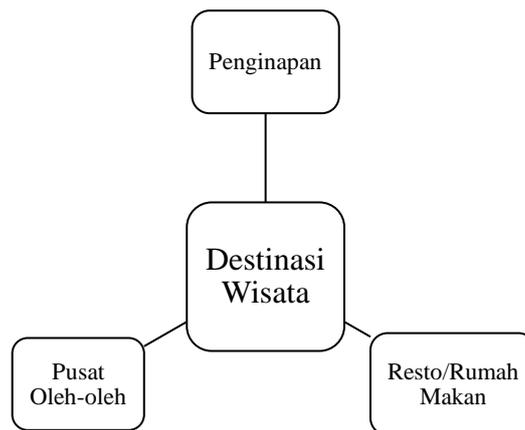


Gambar 1. Alur penelitian *halal tourism*

## D. RESULT AND DISCUSSION

### D.1. Result

Dalam sudut pandang *supply chain*, jaringan *tourism* secara umum dapat digambarkan menjadi Destinasi Wisata – Penginapan – Resto/Rumah Makan – Pusat Oleh-oleh. Secara umum, entitas *supply chain* dalam jaringan *tourism* dapat dilihat pada Gambar 2 sebagai berikut:



Gambar 2. Jaringan *supply chain tourism*

Berdasarkan jaringan *supply chain tourism* tersebut, pengumpulan data perlu dilakukan pada setiap jaringan rantai pasok tersebut. Berdasarkan data dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surakarta terdapat 21 objek wisata yang dapat dikunjungi sebagai destinasi wisata di Kota Surakarta. Daftar objek wisata tersebut dapat dilihat pada Tabel 1 sebagai berikut:

Tabel 1. Objek Wisata di Kota Surakarta

No	Objek Wisata
1	Benteng Trade Center (BTC)
2	Gladag Langen Bogan (Galabo)
3	Kampung Batik Kauman
4	Kampung Batik Laweyan
5	Masjid Agung
6	Pasar Antik Triwindu
7	Pasar Gedhe
8	Pusat Grosir Solo (PGS)
9	Pucangsawit Langen Bogan (Pulabo)
10	Taman Balekambang
11	Taman Satwa Taru Jurug (Solo Safari)
12	Wayang Orang Sriwedari
13	Makam Habib Ali
14	Kampung Situs Budaya Baluwarti
15	Ketoprak Balekambang
16	Kraton Kasunanan Surakarta
17	Museum Batik Danar Hadi
18	Museum Keris
19	Museum Lokananta
20	Museum Radya Pustaka
21	Pura Mangkunegaran

Selanjutnya, rantai penginapan di Kota Surakarta dilakukan identifikasi melalui *google* dan beberapa platform *online travel agent* (OTA). Untuk menunjang *halal tourism* maka penginapan dengan label syariah menjadi pilihan yang akan diidentifikasi. Berdasarkan hasil survey terdapat 9 lokasi penginapan berlabel syariah yang ada di platform OTA dan teridentifikasi melalui *google*. Daftar penginapan syariah di Kota Surakarta dapat dilihat pada Tabel 2 sebagai berikut:

Tabel 2. Penginapan Syariah di Kota Surakarta

No	Penginapan Syariah di Kota Surakarta
1	Super OYO 2209 Solo Point Guest House Syariah
2	D'Madinah Residence Syariah Hotel Solo
3	RedDoorz Syariah near Purwosari Station
4	The Amrani Syariah Hotel
5	Super OYO 1506 Shabrina 2 Syariah
6	OYO 338 Guest House Omah Manahan Syariah
7	RedDoorz Syariah near Stadion Manahan Solo 2
8	OYO 3338 Wisma Anugerah Syariah
9	OYO 3831 Pelangi Residence Syariah

Sedangkan pada rantai Resto/Rumah Makan di Kota Surakarta, terdapat 5 kuliner yang paling dicari oleh wisatawan menurut Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surakarta yaitu sate buntel, tengkleng, nasi liwet, timlo solo dan roti mandarin sehingga jenis makanan tersebut menjadi pilihan untuk diidentifikasi sebagai penunjang jaringan *supply chain tourism*. Berdasarkan situs *solocity.travel* terdapat 46 resto/rumah makan menjual sate dan tengkleng, 2 resto/rumah makan menjual nasi liwet dan 1 resto/rumah makan menjual timlo solo. *Solocity.travel* merupakan situs resmi yang dikelola oleh Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surakarta yang digunakan sebagai panduan bagi wisatawan yang akan mengunjungi Kota Surakarta. Daftar resto/rumah makan dapat dilihat pada Tabel 3. sebagai berikut:

Tabel 3. Daftar kuliner di Kota Surakarta

	Sate Buntel dan Tengkleng	Nasi Liwet	Timlo Solo
<b>Kecamatan Laweyan</b>	Sate Kambing H. Man Kulit		Timlo Sastro 2
	Sate Jerohan Sapi Yu Rebi		
	Sate Kambing Pak Manto		
	Tengkleng Mbak Diah		
	Warung Makan Sate Kambing Pak Man		

	Sate Kambing Joyo Roso		
	Sate Kambing Muda Mbak Tutik		
	Sate Kambing Sido Mampir Pak Pardi Inggun		
<b>Kecamatan Pasar Kliwon</b>	Warung Sate Kambing Pak Narto		
	Sate Kambing Pak Giyono		
	Sate Bu Salamah		
	Sate Kambing Bu Hj. Bejo		
	Tengkleng Klewer Bu Edi		
	Sate Buntel Kedai Priyayi		
	Warung Sate Kambing Muda Bu Pariyem		
	Sate Kambing Pak Min Sampangan		
	Sate Kambing Bang Umar		
	Sate Kambing Mas Wal		
	Sate Kambing Pak Mesran		
	Sate Kambing Mario		
	Sate Kambing Mas Mar		
	Sate Pak Yadi		
<b>Kecamatan Serengan</b>	Sate Kambing Mas Di		
	Sate Kambing Mbak Tin		
	Sate Kambing Murni		
	Sate Kambing Asli Tambaksegaran		
	Warung Makan Tengkleng Barokah		
<b>Kecamatan Banjarsari</b>	Warung Tengkleng Bu Jito Dlidir	Warung Nasi Liwet Manyar	
	Sate Kambing Sumber Pak Dahlan	Nasi Liwet Bu Wongso Lemu	
	Sate Kambing Mbok Galak		
	Sate & Tengkleng Mas Kun		
	Sate Kambing Pak H. Bejo		
	Sate Kambing Pak Samin		
	Sate Kambing Pak Mardi		
	Sate Kambing-Buntel Pak H. Kasdi		
	Sate Kambing "HIDAYAH" Pak Bejo		
	Sate Kambing Pak Man 354		
	Sate Kambing Pak Karto		
	Sate Kambing Mbak Pur		
	Sate Kambing Pak H. Bejo Cabang Lojiwetan		
Sate Kambing Pak Yadi Jaman			
<b>Kecamatan Jebres</b>	Sate Kambing Mbak Puji		
	Sate Kambing Muda Kondang Laris		
	Warung Sate Kambing "Pak Hadi"		
	Warung Makan Sate Kambing Mas Pur		
	Sate Kambing "Pak H. Djaman"		

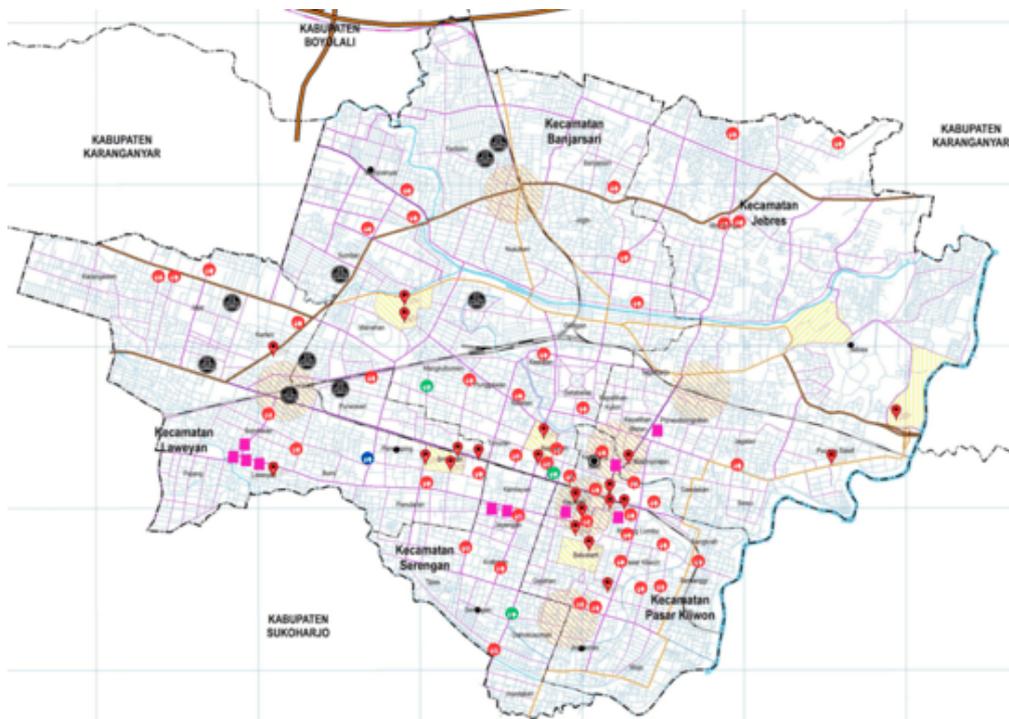
Titik rantai terakhir pada toko oleh-oleh dan *souvenir* terdapat 11 lokasi pusat oleh-oleh dan *souvenir* di Kota Surakarta yang teridentifikasi melalui *google*. Diketahui terdapat 2 toko

oleh-oleh dan *souvenir* berlokasi di Kecamatan Jebres, 4 toko oleh-oleh dan *souvenir* di Kecamatan Laweyan, 2 toko oleh-oleh dan *souvenir* di Kecamatan Serengan dan 2 toko oleh-oleh dan *souvenir* di Kecamatan Pasar Kliwon. Daftar toko oleh-oleh dan *souvenir* dapat dilihat pada Tabel 4. sebagai berikut:

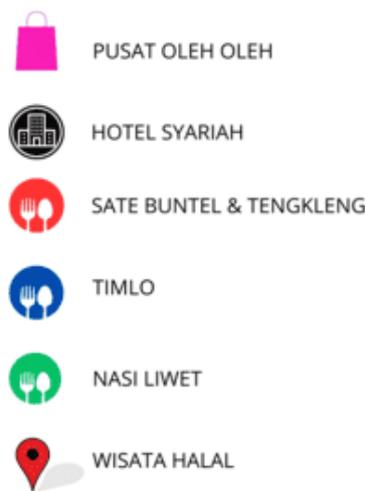
Tabel 4. Toko oleh-oleh dan *souvenir* di Kota Surakarta

No	Toko oleh-oleh dan <i>souvenir</i>
1	Pasar Klewer Solo
2	Toko Roti Orion
3	Sentra Oleh-oleh Mesran
4	Pasar Gede
5	Kampung Batik Laweyan
6	Pusat Grosir Solo
7	Toko Oleh-oleh Cokro
8	Toko Oleh-oleh Javenir
9	Toko Oleh-oleh Bu Jono
10	Toko Oleh-oleh Era Jaya
11	Toko Oleh-oleh Makutho Solo

Berdasarkan data yang telah dikumpulkan selanjutnya dapat digambarkan dalam sebuah map untuk pemetaan lokasi setiap jaringan rantai pasok untuk *halal tourism*. Pemetaan potensi *halal tourism* dapat dilihat pada Gambar 3 sebagai berikut:



Gambar 3. Pemetaan potensi *halal tourism* Kota Surakarta



Gambar 4. Keterangan simbol dalam peta.

#### D.2. Discussion

Untuk mendukung *halal tourism* perlu dilakukan survei terkait beberapa kriteria yaitu ketersediaan air, kamar mandi dan tempat ibadah. Berdasarkan hasil survei lapangan yang dilakukan 1 objek wisata yang tidak dapat ditemui yaitu Pucangsawit Langen Bogan (Pulabo). Beberapa sumber menyebutkan bahwa lokasi tersebut sudah tidak aktif dengan alasan tertentu. 1 objek wisata yaitu Museum Radya Pustaka tidak memiliki tempat ibadah, sehingga wisatawan perlu mencari tempat ibadah disekitar objek wisata atau mengatur jadwal kedatangan agar tidak mengganggu jadwal sholat. Beberapa informasi terkait objek wisata bersifat rahasia oleh dinas terkait, sehingga tidak ada data valid terkait jumlah data kunjungan wisatawan dan tidak dapat mengetahui objek wisata yang paling sering dikunjungi wisatawan.

Dalam hal penginapan tidak banyak informasi yang bisa didapatkan bagaimana peran dalam mendukung *halal tourism*. Survei dilakukan dengan mengidentifikasi hotel atau penginapan dengan label syariah. Kemudian dilakukan survei secara *online* terkait fasilitas yang disediakan. Larangan pada minuman alkohol, desain kamar mandi, persyaratan *check-in* menjadi kriteria yang disurvei. Seluruh hotel atau penginapan syariah di Kota Surakarta telah memenuhi kriteria tersebut, sehingga wisatawan tidak perlu khawatir dan bebas memilih tempat untuk menginap.

Untuk produk makanan terdapat 927 UMKM produk makanan yang mengajukan sertifikasi halal dengan metode *self declare* berdasarkan data Dinas Koperasi Usaha Kecil Menengah dan Perindustrian Kota Surakarta. Kemudian dilakukan simplifikasi terkait produk makanan yang paling dicari wisatawan. Berdasarkan data Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kota Surakarta terdapat 5 kuliner yang paling dicari yaitu sate buntel, tengkleng, nasi liwet, timlo solo dan roti mandarin. Sehingga survei dilakukan pada 5 kuliner tersebut. Semua kuliner tersebut tersebar di 5 kecamatan di Kota Surakarta. Produk makanan lain juga tersedia di Toko oleh-oleh dan *souvenir* yang produknya sudah terverifikasi halal berupa makanan ringan dan roti.

Berdasarkan pemetaan yang dilakukan, tujuan wisata dominan di daerah Kecamatan Pasar Kliwon. Hal ini akan memberikan dampak positif dan negatif dari kegiatan wisatawan. Hal tersebut dapat ditinjau dari 3 aspek yaitu lingkungan, ekonomi dan sosial. Dampak positif yang dapat ditimbulkan dari aspek ekonomi adalah peningkatan ekonomi lokal akibat dari segala kegiatan wisatawan tersebut hal ini menjadi peluang bagi UMKM lokal untuk dapat mengenalkan produk yang dimiliki ke khalayak luas. Dari aspek sosial, yaitu terjadinya

promosi serta interaksi budaya dan lingkungan lokal sehingga bisa menjadi peluang untuk mengembangkan daerah tersebut. Kemudian dari aspek lingkungan, kegiatan wisatawan akan berpotensi terjadi peningkatan polusi udara, kemacetan lalu lintas, serta sampah terutama sampah plastik dan sisa makanan. Hal ini perlu menjadi perhatian bagi pemangku kebijakan untuk dapat mengakomodir dari dampak yang dapat ditimbulkan tersebut. Di sisi lain, lokasi kecamatan yang tidak banyak di kunjungi sebagai tujuan wisata perlu menemukan potensi yang dimiliki wilayahnya dan menjadi peluang untuk mempromosikan potensi agar dapat dikenal dan menjadi tujuan wisata sehingga tujuan wisata lebih tersebar merata ke seluruh penjuru Kota Surakarta. Bagi pelaku usaha, peluang tersebut dapat berupa pembukaan cabang usaha di lokasi yang masih belum ramai walaupun perlu dikaji lebih lanjut.

## E. CONCLUSION

Berdasarkan analisa yang dilakukan dapat disimpulkan Kota Surakarta memiliki potensi untuk mengembangkan *halal tourism*. Dari perspektif *supply chain management* ketersediaan objek wisata, penginapan, resto/rumah makan dan toko oleh-oleh dan *souvenir* telah dapat dikategorikan sebagai ramah muslim. Bagi para pemangku kebijakan dapat mengambil peluang dari dampak positif yang ditimbulkan dan perlu untuk menjaga keberlanjutan agar tidak sekedar wacana, serta perlu untuk melakukan tindakan preventif untuk mengakomodir dampak negatif yang mungkin akan terjadi akibat dari kegiatan wisatawan.

## F. UCAPAN TERIMAKASIH

Penulis mengucapkan terimakasih kepada Kemendikbudristekdikti yang telah memberi dukungan finansial pada penelitian ini dalam skema Penelitian Dosen Pemula Tahun 2024.

## Bibliography

- [1] A. Vargas-Sánchez and M. Moral-Moral, "Halal tourism: literature review and experts' view," *J. Islam. Mark.*, vol. 11, no. 3, pp. 549–569, 2020, doi: 10.1108/JIMA-04-2017-0039.
- [2] N. S. adah Muhamad, S. Sulaiman, K. A. Adham, and M. F. Said, "Halal Tourism: Literature synthesis and direction for future research," *Pertanika J. Soc. Sci. Humanit.*, vol. 27, no. 1, pp. 729–745, 2019.
- [3] S. Ainin, A. Feizollah, N. B. Anuar, and N. A. Abdullah, "Sentiment analyses of multilingual tweets on halal tourism," *Tour. Manag. Perspect.*, vol. 34, no. January 2019, p. 100658, 2020, doi: 10.1016/j.tmp.2020.100658.
- [4] Z. Samori, N. Z. Md Salleh, and M. M. Khalid, "Current trends on Halal tourism: Cases on selected Asian countries," *Tour. Manag. Perspect.*, vol. 19, pp. 131–136, 2016, doi: 10.1016/j.tmp.2015.12.011.
- [5] A. Feizollah, M. M. Mostafa, A. Sulaiman, Z. Zakaria, and A. Firdaus, "Exploring halal tourism tweets on social media," *J. Big Data*, vol. 8, no. 1, 2021, doi: 10.1186/s40537-021-00463-5.
- [6] A. Vargas-Sánchez and M. Moral-Moral, "Halal tourism: state of the art," *Tour. Rev.*, vol. 74, no. 3, pp. 385–399, 2019, doi: 10.1108/TR-01-2018-0015.

- [7] A. Jaelani, "Halal Tourism Industry in Indonesia:," 2020, doi: 10.2991/aebmr.k.201116.027.
- [8] T. Rasul, "The trends, opportunities and challenges of halal tourism: a systematic literature review," *Tour. Recreat. Res.*, vol. 44, no. 4, pp. 434–450, 2019, doi: 10.1080/02508281.2019.1599532.
- [9] Y. Yagmur, R. Ehtiyar, and A. Aksu, "Evaluation of halal tourism in terms of bibliometric characteristics," *J. Islam. Mark.*, vol. 11, no. 6, pp. 1601–1617, 2020, doi: 10.1108/JIMA-05-2019-0101.
- [10] B. Sunaryo, *Kebijakan Pembangunan Destinasi Pariwisata Konsep dan Aplikasinya di Indonesia*. Yogyakarta: Gava Media, 2013.
- [11] I. G. N. Suwena, I Ketut; Widyatma, *Pengetahuan Dasar Ilmu Pariwisata*. Bali: Udaya University Press, 2010.
- [12] T. W. Putra, B. T. Possumah, and K. L. Sikki, "Halal Tourism Opportunities and Challenges in Toraja's Muslim Minority," *Karsa J. Soc. Islam. Cult.*, vol. 29, no. 2, pp. 161–185, 2021, doi: 10.19105/karsa.v29i2.5215.
- [13] E. Boğan and M. Sarıışık, "Halal tourism: conceptual and practical challenges," *J. Islam. Mark.*, vol. 10, no. 1, pp. 87–96, 2019, doi: 10.1108/JIMA-06-2017-0066.
- [14] W. Widodo, S. H. Situmorang, A. N. Lubis, and P. Lumbanraja, "Halal Tourism: Development, Challenges and Opportunities," *Front. Bus. Econ.*, vol. 1, no. 2, pp. 50–58, 2022, doi: 10.56225/finbe.v1i2.85.
- [15] M. Parhan, M. Rindu Fajar Islamy, N. Budiyanti, R. Hari Nugraha, G. Eka Subakti, and A. Fuaddin, "the Opportunities and Challenges Halal Tourism in Bandung-Indonesia Regency," *J. IPTA*, vol. 9, no. 1, p. 81, 2021, doi: 10.24843/ipta.2021.v09.i01.p08.
- [16] X. Jia and Z. Chaozhi, "'Halal tourism': is it the same trend in non-Islamic destinations with Islamic destinations?," *Asia Pacific J. Tour. Res.*, vol. 25, no. 2, pp. 189–204, 2020, doi: 10.1080/10941665.2019.1687535.
- [17] M. Battour and M. N. Ismail, "Halal tourism: Concepts, practises, challenges and future," *Tour. Manag. Perspect.*, vol. 19, pp. 150–154, 2016, doi: 10.1016/j.tmp.2015.12.008.
- [18] M. F. A. Prawira *et al.*, "Halal Tourism Destination from Tourist Perspectives: A Review," *J. Tour. Sustain.*, vol. 3, no. 1, pp. 50–60, 2023, doi: 10.35313/jtospolban.v3i1.75.
- [19] S. Rahmawati, W. E. Prahadipta, and P. Anggahegari, "A Review of Halal Tourism Implementation in Indonesia towards A Global Perspective," *J. Halal Sci. Ind. Bus.*, vol. 1, no. 1, pp. 1–14, 2023, doi: 10.31098/jhasib.v1i1.1584.
- [20] O. Winarti, "Halal Tourism in Indonesia: Does it attract only Muslim Tourists?," *J. Stud. Komun. (Indonesian J. Commun. Stud.)*, vol. 1, no. 3, pp. 232–239, 2017, doi: 10.25139/jsk.v1i3.139.
- [21] A. R. Subarkah, Junita Budi Rachman, and Akim, "Destination Branding Indonesia

- Sebagai Destinasi Wisata Halal,” *J. Kepariwisata Destin. Hosp. dan Perjalanan*, vol. 4, no. 2, pp. 84–97, 2020, doi: 10.34013/jk.v4i2.53.
- [22] O. Meirezaldi, “Halal Tourism Industry in Indonesia:,” vol. 154, no. AICoBPA 2019, pp. 126–129, 2020, doi: 10.2991/aebmr.k.201116.027.
- [23] A. Rasyid, “Sustainable Development of Halal Tourism in Indonesia: Opportunities and Challenges,” 2019, doi: 10.4108/eai.26-1-2019.2283271.
- [24] Husni Pasarela, Andri Soemitra, and Zuhrial M Nawawi, “Halal Tourism Development Strategy in Indonesia,” *Konfrontasi J. Kult. Ekon. dan Perubahan Sos.*, vol. 9, no. 1, pp. 14–26, 2022, doi: 10.33258/konfrontasi2.v9i1.188.
- [25] I. Firdausi, S. Marantika, Z. N. Firdaus, and R. Sajidah, “Lombok: Halal Tourism as a New Indonesia Tourism Strategy,” 2017, doi: 10.15242/heaig.h0317447.