

## **EKSPLORASI MOTIVASI DAN HARAPAN WISATAWAN MUSLIM DOMESTIK TERHADAP KEBERADAAN KLASTER WISATA HALAL DI INDONESIA**

**Suci Putri Aghliyah<sup>1</sup>, Rizki Ardiansyah<sup>2</sup>, Mohammad Fauzi<sup>3</sup>,**

**Muhammad Ersya Faraby<sup>4</sup>**

Universitas Trunojoyo Madura

220721100164@student.trunojoyo.ac.id<sup>1</sup>, 220721100029@student.trunojoyo.ac.id<sup>2</sup>,

220721100001@student.trunojoyo.ac.id<sup>3</sup>, ersya.faraby@trunojoyo.ac.id<sup>4</sup>

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi motivasi dan harapan wisatawan muslim domestik terhadap keberadaan klaster wisata halal di Indonesia. Penelitian ini mengkaji bagaimana sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan mendorong pemilihan destinasi halal. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif deskriptif, dengan teknik pengambilan sampel teknik *purposive sampling* dan pengumpulan data melalui wawancara mendalam. Responden yang ditargetkan adalah wisatawan muslim minimal 17 tahun yang pernah berkunjung ke setidaknya satu destinasi dengan elemen klaster wisata halal. Temuan penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan kebijakan, peningkatan kualitas layanan destinasi, serta penyusunan strategi pemasaran pariwisata halal yang efektif dan berkelanjutan.

Kata Kunci : Motivasi dan Harapan, Wisata Muslim, Klaster Wisata Halal

### **PENDAHULUAN**

Perkembangan wisata halal telah menjadi salah satu tren signifikan dalam industri pariwisata global dalam satu dekade terakhir. Hal ini tidak terlepas dari meningkatnya jumlah wisatawan muslim yang menginginkan layanan pariwisata yang sesuai dengan prinsip syariah, baik dari aspek konsumsi, akomodasi, maupun pengalaman wisata secara keseluruhan<sup>1</sup>. Konsep wisata halal mencakup praktik yang memperhatikan kebutuhan ibadah dan kenyamanan wisatawan muslim, sehingga destinasi wisata perlu mengembangkan fasilitas ramah Muslim untuk meningkatkan daya tariknya. Dengan semakin kompetitifnya industri pariwisata, pemahaman terhadap motivasi dan harapan wisatawan muslim domestik menjadi sangat penting untuk memperkuat strategi pengembangan destinasi halal di Indonesia.

---

<sup>1</sup> Battour & Ismail,

Indonesia memiliki potensi besar dalam pengembangan wisata halal. Laporan Global Muslim Travel Index (GMTI) 2023 menunjukkan bahwa Indonesia berhasil mempertahankan posisi sebagai salah satu destinasi ramah muslim terbaik di dunia<sup>2</sup>. Prestasi ini turut didukung oleh temuan Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah<sup>3</sup>, yang menyatakan bahwa Indonesia menempati peringkat pertama destinasi wisata halal global. Pencapaian tersebut menggambarkan meningkatnya kesadaran pemerintah dan pelaku industri pariwisata dalam menghadirkan layanan wisata yang memenuhi prinsip syariah. Namun, keberhasilan ini perlu dikaji lebih dalam terkait bagaimana wisatawan muslim domestik memaknai pengalaman berwisata halal serta harapan mereka terhadap layanan yang diberikan.

Di sisi lain, perkembangan wisata halal tidak hanya ditentukan oleh kebijakan dan fasilitas, tetapi juga oleh bagaimana destinasi membangun citra yang ramah bagi wisatawan Muslim<sup>4</sup>, menekankan bahwa konsep *muslim friendly tourism* (MFT) harus terintegrasi dalam strategi *branding* destinasi untuk menciptakan kesan positif bagi wisatawan. Setelah melalui berbagai upaya pemulihan pariwisata pascapandemi, kebutuhan wisatawan muslim terhadap pelayanan berbasis nilai keagamaan menjadi lebih beragam dan kompleks. Oleh karena itu, dibutuhkan pemahaman mendalam mengenai faktor-faktor yang mendorong mereka memilih destinasi halal serta bentuk pelayanan yang mereka harapkan.

Data Badan Pusat Statistik menunjukkan peningkatan jumlah perjalanan wisata domestik, termasuk wisatawan muslim yang berkontribusi signifikan terhadap perputaran ekonomi pariwisata nasional<sup>5</sup>. Seiring bertambahnya minat terhadap wisata halal, penelitian terkait dinamika perilaku wisatawan muslim di Indonesia juga semakin berkembang. Misalnya, studi melalui analisis bibliometrik menemukan bahwa riset wisata halal di Indonesia mengalami peningkatan pesat dalam lima tahun terakhir, mencakup tema preferensi wisatawan, pengembangan destinasi, dan tantangan implementasi layanan halal<sup>6</sup>. Kondisi ini mengindikasikan pentingnya eksplorasi baru terkait motivasi dan harapan wisatawan muslim domestik sebagai dasar untuk penguatan klaster wisata halal di berbagai daerah.

---

<sup>2</sup> (Mastercard, 2023.)

<sup>3</sup> (KNEKS, 2023.)

<sup>4</sup> Çetin & Dinçer,

<sup>5</sup> (BPS, 2023)

<sup>6</sup> (Kurniawan et al., 2025.)

Selain itu, sejumlah penelitian empiris juga menyoroiti implementasi konsep wisata halal pada tingkat destinasi lokal<sup>7</sup>. mengemukakan bahwa Jawa Timur memiliki peluang besar dalam menarik wisatawan muslim global melalui pengembangan fasilitas ibadah, kuliner halal, serta destinasi ramah keluarga. Sementara itu, penerapan konsep wisata halal di destinasi seperti Farmhouse Susu Lembang masih menghadapi tantangan dalam penyediaan fasilitas syariah secara komprehensif<sup>8</sup>. Temuan-temuan tersebut menunjukkan adanya kesenjangan antara kebutuhan wisatawan Muslim dan kesiapan beberapa destinasi, sehingga pemahaman terhadap motivasi dan harapan wisatawan menjadi semakin relevan.

Dalam konteks perkembangan teknologi dan perubahan perilaku wisatawan<sup>9</sup>, menekankan bahwa wisata halal di Indonesia memasuki era baru yang dipengaruhi oleh teknologi berpusat pada manusia (*Society 5.0*), di mana wisatawan menginginkan layanan yang lebih personal, cepat, dan terintegrasi dengan digitalisasi. Hal ini juga mendorong munculnya kebutuhan penelitian yang lebih mendalam untuk memahami ekspektasi wisatawan muslim terhadap aspek layanan, keamanan, kenyamanan, hingga pengalaman spiritual selama berwisata. Pemahaman tersebut sangat dibutuhkan agar destinasi mampu beradaptasi dan bersaing dalam industri pariwisata halal yang semakin kompetitif.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini menjadi penting untuk dilakukan guna mendalami bagaimana wisatawan muslim domestik memaknai konsep wisata halal, motivasi apa yang mendorong mereka memilih destinasi tertentu, serta harapan mereka terhadap pengembangan klaster wisata halal di Indonesia. Temuan penelitian diharapkan mampu memberikan kontribusi dalam pengembangan kebijakan, peningkatan kualitas layanan destinasi, serta penyusunan strategi pemasaran pariwisata halal yang lebih efektif dan berkelanjutan.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif deskriptif, yang merupakan penelitian dengan cara mendeskripsikan fakta-fakta yang ada dilapangan dengan keadaan atau kondisi

---

<sup>7</sup> Rahman, (2023)

<sup>8</sup> Tsania et al., (2023)

<sup>9</sup> Suhendar & Sholihah, (2025)

yang sebenarnya terjadi dilapangan<sup>10</sup>. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Pendekatan kualitatif dipilih karena ingin mendapatkan pemahaman mendalam tentang pengalaman individu dan menggali makna yang terkandung dalam konteks sosial ekonomi yang berubah<sup>11</sup>. Teknik pengambilan sampel dengan *purposive sampling* dengan penentuan sampel dengan pertimbangan tertentu<sup>12</sup>. Teknik pengumpulan data dengan wawancara mendalam. Instrumen yang diajukan peneliti oleh responden untuk informasi yang lebih rinci, mendalam, dan kualitatif<sup>13</sup>. Karakteristik wisata muslim yang dimaksud dalam penelitian ini dengan kriteria minimal 17 tahun yang pernah berkunjung ke setidaknya 1 destinasi yang diklaim atau memiliki elemen klaster wisata halal. Peneliti bertindak sebagai instrumen utama dalam penelitian yang bertugas menentukan fokus penelitian dan memilih narasumber yang relevan. Teknik pengolahan dan analisis data mencakup pengumpulan data, reduksi data, pemilihan data yang relevan, dan analisis secara mendalam.

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### A. Motivasi Wisatawan Domestik

Motivasi wisatawan merupakan kekuatan pendorong seseorang dalam memunculkan keinginan untuk kemudian membentuk harapan terhadap pengalaman yang akan dijalani melakukan perjalanan wisata, sehingga motivasi dan harapan wisatawan merujuk pada keinginan seseorang untuk berkunjung ke suatu tempat wisata, yang biasanya disebabkan oleh banyak hal, diantaranya pengalaman sebelumnya, promosi dan reputasi<sup>14</sup>. Motivasi wisatawan muslim terdiri dari faktor internal seperti pengalaman spiritual, dan kebutuhan kemanan nilai-nilai agama, serta faktor eksternal berupa ketersediaan fasilitas halal, sitra destinasi, dan atraksi

---

<sup>10</sup> Nor Rifki Riyanto and Muhammad Ersya Faraby, "Impelementasi Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata Syariah Berdasarkan Fatwa DSN-MUI No.108/DSN-MUI/X/2016 (Studi Pada Hotel Syariah C1 Sumenep)," *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* 7, no. 2 (2022): 227–38.

<sup>11</sup> Syifa Shaunil Wafa, Hilmianti, and Lalu M. Furkan, "Dinamika Inovasi Pada Klaster Pariwisata Mandalika Untuk Mendukung Pariwisata Berkelanjutan," *Jurnal Riset Pemasaran* 3 (2024): 52–63.

<sup>12</sup> Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, ed. Sutopo (Bandung: ALFABETA, cv, 2023).

<sup>13</sup> Ahmad Adil, Yunita Liana, and Rini Mayasari, *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif: Teori Dan Praktik*, ed. Neila Slung and Rantika Maida Sahara, Cetakan Pe (Padang: Get Press Indonesia, 2024).

<sup>14</sup> Deni Marsha, Irfan Kharisma Putra, and Erick Karunia, "Analisis Metadata Terhadap Tinjauan Literatur Pariwisata Halal," *Jurnal Manajemen Dan Organisasi (JMO)* 16, no. 2 (2025): 231, <https://doi.org/10.29244/jmo.v16i2.62335>.

yang sesuai dengan prinsip syariah<sup>15</sup>. Beberapa studi empiris menemukan bahwa Tingkat kepuasan wisatawan akan meningkat jika atribut-atribut halal sesuai dengan ekspektasi para wisatawan, dan sebaliknya, jika terdapat ketidaksesuaian antara harapan dan kenyataan menurunkan kepuasan dan niat kunjung ulang<sup>16</sup>.

Membutuhkan kepastian kehalalan dalam segala aspek layanan, adalah motivasi utama bagi wisatawan domestik muslim. Aspek ini lebih dari sekedar pilihan; itu adalah kebutuhan teologis<sup>17</sup>. Keberadaan klaster wisata halal secara kolektif menawarkan janji kepastian ini, yang menjadi daya tarik utama.

### 1. Jaminan Konsumsi Halal

Kata “halal” berasal dari bahasa arab “halla”, “yahillu”, “hillan”, yang berarti “benar”, “dibolehkan” atau “diizinkan” oleh huium syara’, dan memiliki arti sebagai sesuatu yang diizinkan atau diizinkan oleh Allah<sup>18</sup>. Dalam konteks pariwisata, wisata halal mengikuti aturan yang terkait dengan prinsip islam. Wisata halal sendiri mencakup layanan tambahan, berbagai aksesibilitas, atraksi dan fasilitas yang dibuat untuk melengkapi kebutuhan dan keinginan wisatawan muslim. Contohnya adalah penyediaan makanan halal, tempat ibadah seperti mushola dan tempat berwudhu, serta layanan yang ramah bagi umat islam lainnya<sup>19</sup>. Selain menyediakan layanan halal, pariwisata halal melaksanakan prinsip ekonomi syariah. Prinsip seperti keadilan (*‘adl*), kejujuran (*sidq*), tanggung jawab (amanah), dan fokus pada keberlanjutan dan kesejahteraan yang merupakan dasar untuk membangun sistem pariwisata yang adil, moral, dan memberdayakan masyarakat<sup>20</sup>. Wisata halal bukan berarti mengubah bentuk aktivitas wisata secara substansial, tetapi menambahkan *value* berupa jaminan

---

<sup>15</sup> Aris Danu Arta and Khusnul Fikriyah, “Pengaruh Religiusitas Dan Pengetahuan Halal Terhadap Minat Berkunjung Pada Objek Wisata Di Mlang Raya,” *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam* 4 (2021): 179–87.

<sup>16</sup> Musnia, Rahmad Solling Hamid, and Edi Maszudi, “Islamic Tourism : Peran Atribut Wisata Halal Dalam Menentukan Kepuasan Dan Loyalitas Wisatawan,” *Jurnal Ekonomi&Ekonomi Syariah* 6, no. 2 (2023): 1890–1900.

<sup>17</sup> Mohamed Battour and Mohd Nazari Ismail, “Halal Tourism : Concepts, Practises, Challenges and Future,” *Tourism Management Perspectives*, 2015, 8–12, <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2015.12.008>.

<sup>18</sup> Muhammad Ersya Faraby and Taufiqur Rahman, “Analisis Pantai Lombang Kabupaten Sumenep Menjadi Destinasi Wisata Halal,” *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Bisnis Syariah* 6, no. 3 (2024): 1086, <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i3.3584>.

<sup>19</sup> Pandu Pamungkas, “TinjauanLiteratur Mengenai Keberlanjutan Kebijakan Pariwisata Halal Di Indonesia,” *JUPARITA : Jurnal Pariwisata Tawangmangu* 3, no. 1 (2025): 38–48.

<sup>20</sup> Nur Amal Mas, Nining Winda Irawati, and Sitti Aisyah, “Strategy for the Development of Halal Tourism: A Review of Sharia Economics at the Pincara Hot Springs in Masamba District, North Luwu Regency,” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 11, no. 02 (2025): 137.

kesesuaian dengan tuntutan agama serta pelayanan yang ramah dan hangat bagi setiap wisatawan muslim yang berkunjung<sup>21</sup>.

Dalam *World Tourism Organization* (WTO), konsumen wisata halal terdiri dari individu yang tidak hanya beragama islam tetapi juga individu non-muslim yang menginginkan kearifan lokal<sup>22</sup>. Konsep halal telah menjadi tren di banyak bidang ekonomi, termasuk di Indonesia dan masuk ke negara-negara yang mayoritas penduduknya non-muslim seperti Jepang, Australia, Thailand, dan Selandia Baru. Di beberapa negara, beberapa istilah digunakan untuk menggambarkan wisata syariah, seperti wisata islam, destinasi wisata yang ramah muslim, gaya hidup halal, dan sebagainya<sup>23</sup>. Terdapat beberapa faktor dalam mengukur pariwisata halal dalam segi administrasi dan pengelolaannya sebagai ukuran wisata tersebut, diantaranya<sup>24</sup>:

1. Pelayanan kepada wisatawan harus sesuai dengan syariat islam
2. Pengelola wisata dan karyawan harus disiplin dan menghormati syariat islam
3. Mengatur semua kegiatan agar tidak bertentangan dengan syariat islam
4. Bangunan harus sesuai dengan prinsip islam
5. Restoran harus memenuhi standar internasional dalam pengelolaan halal
6. Layanan transportasi harus memiliki sistem yang aman
7. Semua wisatawan muslim harus memiliki tempat untuk melakukan ibadah
8. Segala aspek wisata harus sesuai dengan syariat islam

Menurut Cooper (1998) dalam artikel Suryani (2021) menjelaskan bahwa terdapat beberapa komponen dalam pengembangan wisata halal, diantaranya<sup>25</sup>:

1. Daya Tarik (*Attactions*)

Dalam komponen ini terdiri dari obyek wisata berbasis alam, warisan budaya, hasil buatan manusia, atau acara-acara khusus (*special interest*) yang memancing minat pengunjung.

---

<sup>21</sup> Abdul Wahab, "Analisis Halal Value Chain Pada Pengembangan Produk Wisata Halal Makam Habib Basirih Di Kota Banjarmasin," *Ekonomica Sharia : Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Ekonomi Syariah* 9 (2023): 125.

<sup>22</sup> Muhammad Fadhlan and Eka Subakti, "Perkembangan Industri Wisata Halal Di Indonesia Dan Dunia," *Indonesian Journal of Halal* 5, no. 229 (2022): 77.

<sup>23</sup> Wahab, "Analisis Halal Value Chain Pada Pengembangan Produk Wisata Halal Makam Habib Basirih Di Kota Banjarmasin."

<sup>24</sup> Susie Suryani and Nawarti Bustaman, "Potensi Pengembangan Pariwisata Halal Dan Dampaknya Terhadap Pembangunan Ekonomi Daerah Provisnsi Riau," *Jurnal Ekonomi KIAT* 32, no. 2 (2021): 150.

<sup>25</sup> Suryani and Bustaman.

2. Aksesibilitas (*Accessibility*)

Merupakan kemudahan untuk menjangkau destinasi, yang didukung oleh sistem transportasi yang lengkap, yang mencakup rute perjalanan, terminal, bandara pelabuhan, dan berbagai transportasi yang memudahkan pergerakan wisatawan.

3. Fasilitas (*Amenities*)

Mencakup segala layanan penunjang yang dapat dinikmati wisatawan selama destinasi, seperti akomodasi hotel, restoran, pusat perbelanjaan, biro perjalanan, dan pusat informasi pariwisata.

4. Layanan pendukung (*Ancillary Services*)

Merupakan fasilitas tambahan yang mendukung kenyamanan dan kebutuhan wisatawan termasuk layanan kesehatan, perbankan, dan telekomunikasi.

5. Kelembagaan (*institution*)

Komponen ini menekankan pada peran serta dan keterkaitan seluruh pemangku kepentingan, termasuk pemerintah, pelaku usaha, dan masyarakat lokal, dan menciptakan tata kelola ekosistem pariwisata yang berkelanjutan.

Wisata Halal sendiri memiliki dampak yang signifikan terhadap pembangunan ekonomi yang berkelanjutan di suatu daerah setempat, sehingga dapat disimpulkan bahwa pengembangan dan pembangunana wisata halal dapat memberikan manfaat diantaranya:

1. Pengembangan pariwisata secara langsung dapat memicu pertumbuhan ekonomi daerah dengan mendorong aktivitas ekonomi daerah dengan mendorong aktivitas ekonomi di sekitar destinasi.
2. Sektor pariwisata membuka peluang lapangan kerja, baik langsung (sebagai bagian dari pegawai obyek wisata setempat) maupun tidak langsung (sebagai pedagang, pengusaha akomodasi, dll)
3. Pengembangan wisata halal juga dapat meningkatkan pendapatan masyarakat lokal melalui upah dan keuntungan dari usaha yang terkait wisata.
4. Adanya wisata halal menjadikan sektor-sektor ekonomi baru menjadi tumbuh seperti kuliner, karya UMKM, dan akomodasi.

5. Kehadiran wisatawan halal dapat menjadi efek yang baik bagi produk-produk unggulan lokal dan membentuk komunitas wirausaha yang menggerakkan perekonomian
6. Melalui kunjungan wisatawan dari manca negara menjadikan sektor pariwisata berkontribusi pada neraca pembayaran dan penerimaan devisa negara.

Wisatawan mengungkapkan bahwa kekhawatiran terbesar saat berwisata di destinasi umum adalah ketidakjelasan status kehalalan makanan dan minuman. Klaster wisata halal memberikan rasa aman (*peace of mind*) karena adanya:

- a. Sertifikasi Resmi: Restoran, kafe, dan penjual makanan lainnya yang memiliki Sertifikat Halal dari MUI (Majelis Ulama Indonesia) atau lembaga terpercaya lainnya menghilangkan keraguan konsumen.
- b. Manajemen Bahan Baku: Klaster dipercaya memastikan bahwa bahan baku tidak tercemar dengan bahan non-halal (seperti alkohol atau daging yang tidak disembelih secara syar'i).

*“Yang utama itu makanannya, kalau di klaster halal, saya tidak perlu repot cari yang ada logo halalnya, sudah pasti aman. Ini penting sekali untuk menjalankan perintah agama, agar rezeki dan apa yang kita makan itu berkah.” (Informan 1)*

## 2. Kemudahan Menunaikan Ibadah

Faktor kedua yang mendorong wisatawan domestik untuk beribadah adalah kemudahan dalam menjalankan ibadah mereka, terutama salat lima waktu. Dengan menjamin ketersediaan aksesibilitas fasilitas ibadah yang tinggi, seperti musala atau masjid yang mudah dijangkau, dan memadai di lokasi strategis seperti area peristirahatan, pusat perbelanjaan, dan objek wisata utama. Fasilitas pendukung di akomodasi, seperti penunjuk arah kiblat yang akurat dan peralatan salat (mukena dan sarung) yang bersih. Motivasi ini sesuai dengan gagasan perjalanan yang ramah Muslim, yang memastikan bahwa jadwal perjalanan tidak terganggu dan wisatawan dapat memenuhi kewajiban agama mereka dengan tenang, yang pada akhirnya memberikan nilai tambahan berupa ketenangan spiritual<sup>26</sup>.

---

<sup>26</sup> Hendry Ferdiansyah et al., “Pengembangan Pariwisata Halal Di Indonesia Melalui Konsep Smart Tourism,” *Journal of Sustainable Tourism Research* 2, no. 1 (2020): 30–34.

“*Mushola di sini gampang dicari. Itu sangat membantu. Bahkan di tempat makan yang besar sudah ada mushola yang layak, jadi tidak perlu terburu-buru dan bisa salat tepat waktu.*”  
(Informan 2)

### 3. Lingkungan Yang Mendukung

Selain faktor fisik, pengunjung domestik juga dimotivasi oleh harapan akan lingkungan sosial yang ramah. Klaster wisata halal dimaksudkan untuk mengurangi paparan terhadap hal-hal yang dianggap bertentangan dengan ajaran Islam, seperti pesta minuman keras atau pakaian terlalu terbuka. Lingkungan yang mendukung ketaatan ini menciptakan perasaan tenang secara spiritual, yang memberikan nilai tambahan yang tidak material. Motivasi ini mencerminkan persepsi budaya Indonesia tentang pariwisata sebagai hal yang ideal untuk dilakukan bersama keluarga tanpa mengorbankan nilai-nilai keagamaan.

#### **B. Harapan Wisatawan Domestik**

Dalam konteks pariwisata, klaster wisata didefinisikan sebagai konsentrasi atau jaringan yang terdiri dari beragam pemangku kepentingan kunci. Pihak-pihak ini antara lain penyedia akomodasi, restoran, biro perjalanan, pengelola atraksi wisata, usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM), serta para *supplier* pendukung keterkaitan dan sinergi di antara semua komponen inilah yang membentuk ekosistem pariwisata yang utuh dan saling menguatkan<sup>27</sup>. Konsep tersebut sebenarnya tercipta karena pendalaman dan pengembangan *halal value chain* pada sektor pariwisata, yaitu penyusunan rantai nilai yang memastikan setiap elemen dari pemasok makanan hingga layanan akomodasi memenuhi dan layak standar kehalalan dan saling terhubung dalam sebuah ekosistem regional<sup>28</sup>.

Pengembangan klaster wisata tidak hanya bertujuan mengelompokkan destinasi dalam satu kawasan, tetapi juga memastikan setiap unsur di dalamnya saling terhubung dan mampu menciptakan nilai tambahan yang lebih besar dibandingkan jika dikembangkan secara terpisah. Oleh karena itu diperlukan strategi yang terarah, konsisten, dan berbasis kebutuhan wisatawan, diantaranya<sup>29</sup>:

1. Pengembangan sumber daya manusia dan pelaku dan kelembagaan

---

<sup>27</sup> Wafa, Hilmiati, and Furkan, “Dinamika Inovasi Pada Klaster Pariwisata Mandalika Untuk Mendukung Pariwisata Berkelanjutan.”

<sup>28</sup> Sukoso et al., *Ekosistem Industri Halal* (Jakarta: Departemen Ekonomi dan Keuangan Bank Indonesia, 2020).

<sup>29</sup> Alimatul Farida, “Strategi Penguatan Halala Supply Chain Di Indoensia Dalam Menghadapi Global Islamic Economy,” *Jurnal Istiqro: Jurnal Hukum Islam, Ekonomi Dan Bisnis* 7, no. 1 (2021): 95–108.

Dengan menyusun standar halal, mendaftarkan ke Badan Nasional Sertifikasi Profesi (BNSP), menawarkannya kepada stakeholder untuk menciptakan pemandu wisata lokal yang berkualitas dan masyarakat yang sadara akan wisata halal.

2. Peningkatan daya saing infrastruktur bertaraf internasional

Dengan cara mengidentifikasi kebutuhan, penyusunan perencanaan, serta membangun infrastruktur dengan melibatkan pembiayaan dari lembaga keuangan syariah dengan menjalin kerja sama antar lembaga atau perusahaan untuk meningkatkan daya saing internasional.

3. Promosi dan pemasaran yang interaktif serta digital

Dengan menciptakan branding “Pariwisata Halal Indonesia” yang kuat di media sosial serta menentukan target pasar dan melaksanakan pameran wisata halal secara berkelanjutan dengan memiliki aplikasi khusus untuk promosi dan penjualan layanan wisata halal.

Meskipun pengembangan klaster wisata halal ini sangat menjanjikan, pengembangan klaster wisata halal juga masih menjumpai tantangan yang signifikan. Salah satu tantangan utama adalah kurangnya kesadaran masyarakat mengenai pentingnya produk halal dan standar yang harus dipenuhi, yang menunjukkan perlunya peningkatan edukasi publik. Selain itu, ketrebatan infrastruktur seperti fasilitas produksi, logistik dan jaringan distribusi juga menghambat perkembangan industri halal<sup>30</sup>. Proses sertifikasi halal juga membutuhkan waktu yang cukup lama meskipun sudah diatur dalam Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang jaminan produk halal. Masyarakat Indonesia juga dinilai belum siap dalam bersaing di pasar global. Tantangan lain berasal dari belum terpenuhinya standar internasional yang seragam untuk sertifikasi halal. Variasi persyaratan di berbagai negara ini menciptakan lingkungan yang tidak pasti, yang pada akhirnya menghambat perkembangan pasar dan membingungkan para pelaku bisnis serta konsumen<sup>31</sup>. Harapan para wisatawan dalam kluster wisata halal diantaranya:

1. Peningkatan Konsistensi dan Standarisasi Pelayanan

Wisatawan sangat mengharapkan penerapan standar halal dan *Muslim-friendly* di seluruh ekosistem klaster. Wisatawan sering mengalami perbedaan kualitas yang

---

<sup>30</sup> Hasnil Hasyim, “Peluang Dan Tantangan Industri Halal Di Indonesia,” *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* 7, no. September (2023): 674, <https://doi.org/10.30868/ad.v7i02.4918>.

<sup>31</sup> Marsya Ayu Saputry et al., “Dinamika Perkembangan Industri Halal Dan Potensi Kesejahteraan Ekonomi Di Indonesia,” *Jurnal Transformasi Ekonomi Dan Keuangan* 8, no. 2 (2025): 13–23.

merusak kepercayaan; misalnya, akomodasi utama mungkin sangat mengikuti peraturan, tetapi layanan transportasi atau bisnis mikro di sekitar lokasi masih diragukan. Akibatnya, standarisasi dan sertifikasi yang lebih ketat, menyeluruh, dan merata diperlukan untuk mencakup rantai nilai halal dari hulu ke hilir. Standar ini berlaku untuk semua aspek, termasuk makanan, akomodasi, dan operasional.

*“Saya harap sertifikasi halalnya bukan hanya di makanan, tapi di semua, seperti spa atau kolam renangnya juga ada pemisahan. Dan jangan cuma di hotel besar, warung-warung kecil juga harus didorong untuk punya standar yang sama.” (Informan 3)*

## 2. Kualitas Pelayanan dan Keramahan

Wisatawan mengharapkan kualitas pelayanan yang tinggi, terutama berkaitan dengan keramahan dan empati staf (*Muslim-friendly hospitality*). Faktor kualitas seperti ketepatan dan responsif sangat bergantung pada harapan ini. Wisatawan mengharapkan karyawan dapat memahami dan secara proaktif membantu kebutuhan Muslim. Mereka percaya bahwa layanan yang baik akan membuat wisatawan lebih puas.

*“Kalau ada aplikasi yang bisa menunjukkan mushola terdekat atau restoran yang sudah pasti halal dengan rating dari sesama Muslim, itu akan sangat membantu. Karna kita sekarang hidup di zaman yang semuanya serba online.” (Informan 5)*

Hasil ini menunjukkan bahwa klaster wisata halal di Indonesia memiliki potensi besar karena didukung oleh motivasi mendasar wisatawan muslim domestik yang menganggap Islam sebagai jalan hidup, dimana pedoman dan nilai-nilai agama memengaruhi semua aspek kehidupan, termasuk perilaku konsumsi dan wisata. Meskipun istilah “pariwisata halal” mungkin tidak selalu memengaruhi kepuasan secara langsung, atribut nyata seperti keberadaan masjid, ketersediaan makanan halal, dan fasilitas terpisah memiliki pengaruh signifikan terhadap motivasi dan kepuasan wisatawan. Keberadaan klasterisasi wisata halal diharapkan dapat menjadi solusi untuk mengatasi kurangnya standarisasi yang jelas di tempat wisata umum.

## KESIMPULAN

Berdasarkan eksplorasi awal yang didasarkan pada tinjauan literatur dan kerangka metode, penelitian ini menegaskan bahwa pengembangan klaster wisata halal di Indonesia

memerlukan pemahaman yang komprehensif terhadap motivasi dan harapan wisatawan muslim domestik. Motivasi utama wisatawan dipengaruhi oleh faktor internal seperti kebutuhan spiritual dan faktor eksternal berupa ketersediaan fasilitas dan citra destinasi yang sesuai dengan prinsip syariah. Sikap positif terhadap kenyamanan ibadah dan keamanan halal (*Attitude toward behavior*), dorongan atau rekomendasi dari lingkungan sosial (*subjective norm*), serta persepsi kemudahan akses dan ketersediaan fasilitas (*perceived behavior control*). Kesesuaian antara atribut halal yang ditawarkan dengan ekspektasi wisatawan menjadi kunci untuk meningkatkan kepuasan dan niat kunjung ulang. Oleh karena itu, klaster wisata halal harus memastikan setiap unsurnya, mulai dari daya tarik, aksesibilitas, fasilitas, hingga layanan pendukung, secara konsisten memenuhi prinsip syariah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Adil, Ahmad, Yunita Liana, and Rini Mayasari. *Metode Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif: Teori Dan Praktik*. Edited by Neila Slung and Rantika Maida Sahara. Cetakan Pe. Padang: Get Press Indonesia, 2024.
- Arta, Aris Danu, and Khusnul Fikriyah. "Pengaruh Religiusitas Dan Pengetahuan Halal Terhadap Minat Berkunjung Pada Objek Wisata Di Mlang Raya." *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam* 4 (2021): 179–87.
- Battour, Mohamed, and Mohd Nazari Ismail. "Halal Tourism : Concepts, Practises, Challenges and Future." *Tourism Management Perspectives*, 2015, 8–12. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2015.12.008>.
- BPS. "Statistik Pariwisata Indonesia 2023." *Badan Pusat Statistik Republik Indonesia*. Badan Pusat Statistik, n.d.
- Çetin, Gürel, and F İrfan Dinçer. "Muslim Friendly Tourism (MFT): A Conceptual Framework for Destination Branding." *Tourism Management Perspectives* 29 (n.d.): 185–95. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2018.12.006>.
- Fadhlan, Muhammad, and Eka Subakti. "Perkembangan Industri Wisata Halal Di Indonesia Dan Dunia." *Indonesian Journal of Halal* 5, no. 229 (2022): 77.
- Faraby, Muhammad Ersya, and Taufiqur Rahman. "Analisis Pantai Lombang Kabupaten Sumenep Menjadi Destinasi Wisata Halal." *Al-Kharaj: Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Bisnis Syariah* 6, no. 3 (2024): 1086. <https://doi.org/10.47467/alkharaj.v6i3.3584>.
- Farida, Alimatul. "Strategi Penguatan Halala Supply Chain Di Indoensia Dalam Menghadapi Global Islamic Economy." *Jurnal Istiqro: Jurnal Hukum Islam, Ekonomi Dan Bisnis* 7, no. 1 (2021): 95–108.
- Ferdiansyah, Hendry, Cipta Endyana, Heryadi Rachmat, and Ute Lies Siti Khadijah. "Pengembangan Pariwisata Halal Di Indonesia Melalui Konsep Smart Tourism." *Journal of Sustainable Tourism Research* 2, no. 1 (2020): 30–34.

- Hasyim, Hasnil. "Peluang Dan Tantangan Industri Halal Di Indonesia." *Ad-Deenar: Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* 7, no. September (2023): 674. <https://doi.org/10.30868/ad.v7i02.4918>.
- KNEKS. "Indonesia Peringkat Pertama Destinasi Wisata Halal Terbaik Dunia." *Komite Nasional Ekonomi Dan Keuangan Syariah (KNEKS)*, n.d.
- Kurniawan, Tri, Md Faridul Islam, and Md Arif Ikram Gazi. "Halal Tourism Research in Indonesian Context: A Bibliometric Analysis." *Discover Sustainability* 6 (n.d.). <https://doi.org/10.1007/s43621-025-00959-7>.
- Marsha, Deni, Irfan Kharisma Putra, and Erick Karunia. "Analisis Metadata Terhadap Tinjauan Literatur Pariwisata Halal." *Jurnal Manajemen Dan Organisasi (JMO)* 16, no. 2 (2025): 231. <https://doi.org/10.29244/jmo.v16i2.62335>.
- Mas, Nur Amal, Nining Winda Irawati, and Sitti Aisyah. "Strategy for the Development of Halal Tourism: A Review of Sharia Economics at the Pincara Hot Springs in Masamba District, North Luwu Regency." *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 11, no. 02 (2025): 137.
- Mastercard, CrescentRating &. "Global Muslim Travel Index 2023." *CrescentRating & Mastercard*. CrescentRating, n.d.
- Musnia, Rahmad Solling Hamid, and Edi Maszudi. "Islamic Tourism : Peran Atribut Wisata Halal Dalam Menentukan Kepuasan Dan Loyalitas Wisatawan." *Jurnal Ekonomi&Ekonomi Syariah* 6, no. 2 (2023): 1890–1900.
- Pamungkas, Pandu. "TinjauanLiteratur Mengenai Keberlanjutan Kebijakan Pariwisata Halal Di Indonesia." *JUPARITA : Jurnal Pariwisata Tawangmangu* 3, no. 1 (2025): 38–48.
- Rahman, Fauzi Ahmad. "Analisis Perkembangan Wisata Halal Di Jawa Timur Sebagai Tempat Destinasi Muslim Global." *Ar-Rehla: Journal of Islamic Tourism, Halal Food, Islamic Traveling and Creative Economy* 3, no. 1 (n.d.): 44–58. <https://doi.org/10.21274/ar-rehla.v3i1.7256>.
- Riyanto, Nor Rifki, and Muhammad Ersya Faraby. "Impelementasi Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata Syariah Berdasarkan Fatwa DSN-MUI No.108/DSN-MUI/X/2016 (Studi Pada Hotel Syariah C1 Sumenep)." *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Islam* 7, no. 2 (2022): 227–38.
- Saputry, Marsya Ayu, Pitri Nurmawati, Risna Firnawati, and Amalia Nuril Hidayati. "Dinamika Perkembangan Industri Halal Dan Potensi Kesejahteraan Ekonomi Di Indoensia." *Jurnal Transformasi Ekonomi Dan Keuangan* 8, no. 2 (2025): 13–23.
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Edited by Sutopo. Bandung: ALFABETA, cv, 2023.
- Suhendar, F R, and N A Sholihah. "Opportunities and Challenges in Halal Tourism in Indonesia in the Era of Human-Centered Technology (Society 5.0)." *JPPI (Jurnal Penelitian Pendidikan Indonesia)* 11, no. 2 (n.d.): 399–407. <https://doi.org/10.29210/020244737>.
- Sukoso, Adam Wiryawan, Joni Kusnandi, and Sucipto. *Ekosistem Industri Halal*. Jakarta: Departemen Ekonomi dan Keuangan Bank Indonesia, 2020.
- Suryani, Susie, and Nawarti Bustaman. "Potensi Pengembangan Pariwisata Halal Dan Dampaknya Terhadap Pembangunan Ekonomi Daerah Provisnsi Riau." *Jurnal*

*Ekonomi KIAT* 32, no. 2 (2021): 150.

Tsania, N H, M Iqbal, S Sumartini, D A Zharfa, and A A Noor. “Analisis Penerapan Konsep Wisata Halal Di Destinasi Wisata: Studi Farmhouse Susu Lembang.” *Tourism Scientific Journal* 9, no. 1 (n.d.): 64–75. <https://doi.org/10.32659/tsj.v9i1.304>.

Wafa, Syifa Shaunil, Hilmiati, and Lalu M. Furkan. “Dinamika Inovasi Pada Klaster Pariwisata Mandalika Untuk Mendukung Pariwisata Berkelanjutan.” *Jurnal Riset Pemasaran* 3 (2024): 52–63.

Wahab, Abdul. “Analisis Halal Value Chain Pada Pengembangan Produk Wisata Halal Makam Habib Basirih Di Kota Banjarmasin.” *Ekonomica Sharia : Jurnal Pemikiran Dan Pengembangan Ekonomi Syariah* 9 (2023): 125.