

Sosialisasi Wisata Halal di Desa Kemiri, Kecamatan Kepanjen, Kabupaten Malang

¹⁾Iswan Noor, ²⁾Aminnullah Achmad Muttaqin, ³⁾Nazhira Mustaqilla, ⁴⁾Aisyabilillah Mutiarawati Prasetyo

^{1,2,3,4)}Ekonomi Islam, Universitas Brawijaya, Malang, Indonesia

Email Corresponding: aminnullahahmad@ub.ac.id

INFORMASI ARTIKEL	ABSTRAK
Kata Kunci: Desa Kemiri Wisata Halal Sosialisasi Participatory Action Research (PAR) Pengabdian Masyarakat	Pengembangan pariwisata halal telah menjadi fokus pemerintah Indonesia sebagai tanggapan terhadap tren pertumbuhan dan preferensi wisatawan Muslim yang semakin meningkat. Desa Kemiri yang terletak di Kecamatan Kepanjen, Kabupaten Malang, menawarkan potensi besar sebagai destinasi wisata halal yang menarik. Potensi alam berupa DAS brantas dan ladang persawahan dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal dan mendukung pengembangan pariwisata halal yang berkelanjutan. Namun, pemahaman masyarakat akan konsep pengembangan wisata halal masih sangatlah rendah. Sehingga, berdampak pada rendahnya minat dan kemampuan mereka dalam memaksimalkan potensi tersebut. Pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman masyarakat akan konsep pariwisata yang berbasis halal melalui sosialisasi. Pengabdian ini menggunakan pendekatan deskriptif kuantitatif dengan metode <i>Participatory Action Research</i> (PAR). Pemahaman masyarakat sebelum dan sesudah kegiatan sosialisasi dapat dilihat dari hasil pengisian kuisioner yang diuji menggunakan metode Uji Paired T-Test. Hasil pengujian menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara pemahaman masyarakat saat sebelum dan sesudah sosialisasi. Sosialisasi wisata halal yang dilaksanakan memiliki dampak positif terhadap pemahaman masyarakat mengenai konsep wisata halal. Dengan meningkatnya pemahaman masyarakat, diharapkan dapat meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat dalam pengembangan pariwisata berbasis halal di Desa ini. Keberhasilan sosialisasi ini juga dapat menjadi contoh bagi desa-desa lain dalam mengembangkan potensi wisatanya. Dalam rangka mencapai tujuan tersebut tentu diperlukan adanya kolaborasi yang kuat dari semua pihak dan upaya berkelanjutan dalam mengatasi berbagai tantangan yang ada.
Keywords: Kemiri Village Halal Tourism Socialization Participatory Action Research (PAR) Community Service	The development of halal tourism has become a key focus of the Indonesian government in response to the growing trends and preferences of Muslim travelers. Kemiri Village, located in Kepanjen Subdistrict, Malang Regency, offers significant potential as an attractive halal tourism destination. Its natural assets, such as the Brantas River basin and expansive paddy fields, can be leveraged to improve the well-being of the local community while fostering sustainable halal tourism development. However, the community's understanding of the halal tourism concept remains limited, resulting in low interest and capacity to maximize this potential. This community engagement initiative aims to enhance public awareness of the principles of halal-based tourism through socialization. The program employs a quantitative descriptive method using a Participatory Action Research (PAR) approach. The difference in community understanding before and after the socialization was measured through questionnaires analyzed using the Paired T-Test method. The results revealed a significant improvement in public understanding following the socialization. The socialization carried out has positive impact on public understanding on the concept of halal tourism. Greater public understanding is expected to drive increased community awareness and active participation in advancing halal tourism in Kemiri Village. The success of this initiative could also serve as a model for other villages seeking to develop their tourism potential. Achieving these objectives requires strong collaboration among all stakeholders and continuous efforts to overcome the challenges ahead.
This is an open access article under the CC-BY-SA license.	
	

I. PENDAHULUAN

Pertumbuhan pesat populasi Muslim global telah mendorong peningkatan permintaan akan destinasi wisata yang ramah Muslim. *Global Muslim Travel Index* (GMTI) memproyeksikan jumlah umat Muslim pada tahun 2030 akan mencapai 2,3 miliar jiwa, atau sekitar 27% dari total populasi dunia (GMTI, 2024). Indonesia, sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar dunia, memiliki potensi yang sangat besar untuk menjadi pusat wisata halal global. Pemerintah Indonesia merespon peluang ini dengan mengeluarkan berbagai kebijakan dan program yang dapat mengakselerasi pertumbuhan wisata halal. Prestasi Indonesia sebagai destinasi wisata halal terkemuka dunia tercermin dari perolehan Indonesia sebagai *Top Muslim Friendly Destination of The Year 2023* dalam *Mastercard Crescentrating* GMTI 2023 dengan indeks score capaian 73 dari 100 (Kemenparekraf, 2023).

Menyadari potensi besar tersebut, pemerintah Indonesia telah mengambil langkah strategis dengan menetapkan sektor pariwisata halal sebagai salah satu prioritas utama dalam pengembangan pariwisata nasional (Nurrahman, 2019). Kementerian Pariwisata telah mengidentifikasi 10 Destinasi Halal Prioritas Nasional dengan mengacu pada standar GMTI (Akhwan, 2020). Destinasi Wisata Halal Prioritas tersebut mencakup Aceh, Riau dan Kepulauan Riau, Sumatera Barat, DKI Jakarta, Jawa Barat, Jawa Tengah, Yogyakarta, Lombok, Sulawesi Selatan, dan Jawa Timur (Malang Raya) (Kemenparekraf, 2022).

Jawa Timur tercatat sebagai provinsi tujuan utama perjalanan wisatawan nusantara dengan total perjalanan mencapai 187,11 juta (BPS, 2023). Prestasi ini semakin diperkuat oleh hasil survei Indonesia Muslim Travel Index (IMTI) 2023 yang menempatkan Jawa Timur sebagai satu dari sepuluh provinsi terbaik bagi wisatawan Muslim. Malang Raya, wilayah metropolitan yang berada di Jawa Timur, telah berhasil menarik perhatian Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif sebagai salah satu destinasi wisata halal yang potensial di Indonesia. Malang menawarkan sejumlah objek wisata yang menarik dan memiliki potensi besar untuk terus berkembang (Satriana & Faridah, 2018). Komitmen pemerintah untuk mengembangkan Malang sebagai pusat wisata halal semakin diperkuat dengan penandatanganan *A Memorandum of Understanding* (MoU) bersama pelaku wisata dan Forum Rektor Malang Raya.

Tabel 1. IMTI 2023 *Ranking*

<i>Province</i>	<i>IMTI 2023 Score</i>	<i>IMTI 2023 Rank</i>
Nusa Tenggara Barat	67	1
Aceh	63	2
Sumatera Barat	62	3
DKI Jakarta	60	4
Jawa Tengah	59	5
Jawa Barat	56	6
DI Yogyakarta	53	7
Jawa Timur	52	8
Sulawesi Selatan	51	9
Kalimantan Selatan	49	10

Sumber : IMTI Report (2023)

Idealnya, konsep pariwisata halal tidak hanya berfokus pada penyediaan fasilitas yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam, tetapi juga pada pengembangan produk dan layanan yang mampu menarik wisatawan Muslim (Bustamam & Suryani, 2022; Rahman, 2023; Riansyah, 2023; Qalbi et al, 2024). Beberapa studi telah mengidentifikasi berbagai faktor yang mempengaruhi pengembangan wisata halal. Shodik et al. (2022) menggunakan analisis SWOT untuk mengevaluasi potensi pariwisata halal di berbagai daerah, termasuk tantangan yang dihadapi dalam implementasinya. Hasil analisis ini menunjukkan bahwa meskipun ada potensi besar, masih terdapat kendala terkait pemahaman masyarakat tentang konsep wisata halal. Nurrahman (2019) juga menunjukkan bahwa salah satu hambatan utama dalam pengembangan wisata halal di desa-desa adalah kurangnya pemahaman masyarakat mengenai konsep halal dalam sektor pariwisata. Penelitian ini menyarankan perlunya sosialisasi dan pelatihan bagi masyarakat untuk meningkatkan pemahaman mereka tentang pariwisata halal.

Desa Kemiri, Kecamatan Kepanjen, Kabupaten Malang, memiliki potensi wisata yang unik dengan adanya Daerah Aliran Sungai (DAS) Brantas dan lahan persawahan yang cukup luas mencakup 121.459 hektar (Desa Kemiri, 2024). Potensi ini dapat dikembangkan menjadi agrowisata, eduwisata, dan wisata kuliner

berbasis halal. Namun, sebagaimana ditemukan dalam studi lapangan, potensi tersebut belum tergarap secara optimal akibat rendahnya pemahaman masyarakat mengenai pengelolaan wisata halal. Oleh karena itu, kegiatan sosialisasi terkait wisata halal sangatlah penting untuk dilakukan. Meskipun berbagai penelitian telah dilakukan terkait pengembangan wisata halal, tetapi literatur yang membahas secara spesifik mengenai dampak program sosialisasi terhadap pemahaman dan partisipasi masyarakat di wilayah pedesaan masih terbatas.

Oleh karena, melalui program pengabdian masyarakat yang diselenggarakan oleh Tim Pengabdian Kepada Masyarakat Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya (PKM FEB UB), penulis berupaya untuk mengatasi masalah ini dengan melakukan sosialisasi terkait pengembangan Wisata Halal di Desa Kemiri, Kecamatan Kepanjen, Kabupaten Malang. Pengabdian ini bertujuan untuk meningkatkan pemahaman dan partisipasi masyarakat dalam pengembangan wisata halal yang menarik. Dengan demikian, pengabdian ini tidak hanya menargetkan peningkatan pemahaman masyarakat, tetapi juga membangun kemandirian masyarakat dalam memajukan potensi wisata lokal yang halal dan berkelanjutan.

II. MASALAH

Masyarakat Desa Kemiri memiliki pemahaman yang terbatas mengenai pengembangan wisata, khususnya wisata yang mengusung konsep halal. Rendahnya edukasi masyarakat akan pengoptimalan potensi desanya untuk menjadi destinasi wisata halal yang berkelanjutan menjadi dasar utama dilakukannya kegiatan pengabdian di Desa Kemiri, Kecamatan Kepanjen, Kabupaten Malang. Dulunya, desa ini memiliki wilayah Daerah Aliran Sungai (DAS) Brantas, tetapi kini DAS Brantas tersebut telah berubah menjadi danau akibat pertumbuhan eceng gondok yang menutupi permukaan air. Jika hal tersebut teratasi, potensi DAS Brantas dapat dimanfaatkan oleh masyarakat untuk dikembangkan sebagai destinasi wisata halal. Jika potensi wisata halal di desa ini dioptimalkan dengan baik, tentunya dapat membuka peluang ekonomi sekaligus berkontribusi terhadap kesejahteraan masyarakat setempat.



Gambar 1. Gambaran Umum kondisi DAS Brantas Desa Kemiri

III. METODE

Pengembangan wisata halal di Desa Kemiri, Kecamatan Kepanjen, Kabupaten Malang memerlukan pendekatan yang komprehensif dan terstruktur untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Kegiatan pengabdian terkait sosialisasi wisata halal dilaksanakan selama 1 hari dengan persiapan administratif selama 5 bulan. Dalam pelaksanaan kegiatan sosialisasi, jumlah mitra yang terlibat sebanyak 25 orang yang terdiri dari mahasiswa, perangkat desa, dan juga warga setempat. Adapun sosialisasi ini bertujuan untuk meningkatkan edukasi masyarakat seputar konsep wisata halal serta membuka peluang ekonomi baru. Dalam kesempatan ini, Tim PKM FEB UB menjelaskan seputar karakteristik dari wisata halal, termasuk aspek-aspek yang harus dipenuhi serta aspek-aspek yang harus dihindari.

Penelitian ini merupakan deskriptif kuantitatif dengan pendekatan metode *Participatory Action Research* (PAR). PAR adalah penelitian yang secara aktif melibatkan semua pihak dalam mengkaji tindakan yang sedang berlangsung (Putri & Sembiring, 2021). Tujuan utama dari PAR adalah untuk mendorong perubahan positif dan perbaikan yang berkelanjutan dalam komunitas. Qomar et al., (2022) dalam penelitiannya menyatakan bahwa metode PAR terdiri dari 4 tahapan, yakni *inquiry*, *action*, *reflection*, dan *evaluation*.



Gambar 1. Tahapan Dalam Metode PAR

Dalam penerapan metode PAR di Desa Kemiri, tahap *inquiry* diawali dengan melakukan observasi lapangan melalui diskusi kelompok terfokus dengan masyarakat untuk mengidentifikasi masalah-masalah yang dihadapi dalam pengembangan wisata halal. Tahap *action* dilanjutkan dengan merancang program sosialisasi bagi masyarakat guna meningkatkan pemahaman mereka tentang pengembangan wisata halal. Pada tahap *reflection*, hasil dari program pelatihan dievaluasi untuk melihat sejauh mana dampak program tersebut efektif dalam meningkatkan pengetahuan masyarakat. Hasil evaluasi ini kemudian digunakan untuk menyusun rencana tindak lanjut berikutnya. Untuk mengukur efektivitas program pengabdian, peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif melalui uji-t (Chookaew et al., 2015).

Data diperoleh melalui angket yang diisi oleh peserta sebelum dan setelah kegiatan sosialisasi berlangsung. Jenis angket yang digunakan dalam penelitian bersifat tertutup. Jawaban dari angket yang diberikan kepada responden dapat diukur dengan menggunakan Skala Likert (Sugiyono, 2012). Angket dalam kegiatan ini diberikan kepada masyarakat yang mengikuti kegiatan sosialisasi pada lokasi pengabdian. Hasil analisis ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang jelas mengenai efektivitas program sosialisasi yang telah dilaksanakan.

IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab ini menyajikan hasil penelitian yang bertujuan untuk mengukur sejauh mana peningkatan pengetahuan masyarakat Desa Kemiri mengenai konsep wisata halal setelah mengikuti program sosialisasi. Penelitian ini mengadopsi pendekatan PAR yang memungkinkan keterlibatan aktif masyarakat dalam setiap proses tahapan. Dengan demikian, hasil yang diperoleh juga mencerminkan partisipasi masyarakat dalam pengembangan wisata halal di desa mereka. Adapun hasil pengabdian yang diperoleh melalui pendekatan metode PAR, yakni:

A. *Inquiry*

Pada tahap awal, tim pengabdian melakukan observasi dengan mengunjungi langsung Desa Kemiri dan bertemu dengan beberapa perangkat desa. Observasi ini bertujuan untuk mengidentifikasi permasalahan umum yang terjadi, kondisi lingkungan, dan kondisi masyarakat setempat. Melalui observasi dan diskusi dengan masyarakat setempat, diketahui bahwa pemahaman masyarakat tentang konsep pengembangan wisata halal masih sangatlah rendah, termasuk prinsip-prinsip syariah yang harus diterapkan dalam pengelolaan wisata. Banyak warga yang belum sepenuhnya memahami bagaimana mengintegrasikan prinsip-prinsip halal dalam sektor pariwisata. Kurangnya pengetahuan ini menyebabkan masyarakat kesulitan dalam merancang dan membangun objek wisata yang sesuai dengan prinsip halal.

B. *Action*

Setelah mengidentifikasi permasalahan yang terjadi melalui observasi lapangan, tim pengabdian memutuskan untuk melakukan sosialisasi guna meningkatkan pemahaman masyarakat tentang konsep wisata halal serta membuka peluang ekonomi baru di Desa Kemiri. Tim PKM FEB UB memaparkan materi seputar karakteristik wisata halal, aspek-aspek yang harus dipenuhi untuk memperoleh sertifikasi halal, serta strategi praktis yang dapat diterapkan untuk mengembangkan potensi wisata halal di Desa Kemiri. Selain itu, pentingnya menjaga kebersihan dan kesucian lingkungan juga ditekankan. Lingkungan destinasi wisata halal tidak hanya harus bersih, tetapi juga memenuhi standar kesucian menurut ajaran Islam (Nadha, 2019). Penjelasan ini bertujuan untuk memberikan panduan kepada masyarakat agar dapat menyesuaikan produk dan layanan wisata yang ada di desa mereka dengan standar halal yang diakui.

Dengan edukasi yang diberikan melalui sosialisasi ini, masyarakat diharapkan mulai menyadari pentingnya menyesuaikan produk dan layanan mereka agar sesuai dengan standar halal. Kesadaran ini diharapkan dapat mengubah cara pandang masyarakat, bahwa wisata halal bukan sekadar tuntutan religius, tetapi juga menawarkan peluang ekonomi yang signifikan (Jaelani, 2017). Implementasi konsep ini dengan baik tidak hanya akan meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat, tetapi juga membawa keberkahan dengan memastikan bahwa kegiatan yang dilakukan sesuai dengan ajaran agama. Potensi ini apabila dikelola dengan baik, dapat memberikan manfaat jangka panjang baik dari segi peningkatan ekonomi masyarakat maupun dalam membangun citra positif desa sebagai destinasi wisata halal yang mematuhi prinsip syariah.



Gambar 2. Kegiatan Sosialisasi di Desa Kemiri

C. Reflection

Kegiatan refleksi yang dilakukan bertujuan untuk mengukur sejauh mana dampak kegiatan sosialisasi berpengaruh positif terhadap pemahaman masyarakat terkait wisata halal. Peningkatan pemahaman masyarakat dapat diukur melalui angket skala likert yang terdiri dari 5 pilihan yakni tidak tahu, sedikit tahu, cukup tahu, paham, dan sangat paham. Hasil angket skala likert yang telah diisi masyarakat nantinya akan dianalisis menggunakan Uji Paired T-Test untuk diketahui sejauh mana dampak yang dirasakan oleh masyarakat. Berikut gambaran pertanyaan angket skala likert yang dibagikan kepada masyarakat:

Tabel 1. Pertanyaan Angket Skala Likert

No	Kondisi Sebelum Kegiatan	Kondisi Setelah Kegiatan
1.	Belum cukup memahami definisi wisata halal	Sudah cukup memahami definisi wisata halal
2.	Belum mampu membedakan antara wisata halal dan wisata pada umumnya	Sudah mampu membedakan antara wisata halal dan wisata pada umumnya
3.	Belum sadar akan pentingnya penerapan wisata halal dalam pengelolaan tempat wisata	Sudah sadar akan pentingnya penerapan wisata halal dalam pengelolaan tempat wisata
4.	Belum mengetahui karakteristik wisata halal	Sudah mengetahui karakteristik wisata halal
5.	Belum sadar akan potensi Desa Kemiri yang dapat dikembangkan sebagai wisata halal	Sudah sadar akan potensi Desa Kemiri yang dapat dikembangkan sebagai wisata halal
6.	Belum sadar akan potensi Daerah Aliran Sungai (DAS) Brantas sebagai tempat wisata	Sudah sadar akan potensi Daerah Aliran Sungai (DAS) Brantas sebagai tempat wisata
7.	Belum sadar akan potensi Sektor Pertanian yang bisa dikembangkan menjadi tempat wisata	Sudah sadar akan potensi Sektor Pertanian yang bisa dikembangkan menjadi tempat wisata
8.	Belum mengetahui bahaya dan dampak buruk jika tidak menerapkan konsep halal dalam wisata	Sudah mengetahui bahaya dan dampak buruk jika tidak menerapkan konsep halal dalam wisata
9.	Cukup mengetahui keuntungan apabila menerapkan konsep wisata halal	Semakin mengetahui keuntungan apabila menerapkan konsep wisata halal
10.	Belum mengetahui akan pengetahuan mengenai pedoman wisata halal	Sudah mengetahui akan pengetahuan mengenai pedoman wisata halal

D. Evaluation

Pengukuran atas hasil dari kegiatan sosialisas dapat dilihat berdasarkan angket yang diisi oleh peserta setelah kegiatan sosialisasi dilakukan. Angket di bawah ini terdiri dari 10 pertanyaan untuk menguji seputar pemahaman masyarakat akan wisata halal. Selanjutnya, hasil dari jawaban peserta diolah serta dianalisis secara kuantitatif dengan pendekatan metode uji *Paired T-Test*.

Tabel 2. *t-Test: Paired Two Sample for Means*

	Sebelum	Sesudah
<i>Mean</i>	2.795454545	4.145455
<i>Variance</i>	1.359796596	0.791532
<i>Observations</i>	220	220
<i>Pearson Correlation</i>	0.442534547	
<i>Hypothesized Mean Difference</i>	0	
<i>df</i>	219	
<i>t Stat</i>	-18.03204886	
<i>P(T<=t) two-tail</i>	0.00000000	
<i>t Critical two-tail</i>	1.97085537	

Hasil analisis uji *Paired T-Test* di atas menunjukkan bahwa terdapat perbedaan rata-rata antara nilai sebelum dan setelah kegiatan sosialisasi dilakukan. Nilai $P(T \leq t)$ *two-tail* kurang dari 0,05 menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara pemahaman peserta saat sebelum dan setelah sosialisasi. Dengan kata lain, hipotesis nol ditolak dan hipotesis alternatif diterima. Disamping itu, rata-rata skor sebelum sosialisasi adalah 2.795, sedangkan rata-rata sesudah sosialisasi meningkat menjadi 4.145. Ini menunjukkan adanya peningkatan pemahaman peserta setelah mengikuti kegiatan. Sehingga pemberian sosialisasi mengenai wisata halal ini terbukti meningkatkan pemahaman masyarakat akan konsep dari wisata halal yang dapat dikembangkan di Desa Kemiri. Sejalan dengan salah satu studi yang dilakukan di Desa Pulesari menunjukkan bahwa sosialisasi tentang wisata halal meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai potensi ekonomi yang dapat dihasilkan dari pariwisata halal. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa setelah mengikuti kegiatan sosialisasi, masyarakat tidak hanya mendapatkan pengetahuan baru, tetapi juga mampu mengidentifikasi peluang usaha yang dapat dikembangkan di desa mereka (Delia Tiara, 2021). Dengan demikian, masyarakat Desa Kemiri diharapkan tidak hanya mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang pentingnya wisata halal, tetapi juga mampu melihat peluang pengembangan wisata tersebut di Desa Kemiri. Kegiatan ini diharapkan dapat menjadi langkah awal dalam mendorong keterlibatan masyarakat secara aktif dalam pengembangan wisata halal di wilayah mereka, sehingga memberikan dampak positif baik dari segi ekonomi maupun sosial.

V. KESIMPULAN

Berdasarkan pemaparan hasil diskusi di atas, dapat disimpulkan bahwa sosialisasi wisata halal yang telah dilaksanakan telah berhasil meningkatkan pemahaman masyarakat mengenai potensi wisata halal di Desa Kemiri. Hasil evaluasi yang didapatkan dari pengisian angket oleh peserta sebelum dan sesudah kegiatan sosialisasi dapat digunakan untuk mengukur dampak positif dari kegiatan sosialisasi terhadap peningkatan pemahaman masyarakat mengenai wisata halal. Diskusi yang interaktif dan partisipasi aktif masyarakat dalam mengajukan pertanyaan dan memberikan masukan menunjukkan adanya minat yang besar terhadap materi yang disampaikan. Sosialisasi wisata halal ini telah menjadi langkah awal yang baik dalam mengembangkan potensi wisata halal di Desa Kemiri. Dengan meningkatnya pemahaman masyarakat mengenai potensi wisata halal, diharapkan dapat mempercepat pengembangan desa wisata halal yang berkelanjutan. Keberhasilan sosialisasi ini juga dapat menjadi contoh bagi desa-desa lain dalam mengembangkan potensi wisatanya. Namun, untuk mencapai tujuan tersebut, perlu adanya kolaborasi yang kuat dari semua pihak dan upaya berkelanjutan dalam mengatasi berbagai tantangan yang ada. Kegiatan sosialisasi ini diharapkan tidak hanya memberikan informasi, tetapi juga mampu menginspirasi masyarakat untuk berpikir kritis dan proaktif dalam mencari solusi atas permasalahan yang dihadapi.

DAFTAR PUSTAKA

- Akhwan. (2020). 5 TAHUN KEMBANGKAN PARIWISATA HALAL, INDONESIA AKHIRNYA RAIH PERINGKAT PERTAMA WISATA HALAL DUNIA. KOMINFO KULON PROGO. <https://kominfo.kulonprogakab.go.id/detil/895/5-tahun-kembangkan-pariwisata-halal-indonesia-akhirnya-raih-peringkat-pertama-wisata-halal-dunia-20#:~:text=Peluang inilah yang ditangkap oleh,Nasional di tahun 2018 yang>
- Badan Pusat Statistik. (2023). *Perkembangan Pariwisata November 2023*. <https://www.bps.go.id/id/pressrelease/2024/01/02/2346/kunjungan-wisatawan-mancanegara-pada-november-2023-mencapai-917-41-ribu-kunjungan--naik-30-17-persen--year-on-year--.html>
- Bustamam, N., & Suryani, S. (2022). Potensi Pengembangan Pariwisata Halal dan dampaknya Terhadap Pembangunan Ekonomi Daerah Provinsi Riau. *Jurnal Ekonomi Kiat*, 32(2), 146–162. [https://doi.org/10.25299/kiat.2021.vol32\(2\).8839](https://doi.org/10.25299/kiat.2021.vol32(2).8839)
- Chookaew, S., chanin, O., Charatarawat, J., Sriprasert, P., & Nimpaya, S. (2015). Increasing Halal Tourism Potential at Andaman Gulf in Thailand for Muslim Country. *Journal of Economics, Business and Management*, 3(7), 739–741. <https://doi.org/10.7763/joebm.2015.v3.277>
- Desa Kemiri. (2024). *Potensi Desa Kemiri*. <http://kemiri-malangkab.desa.id/interop/prodeskel>
- GMTI. (2024). Spotlight on RIDA Framework and Accessible Travel in GMTI 2024. In *Global Muslim Travel Index* (Issue May).
- Hasan, H. A. (2022). Pariwisata Halal: Tantangan Dan Peluang Di Era New Normal. *Jurnal Pilar: Jurnal Kajian Islam Kontemporer*, 13(1), 55–56. <https://journal.unismuh.ac.id/index.php/pilar/article/download/7946/4823>
- Jaelani, A. (2017). International Review of Management and Marketing Halal Tourism Industry in Indonesia: Potential and Prospects. *International Review of Management and Marketing*, 7(3), 25–34. <http://www.econjournals.com>
- Kemenparekraf. (2022). *Persiapan Pengembangan Halal Tourism dan Muslim-Friendly di Indonesia*. Kementerian Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif/ Badan Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia Kementerian Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif/ Badan Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia. <https://www.kemenparekraf.go.id/ragam-pariwisata/persiapan-pengembangan-halal-tourism-dan-muslim-friendly-di-indonesia>
- Kemenparekraf. (2023). *Capaian Parekraf Laporan Triwulan III - 2023*. <https://tasransel.kemenparekraf.go.id/capaian-parekraf-laporan-triwulan-iii-2023/show>
- Nadha, C. (2019). *Menuju Indonesia sebagai Destinasi Wisata Halal Dunia*. Majelis Ulama Indonesia (MUI). <https://halalmui.org/menuju-indonesia-sebagai-destinasi-wisata-halal-dunia/>
- Nurrahman, A. A. H. (2019). Sembilan Strategi Jadikan Indonesia Destinasi Wisata Halal Kelas Dunia. *Komite Nasional Ekonomi Dan Keuangan Syariah (KNEKS)*. [https://kneks.go.id/berita/197/sembilan-strategi-jadikan-indonesia-destinasi-wisata-halal-kelas-dunia?category=1#:~:text=JAKARTA%2C KNKS - Pengembangan pariwisata halal,dan Ekonomi Kreatif \(Kemenparekraf\)](https://kneks.go.id/berita/197/sembilan-strategi-jadikan-indonesia-destinasi-wisata-halal-kelas-dunia?category=1#:~:text=JAKARTA%2C KNKS - Pengembangan pariwisata halal,dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf))
- Putri, R. A., & Sembiring, S. B. (2021). Implementation of Desktop Publishing Application for Flyer and Business Card Design with Participatory Action Research (PAR) Method. *Jurnal IPTEK Bagi Masyarakat*, 1(1), 1–7.
- Qomar, M. N., Karsono, L. D. P., Aniqoh, F. Z., Aini, C. N., & Anjani, Y. (2022). Peningkatan Kualitas Umkm Berbasis Digital Dengan Metode Participatory Action Research (Par). *Community Development Journal: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 3(1), 74–81. <https://doi.org/10.31004/cdj.v3i1.3494>
- Rahman, A. A. (2023). Pengembangan Pariwisata Halal di Semarang dengan Mengoptimalkan Kearifan Lokal melalui Konsep Smart Tourism. *Diponegoro Journal of Islamic Economics and ...*, 220–237. <https://ejournal2.undip.ac.id/index.php/djieb/article/view/20243%0Ahttps://ejournal2.undip.ac.id/index.php/djieb/article/download/20243/9735>
- Riansyah, R. A. (2023). Pengembangan Wisata Halal Pantai Kuta. *Ayat Dan Hadits Ekonom*, 1.
- Satriana, E. D., & Faridah, H. D. (2018). WISATA HALAL: PERKEMBANGAN, PELUANG, DAN TANTANGAN. *Journal of Halal Product and Research*, 1(2), 32. <https://doi.org/10.20473/jhpr.vol.1-issue.2.32-43>
- Sayekti, N. W. (2020). Halal Tourism Development Strategy In Indonesia. *Academy of Strategic Management Journal*, 19(6), 1–8.