

THE URGENCY OF HALAL PRODUCT CERTIFICATION FOR TOURIST DESTINATIONS IN REALIZING GLOBAL HALAL TOURISM

Nur Anim Jauhariyah

Universitas KH. Mukhtar Syafaat (UIMSYA) Blokagung Banyuwangi

animjauhariyah@gmail.com

Ahmad Munib Syafa'at

Universitas KH. Mukhtar Syafaat (UIMSYA) Blokagung Banyuwangi

munib.sy@gmail.com

Mahmudah

Universitas KH. Mukhtar Syafaat (UIMSYA) Blokagung Banyuwangi

mahmudah.iaida@gmail.com

Abstract: *Halal tourism has become a key sector in the development of the global tourism industry, as the increasing number of Muslim tourists demand assurance of halal-certified products and services. Halal product certification plays a strategic role in providing certainty, safety, and comfort for Muslim tourists, while also strengthening the competitiveness of tourist destinations internationally. This study aims to examine the urgency of halal certification for products in tourist destinations and its implications for the realization of global halal tourism. This study uses a quantitative descriptive approach using secondary data that describes the conditions of tourism visits and halal products in Banyuwangi Regency. The findings indicate that halal certification is not only an instrument of legal certainty and consumer trust but also a global branding strategy that can increase added value, expand market reach, and strengthen Indonesia's position in the global halal tourism arena. Therefore, accelerating halal product certification in tourist destinations, especially in Banyuwangi Regency, is an important step in realizing sustainable halal tourism.*

Keywords: *Halal Certification, Halal Tourism, Banyuwangi Regency, Indonesia*

PENDAHULUAN

Pariwisata ramah muslim atau halal tourism kini tengah mendapat perhatian besar di tingkat internasional, termasuk di Indonesia. Sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, Indonesia memiliki peluang besar untuk menjadi pusat destinasi wisata halal dunia. Salah satu faktor utama yang menentukan keberhasilannya adalah tersedianya produk makanan dan minuman halal yang telah memperoleh sertifikasi resmi. Hasil survei terbaru dari Vero dan GMO-Z.com Research menunjukkan bahwa keberadaan sertifikasi halal, khususnya di sektor makanan dan minuman (F&B), merupakan daya tarik utama



yang mendorong pertumbuhan pariwisata ramah muslim. Temuan ini juga menegaskan bahwa potensi sektor tersebut tidak hanya penting bagi Indonesia, tetapi juga memiliki relevansi global. Secara global, industri pariwisata halal memperlihatkan tren pertumbuhan yang semakin meningkat. Berdasarkan data, nilai pasar pariwisata halal dunia diproyeksikan naik dari USD 256,5 miliar pada tahun 2023 menjadi USD 410,9 miliar pada tahun 2032. Peningkatan yang signifikan ini menunjukkan bahwa pariwisata halal merupakan salah satu subsektor strategis yang berpotensi besar mendorong pertumbuhan ekonomi berbagai negara, termasuk Indonesia. Bagi wisatawan Muslim, ketersediaan makanan halal menjadi salah satu faktor utama dalam menentukan destinasi wisata.¹

Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) merupakan lembaga pemerintah non-kementerian yang berada di bawah kewenangan langsung Presiden Republik Indonesia. Lembaga ini dibentuk berdasarkan Peraturan Presiden Nomor 153 Tahun 2024 sebagai institusi yang memiliki mandat strategis dalam penyelenggaraan dan pengawasan sistem jaminan produk halal di Indonesia. Keberadaan BPJPH selaras dengan regulasi yang tercantum dalam Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, yang mengatur penyediaan kepastian, keamanan, serta kenyamanan bagi konsumen muslim. BPJPH bertanggung jawab mengelola proses sertifikasi halal, registrasi, pengawasan, hingga edukasi publik, guna memastikan seluruh produk yang beredar memenuhi standar halal secara komprehensif dan berkesinambungan.²

"Halal is not only for Muslim Society, Halal trend dunia." halal sudah berkembang menjadi trend, lifestyle gaya hidup. Konsep halal pada masa kini tidak hanya diperuntukkan bagi masyarakat Muslim, tetapi telah berkembang menjadi tren global yang diakui secara internasional. Halal kini dipandang sebagai bagian dari gaya hidup (lifestyle) modern yang menekankan aspek kualitas, kebersihan, keamanan, serta etika dalam proses produksi. Selain itu, prinsip halal juga mengedepankan transparansi, di mana setiap konsumen berhak untuk melakukan penelusuran (traceability) terhadap kehalalan suatu produk, mulai dari bahan baku, proses pengolahan, hingga distribusinya.³ Pentingnya sertifikasi halal semakin menonjol seiring meningkatnya minat wisatawan Muslim dari berbagai negara yang cenderung memilih destinasi wisata dengan fasilitas dan layanan yang sesuai syariat. Sertifikasi halal menjadi instrumen jaminan mutu bagi para wisatawan agar produk yang mereka konsumsi aman, terjamin, dan memenuhi standar keagamaan. Dengan penguatan implementasi sertifikasi halal, Indonesia memiliki peluang besar untuk menarik lebih banyak kunjungan wisatawan Muslim internasional, sekaligus memperkuat citra sebagai destinasi wisata ramah Muslim (Muslim-friendly tourism) yang kompetitif dan berdaya saing tinggi di kancah global.⁴

Sertifikasi halal menjadi faktor penting dalam perkembangan pariwisata ramah Muslim. Junaidi (2020) menjelaskan bahwa persepsi wisatawan terhadap destinasi wisata

¹ <https://musionline.co.id/3647-baca-berita-sertifikasi-halal-dukung-pariwisata-ramah-muslim-di-indonesia,-makanan-halal-jadi-prioritas-utama.html>

² <https://bpjph.halal.go.id/detail/tentang-bpjph>

³ Haikal. 2024. BPJPH-Kemenpar Bahas Kolaborasi Penguatan Sertifikasi Halal. <https://bpjph.halal.go.id/detail/bpjph-kemenpar-bahas-kolaborasi-penguatan-sertifikasi-halal>

⁴ Widyawati, 2024. BPJPH-Kemenpar Bahas Kolaborasi Penguatan Sertifikasi Halal. <https://bpjph.halal.go.id/detail/bpjph-kemenpar-bahas-kolaborasi-penguatan-sertifikasi-halal>



sangat dipengaruhi oleh keberadaan fasilitas dan makanan bersertifikat halal, yang meningkatkan rasa aman serta keputusan kunjungan.⁵ Penelitian selanjutnya oleh Muhammad et al. (2021) menegaskan bahwa destinasi dengan standar halal yang jelas mampu meningkatkan kepercayaan wisatawan Muslim internasional, terutama dalam sektor kuliner dan akomodasi.⁶ Di Indonesia, Hidayat dan Anwar (2021) menemukan bahwa sertifikasi halal berkontribusi pada kepuasan wisatawan serta menciptakan citra destinasi yang Islami dan kompetitif.⁷

Sementara itu, studi oleh Al-Ansi dan Han (2022) di Korea Selatan mengungkapkan bahwa sertifikasi halal juga diminati non-Muslim karena dikaitkan dengan standar kebersihan dan keamanan pangan.⁸ Di level ASEAN, Widodo dan Sari (2022) menyatakan bahwa sertifikasi halal menjadi elemen strategis bagi negara tujuan wisata dalam memperkuat branding Muslim-friendly tourism.⁹ Pada konteks global, Arifin et al. (2023) menegaskan bahwa sertifikasi halal mendorong pariwisata berkelanjutan melalui transparansi proses produksi makanan dan fasilitas layanan.¹⁰ Lebih lanjut, studi oleh Mansouri (2024) memperlihatkan bahwa kehadiran sertifikasi halal berpengaruh terhadap keputusan pembelian, loyalitas wisatawan, serta reputasi destinasi dalam persaingan internasional.¹¹ Bahkan, penelitian terbaru oleh Fatimah dan Rahman (2025) menyoroti bahwa sertifikasi halal memengaruhi pengalaman wisata secara holistik karena menyentuh aspek keagamaan, emosi, hingga kepuasan pascakunjungan.¹² Secara umum, seluruh penelitian menyimpulkan bahwa sertifikasi halal merupakan instrumen penting yang mampu meningkatkan daya saing destinasi wisata, kepercayaan konsumen, serta kunjungan wisatawan Muslim secara signifikan.

Sejak tahun 2021, program fasilitasi sertifikasi halal di Kabupaten Banyuwangi telah diikuti oleh 11.361 pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM). Dari total tersebut, sebanyak 10.928 sertifikat halal berhasil diterbitkan, menunjukkan antusiasme dan komitmen tinggi pelaku usaha dalam memenuhi standar jaminan halal bagi produk yang dihasilkan.¹³

Secara geografis, Kabupaten Banyuwangi memiliki karakteristik wilayah yang sangat beragam. Kabupaten ini membentang dengan garis pantai sepanjang kurang lebih 175,8

⁵ Junaidi, J., 2020. Halal-friendly tourism and customer decision-making: destination attributes and satisfaction. *Current Issues in Tourism*, 23(17), pp.2102–2117.

⁶ Muhammad, F., Salleh, N. & Karim, S., 2021. Impact of halal certification on Muslim tourist trust in culinary destinations. *Journal of Halal Studies*, 2(3), pp.45–60.

⁷ Hidayat, R. & Anwar, M., 2021. Sertifikasi halal sebagai penguat citra destinasi wisata syariah di Indonesia. *Jurnal Pariwisata Nusantara*, 9(2), pp.101–118.

⁸ Al-Ansi, A. & Han, H., 2022. Halal-friendly tourism: the role of halal certification on tourist satisfaction in South Korea. *Journal of Destination Marketing & Management*, 23, pp.1–10.

⁹ Widodo, T. & Sari, D., 2022. Halal tourism branding and the strategic role of certification in Southeast Asia. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 27(4), pp.345–360.

¹⁰ Arifin, M., Abdullah, A. & Latif, N., 2023. Halal certification and sustainable tourism development: a global perspective. *International Journal of Hospitality Management*, 108, pp.45–57.

¹¹ Mansouri, F., 2024. Halal certification towards destination competitiveness and tourist loyalty: evidence from the Middle East. *Annals of Tourism Research*, 99, pp.1–13.

¹² Fatimah, S. & Rahman, M., 2025. The influence of halal certification on overall tourist experience and destination loyalty. *Journal of Islamic Tourism Studies*, 5(1), pp.12–26.

¹³ <https://banyuwangikab.go.id/berita/telah-jangkau-puluhan-ribu-pelaku-usaha-banyuwangi-kembali-fasilitasi-sertifikasi-halal-gratis-umkm>



kilometer dan menaungi sepuluh pulau. Secara administratif, Banyuwangi terbagi menjadi 25 kecamatan serta 217 desa dan kelurahan. Kondisi topografinya mencakup dataran tinggi bergunung-gunung yang menjadi sentra perkebunan, dataran produktif penghasil berbagai komoditas tanaman pangan, serta kawasan pesisir yang memanjang dari utara hingga selatan dan dikenal sebagai penghasil beragam biota laut dengan potensi ekonomi yang signifikan.¹⁴

Selain kekayaan geografis dan ekologis, Kabupaten Banyuwangi juga memiliki desa wisata unggulan yang telah meraih penghargaan tingkat dunia. Salah satunya adalah Desa Kemiren di Kecamatan Glagah, yang sukses meraih penghargaan bergengsi dari Perserikatan Bangsa-Bangsa (PBB) dalam ajang *Best Tourism Villages by UN Tourism – 2025 Ceremony & Third Annual Network Meeting* yang diselenggarakan di Huzhou, Tiongkok pada 17 Oktober 2025 lalu. Pengakuan ini menunjukkan keberhasilan Banyuwangi dalam mengelola desa wisata berbasis budaya.¹⁵ Tujuan utama pengembangan desa wisata tersebut adalah untuk menjaga kelestarian lingkungan, mempertahankan tradisi, serta mengangkat kearifan lokal. Selain itu, program ini bertujuan meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat (wellbeing) sekaligus memberikan pengalaman berwisata yang autentik, edukatif, dan berkelanjutan bagi para pengunjung.¹⁶

Metode penelitian ini menggunakan data sekunder dengan pendekatan deskriptif kuantitatif yang difokuskan pada analisis data kunjungan wisatawan mancanegara dan pertumbuhan ekonomi. Data sekunder tersebut diperoleh dari Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Banyuwangi dan Badan Pusat Statistik, kemudian dianalisis untuk menggambarkan kondisi pariwisata di Kabupaten Banyuwangi dikaitkan dengan sertifikasi halal produk yang mendukungnya. Pendekatan kuantitatif relevan untuk menafsirkan data kunjungan wisatawan dan indikator ekonomi, sehingga memberikan landasan empiris yang kuat dalam menarik kesimpulan deskriptif terhadap fenomena pariwisata dan ekonomi daerah.¹⁷

PRODUK HALAL

Konsep halal produk, terutama dalam konteks makanan dan minuman, kini menjadi perhatian global karena dianggap sebagai standar alternatif dalam menjamin keamanan, kebersihan, dan kualitas konsumsi sehari-hari.¹⁸ Produk yang dihasilkan berdasarkan prinsip dan prosedur halal tidak hanya diterima oleh konsumen Muslim, tetapi juga diminati oleh kalangan non-Muslim. Bagi masyarakat Muslim, makanan dan minuman halal

¹⁴ Badan Pusat Statistik Kabupaten Banyuwangi, 2024. *Kabupaten Banyuwangi dalam Angka 2024 (Banyuwangi Regency in Figures 2024)*. Banyuwangi: Badan Pusat Statistik Kabupaten Banyuwangi.

¹⁵ <https://banyuwangitourism.com/news/banyuwangi-juara-dunia-lagi-desa-wisata-osing-kemiren-sabet-penghargaan-bergengsi-pbb>

¹⁶ <https://banyuwangitourism.com/news/banyuwangi-juara-dunia-lagi-desa-wisata-osing-kemiren-sabet-penghargaan-bergengsi-pbb>

¹⁷ Creswell, J.W. and Creswell, J.D. (2018) *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. 5th ed. Thousand Oaks: SAGE Publications.

¹⁸ Ambali, A. R., & Bakar, A. N. (2014). People’s awareness on halal foods and products: Potential issues for policy-makers. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 121, 3–25. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.01.1104>.



memiliki makna kepatuhan terhadap hukum Syariah. Sementara itu, bagi konsumen non-Muslim, label halal menjadi simbol kebersihan, mutu, serta jaminan keamanan karena proses produksinya dilakukan secara ketat sesuai prinsip jaminan halal yang menyeluruh. Kesadaran ini menunjukkan bahwa baik konsumen Muslim maupun non-Muslim kini semakin berhati-hati dan selektif terhadap produk yang mereka konsumsi, gunakan, atau beli di pasar.

Popularitas produk halal juga meningkat di kalangan non-Muslim karena adanya kesadaran terhadap pentingnya kesejahteraan hewan dan pandangan bahwa produk halal lebih aman serta menyehatkan.¹⁹ Laporan *Islamic Food and Nutrition Council of America* menegaskan bahwa meningkatnya tren gaya hidup sehat telah membuka peluang besar untuk memasarkan produk halal sebagai alternatif gaya hidup baru, mirip dengan tren “produk organik” di negara-negara Barat seperti Amerika Serikat dan Eropa. Saat ini, banyak konsumen non-Muslim memilih produk halal karena dianggap lebih higienis dan menyehatkan. Dalam beberapa tahun ke depan, diperkirakan permintaan terhadap makanan halal akan terus meningkat, terutama di kalangan konsumen yang semakin peduli terhadap kesehatan.²⁰

KESADARAN HALAL

Kesadaran halal (*halal awareness*) dapat dipahami sebagai tingkat pemahaman, perhatian, dan kepedulian individu terhadap pentingnya memastikan bahwa produk yang dikonsumsi sesuai dengan prinsip-prinsip Syariah Islam. Kesadaran halal mencerminkan sejauh mana pengetahuan seseorang mengenai konsep halal dan haram memengaruhi perilaku pembelian mereka. Kesadaran ini tidak hanya berkaitan dengan aspek religiusitas, tetapi juga dengan keyakinan bahwa produk halal lebih aman, higienis, dan berkualitas tinggi.²¹

Kesadaran terhadap produk halal di Indonesia semakin meningkat seiring dengan bertambahnya pengetahuan konsumen tentang pentingnya sertifikasi halal sebagai jaminan keamanan konsumsi. Konsumen kini tidak hanya menilai produk dari harga dan kualitas fisik, tetapi juga dari kepatuhan produsen terhadap standar halal.²²

Tingkat kesadaran halal juga dipengaruhi oleh faktor sosial, budaya, dan lingkungan. Konsumen Muslim dengan tingkat religiusitas tinggi cenderung lebih selektif dalam memilih produk yang telah tersertifikasi halal.²³ Kesadaran halal tidak hanya tumbuh di

¹⁹ Rezai, G., Mohamed, Z., & Shamsudin, M. N. (2012). Non-Muslim consumers' understanding of halal principles in Malaysia. *Journal of Islamic Marketing*, 3(1), 35–46. <https://doi.org/10.1108/17590831211206572>

²⁰ Islamic Food and Nutrition Council of America. (2009). *Halal food market report – March 2009*. IFANCA Publications.

²¹ Lada, S., Harvey Tanakinjal, G., & Amin, H. (2009). Predicting intention to choose halal products using theory of reasoned action. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 2(1), 66–76. <https://doi.org/10.1108/17538390910946276>

²² Dwi Agustina Kurniawati, & Savitri, H. (2017). Awareness level analysis of Indonesian consumers toward halal products. *Journal of Indonesian Economy and Business*, 32(1), 1–15. <https://doi.org/10.22146/jieb.22376>

²³ Bonne, K., Vermeir, I., Bergeaud-Blackler, F., & Verbeke, W. (2007). Determinants of halal meat consumption in France. *British Food Journal*, 109(5), 367–386. <https://doi.org/10.1108/00707070710756974>



kalangan masyarakat Muslim, tetapi juga mulai diakui oleh kalangan non-Muslim karena dikaitkan dengan standar kebersihan dan kualitas produk.²⁴

Secara keseluruhan, kesadaran halal menjadi faktor penting yang mendorong perilaku pembelian produk halal. Meningkatnya pemahaman masyarakat terhadap nilai-nilai kehalalan akan memperluas pangsa pasar produk halal, baik di tingkat nasional maupun internasional.

SERTIFIKASI HALAL

Sertifikasi halal merupakan proses penilaian dan pengakuan yang diberikan oleh lembaga berwenang terhadap suatu produk atau jasa yang telah memenuhi standar kehalalan sesuai syariat Islam. Sertifikasi ini mencakup seluruh aspek mulai dari bahan baku, proses produksi, penyimpanan, hingga distribusi agar terjamin bebas dari unsur haram dan najis.²⁵

Sertifikasi halal berfungsi sebagai *quality assurance system* yang memberikan jaminan kepada konsumen Muslim bahwa produk yang dikonsumsi telah sesuai dengan prinsip syariah. Di sisi lain, bagi produsen, sertifikasi halal menjadi instrumen strategis untuk meningkatkan daya saing, memperluas pangsa pasar, serta membangun citra positif perusahaan.²⁶

Sertifikasi halal bukan sekadar label keagamaan, tetapi juga simbol integritas, kebersihan, dan keamanan pangan yang diakui secara global. Hal ini menjadikan sertifikasi halal diterima tidak hanya oleh konsumen Muslim, tetapi juga oleh masyarakat non-Muslim yang menilai produk halal lebih higienis, sehat, dan berkualitas tinggi.²⁷

Sertifikasi halal berperan penting dalam membangun kepercayaan konsumen, memperkuat industri halal nasional, serta mendukung perkembangan pariwisata halal di Indonesia. Selain menjadi bentuk kepatuhan terhadap ajaran Islam, sertifikasi halal juga mendorong transparansi rantai pasok dan peningkatan kualitas produk yang berdaya saing global.²⁸

SERTIFIKASI HALAL MENURUT BPJPH

Di Indonesia, kewenangan penyelenggaraan sertifikasi halal diatur dalam Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang *Jaminan Produk Halal (JPH)* yang pelaksanaannya

²⁴ Haslinda, H. (2016). A study on awareness and perception towards halal foods among Muslim students in Kota Kinabalu, Sabah. *Journal of Business and Management*, 18(10), 34–39.

²⁵ Lada, S., Tanakinjal, G.H. & Amin, H., 2009. *Predicting intention to choose halal products using theory of reasoned action*. International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management, 2(1), pp.66–76.

²⁶ Bonne, K. & Verbeke, W., 2008. *Muslim consumer trust in halal meat status and control in Belgium*. Meat Science, 79(1), pp.113–123.

²⁷ Ambali, A.R. & Bakar, A.N., 2014. *People's Awareness on Halal Foods and Products: Potential Issues for Policy-makers*. Procedia - Social and Behavioral Sciences, 121, pp.3–25.

²⁸ Talib, M.S.A., Zailani, S. & Zainuddin, Y., 2016. *Conceptualizations on the dimensions for halal orientation for food manufacturers: A study in the context of Malaysia*. Procedia - Social and Behavioral Sciences, 121, pp.123–132.



berada di bawah Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). Menurut Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH), sertifikasi halal adalah proses penerbitan sertifikat halal terhadap produk yang telah melalui pemeriksaan dan penetapan kehalalan oleh lembaga berwenang sesuai dengan ketentuan syariat Islam. Sertifikasi ini menjadi bukti tertulis bahwa suatu produk telah dinyatakan halal berdasarkan hasil pemeriksaan oleh Lembaga Pemeriksa Halal (LPH) dan penetapan fatwa halal oleh Majelis Ulama Indonesia (MUI).²⁹

BPJPH, sebagai lembaga pemerintah nonkementerian yang bertanggung jawab langsung kepada Presiden Republik Indonesia, memiliki fungsi utama dalam penyelenggaraan jaminan produk halal sebagaimana diamanatkan dalam Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal (JPH)³⁰. Tugas BPJPH meliputi:

1. Registrasi dan verifikasi permohonan sertifikasi halal.
2. Koordinasi dengan LPH dalam melakukan audit halal.
3. Penerbitan dan pendataan sertifikat halal.
4. Sosialisasi, pembinaan, serta pengawasan terhadap pelaku usaha dalam penerapan sistem jaminan produk halal.

Sertifikasi halal yang dikeluarkan BPJPH memiliki masa berlaku selama empat tahun dan dapat diperpanjang setelah dilakukan evaluasi ulang. Proses sertifikasi ini tidak hanya berlaku untuk produk pangan, tetapi juga untuk obat, kosmetik, serta barang gunaan yang berpotensi mengandung bahan non-halal. BPJPH menegaskan bahwa penerapan sistem jaminan produk halal bukan hanya kewajiban bagi pelaku usaha Muslim, tetapi juga bentuk perlindungan konsumen dan peningkatan daya saing industri halal nasional di tingkat global. Melalui sistem yang terstandar, transparan, dan terintegrasi, sertifikasi halal diharapkan dapat mendorong terciptanya ekosistem ekonomi halal yang berkelanjutan di Indonesia.

PENGERTIAN PARIWISATA

Secara umum, pariwisata dapat diartikan sebagai kegiatan perjalanan yang dilakukan seseorang atau kelompok orang untuk sementara waktu ke suatu tempat di luar lingkungan tempat tinggalnya dengan tujuan bukan untuk bekerja, tetapi untuk rekreasi, pendidikan, atau keperluan lainnya. Menurut Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata, pariwisata adalah berbagai macam kegiatan wisata dan didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah.³¹

Pariwisata sebagai perjalanan yang dilakukan dari suatu tempat ke tempat lain dengan tujuan utama memperoleh kenikmatan, mencari pengalaman baru, mempelajari kebudayaan, atau berolahraga, tanpa bermaksud mencari nafkah di tempat yang

²⁹ Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH), 2024. *Tentang BPJPH*. [online] Tersedia di: <https://bpjph.halal.go.id/detail/tentang-bpjph>

³⁰ Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. Jakarta: Kementerian Hukum dan Hak Asasi Manusia Republik Indonesia.

³¹ Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisata. Jakarta: Kementerian Hukum dan HAM Republik Indonesia



dikunjungi.³² Pariwisata mencakup keseluruhan sistem yang melibatkan aspek perjalanan, akomodasi, dan layanan lain yang dibutuhkan wisatawan selama melakukan perjalanan mereka.³³

Pariwisata memiliki beberapa komponen utama yang saling berkaitan³⁴, yaitu:

1. Atraksi wisata (attractions): segala sesuatu yang menjadi daya tarik wisatawan, baik berupa alam, budaya, maupun buatan manusia.
2. Aksesibilitas (accessibility): kemudahan wisatawan dalam mencapai destinasi, mencakup infrastruktur transportasi dan jaringan jalan.
3. Amenitas (amenities): fasilitas penunjang seperti hotel, restoran, dan sarana rekreasi.
4. Ancillary services (layanan pendukung): lembaga atau organisasi yang memberikan dukungan, seperti biro perjalanan dan lembaga sertifikasi.
5. Institusi atau kelembagaan (organization): peran pemerintah, masyarakat, dan swasta dalam mengelola serta mengembangkan destinasi wisata.

Pariwisata berfungsi tidak hanya sebagai sarana rekreasi, tetapi juga memiliki manfaat ekonomi, sosial, budaya, dan lingkungan. Dari sisi ekonomi, pariwisata dapat meningkatkan pendapatan daerah dan menciptakan lapangan kerja. Dari sisi sosial dan budaya, pariwisata berperan dalam memperkuat identitas lokal, mendorong pelestarian budaya, serta memperluas wawasan masyarakat terhadap keberagaman.³⁵

Selain itu, pariwisata modern kini juga menekankan aspek keberlanjutan (sustainable tourism), yaitu pengelolaan pariwisata yang memperhatikan keseimbangan antara kebutuhan ekonomi, pelestarian lingkungan, dan kesejahteraan sosial masyarakat lokal.³⁶

Pariwisata dapat diklasifikasikan berdasarkan³⁷:

1. Motif perjalanan: rekreasi, budaya, religi, bisnis, pendidikan, kesehatan, dan olahraga.
2. Wilayah tujuan: domestik dan internasional.
3. Bentuk kegiatan: wisata alam, wisata budaya, wisata minat khusus, dan wisata buatan.

Dalam konteks modern, berkembang pula konsep pariwisata halal (halal tourism) yang berorientasi pada penyediaan layanan sesuai dengan prinsip syariah, seperti makanan halal, fasilitas ibadah, dan lingkungan wisata yang sesuai dengan nilai-nilai Islam.

Kabupaten Banyuwangi merupakan kabupaten terluas di Provinsi Jawa Timur dengan luas wilayah sekitar 5.782,50 km² dan garis pantai sepanjang 175,8 km. Wilayah ini memiliki topografi yang beragam, mulai dari pegunungan, dataran tinggi, hingga kawasan pesisir yang kaya potensi alam dan budaya. Kondisi geografis tersebut menjadikan Banyuwangi sebagai salah satu destinasi wisata unggulan di Indonesia.

³² Yoeti, O.A., 2008. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa.

³³ Cooper, C., Fletcher, J., Gilbert, D. & Wanhill, S., 1993. *Tourism: Principles and Practice*. London: Pitman Publishing.

³⁴ Gunn, C.A., 1994. *Tourism Planning: Basics, Concepts, Cases*. 3rd ed. Washington D.C.: Taylor & Francis.

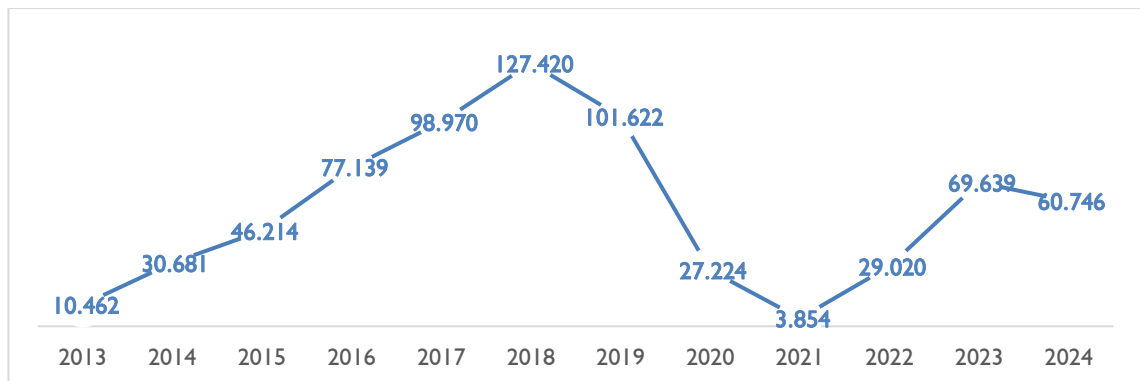
³⁵ Spillane, J.J., 1994. *Ekonomi Pariwisata: Sejarah dan Prospeknya*. Yogyakarta: Kanisius.

³⁶ United Nations World Tourism Organization (UNWTO), 2022. *Sustainable Tourism Development Report*. Madrid: UNWTO

³⁷ Pitana, I.G. & Gayatri, P.G., 2005. *Sosiologi Pariwisata*. Yogyakarta: Andi.

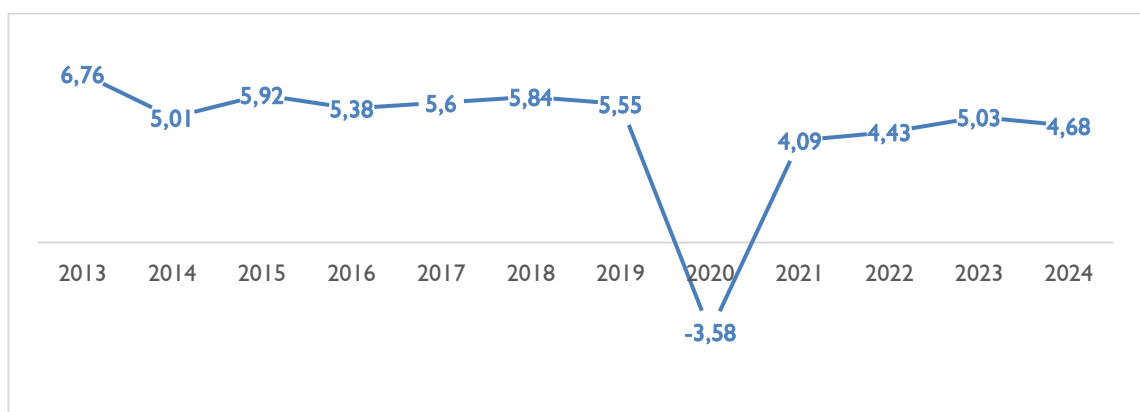


Menurut Badan Pusat Statistik Kabupaten Banyuwangi (2024), wilayah ini terbagi menjadi 25 kecamatan dan 217 desa/kelurahan, dengan kekayaan potensi alam yang mencakup wisata gunung, pantai, taman nasional, hingga wisata budaya dan religi. Pemerintah daerah secara aktif mengembangkan sektor pariwisata berbasis keberlanjutan dan kearifan lokal, yang juga berupaya dalam menghalalkan produk makanan dan minuman di wilayah destinasi wisata sejalan dengan konsep pariwisata halal.



Gambar 1. Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara di Kabupaten Banyuwangi³⁸

Berdasarkan Gambar 1. Menunjukkan bahwa jumlah kunjungan wisatawan mancanegara mengalami penurunan semenjak kejadian covid 19 pada titik terendah Tahun 2021 sebanyak 3.854 jiwa. Sampai pada Tahun 2024 Kabupaten Banyuwangi belum dapat mencapai angka kunjungan tertinggi dalam. Seputuh tahun terakhir yaitu pada Tahun 2018 sebesar 127.420 jiwa. Hal ini menunjukkan perlunya strategi tepat dalam meyakinkan wisatawan mancanegara untuk mau datang ke Banyuwangi, diantaranya dengan inovasi dengan menggait wisatawan muslim melalui sertifikasi halal destinasi wisata.



³⁸ Dinas Kebudayaan dan Pariwisata. 2025. Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara di Kabupaten Banyuwangi.



Gambar 2. Pertumbuhan Ekonomi di Kabupaten Banyuwangi³⁹

Berdasarkan Gambar 2. Selaaras dengan Gambar 1. Menunjukkan bahwa Tahun 2020 pertumbuhan ekonomi mengalami penurunan sampai -3,58%, dan setelah itu mulai menguat pertumbuhan ekonomi walau pada Tahun 2024 belum dapat mencapai titik tertinggi dalam sepuluh tahun terakhir yaitu Tahun 2015 sebesar 5,92%.

PARIWISATA HALAL

Pariwisata halal (Halal Tourism) merupakan konsep pariwisata yang mengintegrasikan prinsip-prinsip syariah Islam dalam penyelenggaraan layanan, fasilitas, serta aktivitas wisata. Pariwisata halal adalah bentuk kegiatan wisata yang dirancang agar sesuai dengan kebutuhan wisatawan Muslim dengan memperhatikan aspek halal dalam makanan, akomodasi, dan aktivitas wisata.⁴⁰

Pariwisata halal sebagai kegiatan wisata yang dikelola sesuai dengan prinsip-prinsip Islam, yang melarang hal-hal seperti konsumsi alkohol, perjudian, serta menyediakan fasilitas ibadah dan makanan halal bagi wisatawan.⁴¹ Menurut Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia,⁴² pariwisata halal bukanlah bentuk pariwisata eksklusif bagi Muslim saja, melainkan model pariwisata inklusif dan etis, yang menonjolkan nilai kebersihan, kenyamanan, keamanan, dan kepastian halal dalam setiap layanan wisata.

Pariwisata halal memiliki keterkaitan erat dengan Maqāsid al-Syarī'ah karena konsep pengembangan destinasi wisata yang berlandaskan nilai syariah bertujuan menjaga kemaslahatan dan menghindarkan wisatawan dari unsur yang bertentangan dengan ajaran Islam. Dalam konteks *ḥifẓ al-dīn* (menjaga agama), pariwisata halal mengatur layanan wisata agar bebas dari aktivitas maksiat, menyediakan fasilitas ibadah, serta mempromosikan etika wisata sesuai prinsip syariah. Prinsip *ḥifẓ al-nafs* (menjaga jiwa) diterapkan melalui penyediaan keamanan, kebersihan lingkungan destinasi, standar sanitasi makanan, dan perlindungan wisatawan. Selanjutnya, *ḥifẓ al-'aql* (menjaga akal) diwujudkan melalui edukasi nilai budaya lokal, penghindaran konsumsi zat terlarang, serta konten hiburan yang tidak merusak moral. Adapun *ḥifẓ al-māl* (menjaga harta) tercermin dari transparansi harga, kehalalan transaksi, serta perlindungan konsumen dalam layanan wisata. Terakhir, *ḥifẓ al-nasl* (menjaga keturunan) diwujudkan melalui kontrol lingkungan wisata agar tetap beradab, tidak mengarah pada praktik yang merusak moral keluarga, serta menyediakan fasilitas ramah anak. Dengan demikian, penerapan maqasid syariah dalam pariwisata halal bukan hanya menegakkan prinsip keagamaan, tetapi juga menciptakan pengalaman wisata yang aman, etis, berkelanjutan, serta meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat.

³⁹ Badan Pusat Statistik Kabupaten Banyuwangi, 2024. *Kabupaten Banyuwangi dalam Angka 2024 (Banyuwangi Regency in Figures 2024)*. Banyuwangi: Badan Pusat Statistik Kabupaten Banyuwangi.

⁴⁰ Battour, M. & Ismail, M.N., 2016. *Halal Tourism: Concepts, Practices, Challenges and Future. Tourism Management Perspectives*, 19, pp.150–154.

⁴¹ Henderson, J.C., 2010. *Sharia-Compliant Hotels. Tourism and Hospitality Research*, 10(3), pp.246–254.

⁴² Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia, 2023. *Panduan Pengembangan Pariwisata Halal di Indonesia*. Jakarta: Kemenparekraf RI.

Konsep pariwisata halal berakar pada prinsip Maqāṣid al-Syarī'ah, yaitu tujuan-tujuan utama syariat Islam yang meliputi:

1. Hifz al-Dīn (menjaga agama): Melalui penyediaan fasilitas ibadah, lingkungan yang religius, dan larangan terhadap kegiatan yang bertentangan dengan syariah.
2. Hifz al-Nafs (menjaga jiwa): Dengan menjamin keamanan, kenyamanan, serta kebersihan lingkungan wisata.
3. Hifz al-Māl (menjaga harta): Dengan memastikan transaksi ekonomi wisata dilakukan secara halal dan etis.
4. Hifz al-'Aql (menjaga akal): Melarang konsumsi alkohol dan aktivitas yang merusak moral.
5. Hifz al-Nasl (menjaga keturunan): Mendorong wisata keluarga yang sehat dan edukatif.

Dengan demikian, pariwisata halal tidak hanya berorientasi pada ekonomi, tetapi juga spiritualitas dan keberlanjutan moral.

Pariwisata halal mencakup beberapa komponen utama⁴³:

1. Akomodasi Halal: Hotel atau penginapan yang menyediakan makanan halal, tidak menjual alkohol, serta memiliki fasilitas ibadah.
2. Kuliner Halal: Tersertifikasi halal oleh lembaga resmi seperti BPJPH (Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal).
3. Atraksi Wisata Islami: Wisata religi, sejarah Islam, serta kegiatan budaya yang tidak bertentangan dengan nilai-nilai Islam.
4. Fasilitas Penunjang: Tersedianya mushola, arah kiblat, jadwal salat, dan lingkungan yang bersih serta nyaman.
5. Manajemen dan Etika Pelayanan: Dikelola berdasarkan prinsip kejujuran, tanggung jawab, dan etika kerja Islami.

Landasan hukum dan etika pariwisata halal bersumber dari Al-Qur'an dan Hadis. Beberapa ayat yang menjadi rujukan antara lain:

QS. Al-Baqarah (2): 168

“Wahai manusia! Makanlah dari (makanan) yang halal lagi baik dari apa yang terdapat di bumi...”

QS. Al-Ma'idah (5): 88

“Makanlah dari rezeki yang telah diberikan Allah kepadamu yang halal lagi baik, dan bertakwalah kepada Allah yang kamu beriman kepada-Nya.”

Ayat-ayat ini menjadi dasar bahwa seluruh aktivitas manusia, termasuk wisata, hendaknya dilakukan dalam kerangka kehalalan dan kebaikan (ṭayyibah).

⁴³ Jaelani, A., 2017. *Halal Tourism Industry in Indonesia: Potential and Prospects. International Review of Management and Marketing*, 7(3), pp.25–34.



Tujuan utama pengembangan pariwisata halal meliputi⁴⁴:

1. Meningkatkan kesejahteraan ekonomi melalui pariwisata berbasis syariah.
2. Menyediakan layanan pariwisata yang sesuai dengan kebutuhan spiritual wisatawan Muslim.
3. Meningkatkan citra positif negara atau daerah sebagai destinasi wisata ramah Muslim.
4. Mendukung pembangunan berkelanjutan berbasis etika dan tanggung jawab sosial.

El-Gohary menyoroti dampak pandemi COVID-19 terhadap industri pariwisata halal secara global dan menekankan perlunya inovasi layanan untuk memulihkan kepercayaan wisatawan Muslim.⁴⁵ Kurniawati dan Fathoni menemukan bahwa pariwisata halal memiliki hubungan positif dengan pertumbuhan ekonomi di Indonesia melalui peningkatan daya tarik destinasi dan kontribusi sektor perjalanan.⁴⁶ Susilawati menelaah efektivitas regulasi hukum pariwisata halal di Indonesia dan menyimpulkan bahwa penguatan standar sertifikasi dan koordinasi kelembagaan masih menjadi tantangan utama.⁴⁷ Samudra yang melakukan systematic literature review dan menyimpulkan bahwa keberhasilan pariwisata halal sangat dipengaruhi oleh kesiapan fasilitas, edukasi masyarakat, dan branding destinasi.⁴⁸ Sejalan dengan itu, Alam mengevaluasi aspek sosial-kultural penerapan prinsip halal dalam pariwisata dan menemukan bahwa penerimaan masyarakat lokal menjadi faktor penentu keberlanjutan destinasi.⁴⁹ Pentingnya pengembangan pariwisata halal berbasis komunitas dan literasi informasi untuk meningkatkan pengalaman wisatawan.⁵⁰ Sementara itu, Abror menemukan bahwa religiositas, kepuasan, kepercayaan, serta fasilitas halal berpengaruh terhadap niat kunjungan ulang wisatawan; dan Harini menyoroti kontribusi desa wisata halal berbasis budaya lokal terhadap keberlanjutan ekonomi dan sosial.⁵¹ Secara global, Jabeen melakukan systematic review yang menunjukkan adanya pergeseran fokus penelitian menuju digitalisasi, keberlanjutan, serta integrasi prinsip Islam dalam manajemen destinasi. Secara umum, penelitian periode ini menggambarkan bahwa pariwisata halal berperan besar dalam ekonomi daerah, budaya, dan kebijakan, serta menuntut penguatan standar pelayanan dan adaptasi digital.⁵²

⁴⁴ Battour, M. & Ismail, M.N., 2016. *Halal Tourism: Concepts, Practices, Challenges and Future. Tourism Management Perspectives*, 19, pp.150–154

⁴⁵ El-Gohary, H. (2020) 'Coronavirus and Halal Tourism and Hospitality Industry', *Sustainability*, 12(21), 9260.

⁴⁶ Kurniawati, A. and Fathoni, M.A. (2022) 'Increasing Economic Growth through Halal Tourism in Indonesia', *Peusijuek Journal*, 1(2), pp. 14–25.

⁴⁷ Susilawati, C. (2023) 'Identification and Effectiveness of Halal Tourism Laws in Indonesia', *Journal of Indonesian Sharia Economic Law*, 5(2), pp. 122–135.

⁴⁸ Samudra, D. (2024) 'A Systematic Review: Halal Tourism Development in Indonesia', *Iqtishodiah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 6(2), pp. 89–104.

⁴⁹ Alam, A. (2024) 'Halal Tourism and the Islamic Socio-Cultural Perspective', *Jurnal Fuaduna*, 5(1), pp. 10–21.

⁵⁰ Putra, I.N. et al. (2025) 'Community-Based Halal Tourism and Information Literacy', *Tourism and Hospitality*, 6(3), pp. 148–160.

⁵¹ Harini, S. et al. (2025) 'Development of Halal Tourism Villages Based on Local Culture and SDGs', *Tourism and Hospitality*, 6(2), pp. 55–69.

⁵² Jabeen, S. et al. (2025) 'Integration of Islamic Principles in Tourism and Hospitality: A Systematic Review', *Administrative Sciences*, 15(9), 335.

Banyuwangi dikenal sebagai “The Sunrise of Java” dan berhasil menembus pasar pariwisata internasional berkat keberhasilan dalam branding, event internasional, dan pengelolaan destinasi wisata berbasis budaya lokal. Namun, untuk menjaga dan meningkatkan daya saing global, Banyuwangi perlu memperhatikan preferensi wisatawan Muslim mancanegara, khususnya dari negara-negara Timur Tengah, Asia Selatan, dan Asia Tenggara, yang menuntut adanya jaminan halal dalam seluruh aspek layanan wisata. Indonesia melalui BPJPH (Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal) dan Kemenparekraf mendorong sertifikasi halal pada produk-produk wisata seperti kuliner, hotel, dan destinasi wisata. Kabupaten Banyuwangi, misalnya, telah memfasilitasi sertifikasi halal gratis bagi pelaku UMKM wisata sebagai upaya mewujudkan destinasi ramah Muslim yang berdaya saing global.⁵³ Kabupaten Banyuwangi dikenal sebagai salah satu destinasi wisata unggulan nasional dengan potensi besar di sektor pariwisata halal. Namun, meskipun pemerintah daerah telah meluncurkan berbagai program fasilitasi seperti sertifikasi halal gratis bagi UMKM, tingkat kepemilikan sertifikat halal di daerah ini masih tergolong rendah. Berdasarkan data dari Pemerintah Kabupaten Banyuwangi, dari puluhan ribu pelaku usaha kuliner, hotel, dan UMKM, hanya sebagian kecil yang telah mengantongi sertifikat halal resmi dari BPJPH. Kondisi ini menunjukkan masih adanya kesenjangan antara kebijakan dan implementasi di lapangan.

Kabupaten Banyuwangi memerlukan strategi yang tepat dalam mengoptimalkan sertifikasi halal pada produk dan akomodasi guna mendukung pengembangan pariwisata berorientasi global. Optimalisasi tersebut dapat dilakukan melalui penguatan literasi halal bagi pelaku usaha, penyederhanaan prosedur administrasi, serta peningkatan kapasitas pendamping proses produk halal (PPH) agar proses verifikasi dan penerbitan sertifikat berjalan lebih cepat dan tepat sasaran. Selain itu, diperlukan dukungan kebijakan daerah berupa fasilitasi pembiayaan, intensifikasi promosi destinasi halal, serta integrasi standar halal dalam layanan akomodasi dan penyediaan konsumsi untuk wisatawan. Penguatan kolaborasi pentahelix antara pemerintah, akademisi, pelaku industri, komunitas, dan media juga menjadi kunci dalam mendorong ekosistem pariwisata halal yang kompetitif. Implementasi digitalisasi alur sertifikasi serta monitoring evaluatif secara berkala diharapkan dapat mengatasi hambatan teknis, meningkatkan kepatuhan usaha wisata, dan memperkuat posisi Banyuwangi sebagai destinasi ramah Muslim yang mampu bersaing dalam jaringan pariwisata internasional.

Produk makanan dan minuman yang disajikan di kawasan wisata wajib memiliki sertifikasi halal sebagai bentuk jaminan mutu, keamanan konsumsi, dan kepatuhan terhadap prinsip syariah, terutama dalam konteks peningkatan layanan wisata ramah Muslim. Kewajiban ini penting untuk memastikan bahwa seluruh proses pengolahan, penyimpanan, serta penyajian telah memenuhi standar kehalalan sesuai regulasi yang berlaku, sekaligus memberikan kepastian hukum bagi wisatawan. Selain itu, sertifikasi halal berperan strategis dalam meningkatkan kepercayaan konsumen, memperluas segmentasi pasar wisatawan mancanegara, serta memperkuat citra destinasi sebagai kawasan wisata yang profesional dan berorientasi global. Dengan demikian, implementasi

⁵³ Pemerintah Kabupaten Banyuwangi, 2024. *Telah Jangkau Puluhan Ribu Pelaku Usaha, Banyuwangi Kembali Fasilitasi Sertifikasi Halal Gratis UMKM*. [online] Tersedia di: <https://banyuwangikab.go.id/berita/telah-jangkau-puluhan-ribu-pelaku-usaha-banyuwangi-kembali-fasilitasi-sertifikasi-halal-gratis-umkm>



sertifikasi halal pada produk makanan dan minuman di kawasan wisata tidak hanya berdampak pada kualitas layanan pariwisata, tetapi juga mendukung pertumbuhan ekonomi daerah melalui peningkatan daya tarik dan kepuasan wisatawan.

Hotel dan restoran sebagai fasilitas pendukung pariwisata juga wajib menerapkan standar kehalalan dalam layanan yang disediakan guna menjamin keamanan konsumsi, kenyamanan wisatawan Muslim, serta kepatuhan terhadap regulasi yang berlaku. Penerapan standar halal pada kedua sektor ini meliputi pengelolaan bahan baku, proses pengolahan makanan dan minuman, sistem penyimpanan, hingga penyediaan fasilitas ibadah dan pelayanan yang sesuai dengan prinsip syariah. Kewajiban tersebut tidak hanya berfungsi sebagai perlindungan konsumen, tetapi juga meningkatkan citra destinasi sebagai kawasan wisata ramah Muslim, sehingga mampu menarik wisatawan mancanegara dari negara-negara dengan mayoritas penduduk Muslim. Selain itu, implementasi standar halal pada hotel dan restoran akan memperkuat daya saing destinasi, meningkatkan kepuasan wisatawan, serta mendukung pertumbuhan ekonomi daerah melalui peningkatan kualitas dan kredibilitas layanan pariwisata.

Seluruh makanan dan minuman yang beredar di Indonesia wajib memenuhi standar kehalalan sebagaimana diamanatkan oleh regulasi nasional, sebagai bentuk perlindungan konsumen serta jaminan mutu produk pangan. Kewajiban ini tidak hanya bertujuan menjaga keamanan dan kenyamanan masyarakat Muslim sebagai mayoritas penduduk, tetapi juga merupakan strategi nasional untuk memperkuat posisi Indonesia sebagai destinasi wisata halal berkelas dunia. Dengan memastikan seluruh rantai produksi makanan dan minuman tersertifikasi halal, Indonesia berpotensi meningkatkan kepercayaan wisatawan Muslim internasional, memperluas pasar industri halal global, serta mendorong percepatan pertumbuhan sektor pariwisata yang kompetitif. Upaya ini diharapkan mampu menempatkan Indonesia sebagai peringkat pertama dalam wisata halal dunia melalui penciptaan ekosistem pariwisata yang aman, berkualitas, dan selaras dengan prinsip-prinsip syariah.

Penerapan prinsip kehalalan dalam pengembangan sektor pariwisata di Kabupaten Banyuwangi memberikan peluang strategis bagi peningkatan kunjungan wisatawan mancanegara, khususnya dari negara-negara dengan mayoritas penduduk Muslim. Penyediaan fasilitas ibadah, layanan konsumsi bersertifikat halal, serta akomodasi yang sesuai dengan standar syariah dapat meningkatkan kenyamanan, rasa aman, dan kepercayaan wisatawan selama berkunjung. Selain itu, citra destinasi yang ramah Muslim juga berkontribusi terhadap penguatan daya saing pariwisata daerah pada pasar global, sejalan dengan tren pertumbuhan halal tourism internasional. Dengan demikian, integrasi aspek kehalalan tidak hanya menjadi nilai tambah pada kualitas layanan, tetapi juga berpotensi menciptakan perluasan pasar wisatawan, mendorong pertumbuhan ekonomi lokal, dan memperkuat positioning Banyuwangi sebagai destinasi wisata berkelanjutan yang kompetitif di tingkat global.

Jasa transportasi, pengemasan, serta distribusi produk kosmetik dan obat-obatan juga wajib memenuhi standar halal sebagai bentuk perlindungan konsumen serta jaminan mutu rantai pasok produk. Kewajiban ini bertujuan memastikan bahwa seluruh proses, mulai dari pemilihan bahan baku, pengolahan, pengemasan, hingga pendistribusian tidak tercemar unsur yang diharamkan menurut ketentuan syariah. Dalam konteks pariwisata



halal di Kabupaten Banyuwangi, kepatuhan terhadap sertifikasi halal pada sektor kosmetik dan obat menjadi semakin penting, mengingat kebutuhan wisatawan terhadap produk-produk perawatan dan kesehatan yang aman serta terjamin. Selain itu, kepastian jaminan halal untuk produk kosmetik dan obat akan memperkuat ekosistem industri halal daerah, mendorong daya saing destinasi wisata, serta mendukung keberlanjutan ekonomi masyarakat lokal melalui UMKM yang produktif dan tersertifikasi. Oleh karena itu, sinergi antar-institusi, peningkatan literasi halal, serta pengawasan yang konsisten menjadi prasyarat penting untuk memastikan keberhasilan penerapan sertifikasi halal dalam industri pendukung pariwisata.

KESIMPULAN

Sertifikasi halal bukan hanya instrumen kepastian hukum dan kepercayaan konsumen, tetapi juga strategi branding global yang dapat meningkatkan nilai tambah, memperluas jangkauan pasar, dan memperkuat posisi Indonesia di kancah pariwisata halal internasional. Dalam konteks pariwisata Kabupaten Banyuwangi, penerapan sertifikasi halal menjadi semakin signifikan mengingat daerah ini tengah mengembangkan destinasi berbasis budaya, alam, dan kearifan lokal yang diminati wisatawan mancanegara, khususnya dari negara-negara dengan mayoritas penduduk Muslim. Produk dan layanan bersertifikat halal tidak hanya memenuhi kebutuhan wisatawan Muslim, tetapi juga mencerminkan standar kualitas, kebersihan, higienitas, serta keamanan pangan yang bersifat universal. Hal ini berdampak pada peningkatan reputasi destinasi, loyalitas wisatawan, serta diversifikasi segmen pasar. Lebih lanjut, percepatan sertifikasi halal pada sektor-sektor pendukung seperti hotel, restoran, transportasi, dan UMKM kuliner di kawasan wisata menjadi langkah strategis dalam mewujudkan ekosistem pariwisata halal yang inklusif, kompetitif, dan berkelanjutan. Implementasi sertifikasi halal secara optimal akan mendorong peningkatan daya saing Banyuwangi dalam ajang World's Halal Tourism Award, membuka peluang investasi industri halal, serta mempercepat pertumbuhan ekonomi daerah. Oleh karena itu, sinergi multi-stakeholder, dukungan kebijakan pemerintah daerah, peningkatan literasi halal pada pelaku usaha, serta penguatan sistem pengawasan menjadi prasyarat penting dalam menciptakan destinasi wisata halal yang terstandarisasi dan berdaya saing global.

REKOMENDASI

Upaya percepatan sertifikasi halal pada sektor pariwisata di Kabupaten Banyuwangi perlu diperkuat melalui peningkatan literasi dan sosialisasi regulasi halal kepada pelaku usaha, penyederhanaan prosedur administrasi, serta perluasan kapasitas pendamping Proses Produk Halal (PPH) agar proses verifikasi lebih efisien. Pemerintah daerah juga perlu memberikan dukungan insentif dan fasilitasi pembiayaan, disertai integrasi sertifikasi halal ke dalam promosi destinasi wisata untuk meningkatkan daya tarik bagi wisatawan Muslim. Selain itu, penguatan kolaborasi pemangku kepentingan melalui model pentahelix, penyediaan infrastruktur pendukung seperti fasilitas ibadah dan layanan konsumsi bersertifikat, serta pemanfaatan digitalisasi proses sertifikasi diharapkan mampu mengatasi hambatan teknis di lapangan. Pemerintah perlu melakukan monitoring dan evaluasi berkala guna memastikan efektifitas implementasi, sehingga percepatan sertifikasi



halal dapat berkontribusi positif terhadap peningkatan daya saing, pertumbuhan ekonomi daerah, dan terwujudnya citra Banyuwangi sebagai destinasi pariwisata yang ramah Muslim dan berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Alam, A. (2024) 'Halal Tourism and the Islamic Socio-Cultural Perspective', *Jurnal Fuaduna*, 5(1), pp. 10–21.
- Al-Ansi, A. & Han, H., 2022. Halal-friendly tourism: the role of halal certification on tourist satisfaction in South Korea. *Journal of Destination Marketing & Management*, 23, pp.1–10.
- Abror, A. et al. (2025) 'An Integrative Model Analyzing Revisit Intentions in Halal Tourism', *Tourism and Hospitality*, 6(3), pp. 151–164.
- Ambali, A.R. & Bakar, A.N., 2014. *People's Awareness on Halal Foods and Products: Potential Issues for Policy-makers*. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 121, pp.3–25.
- Arifin, M., Abdullah, A. & Latif, N., 2023. Halal certification and sustainable tourism development: a global perspective. *International Journal of Hospitality Management*, 108, pp.45–57.
- Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH), 2024. *Tentang BPJPH*. [online] Tersedia di: <https://bpjph.halal.go.id/detail/tentang-bpjph> [Diakses 20 Oktober 2025].
- Badan Pusat Statistik Kabupaten Banyuwangi, 2024. *Kabupaten Banyuwangi dalam Angka 2024 (Banyuwangi Regency in Figures 2024)*. Banyuwangi: Badan Pusat Statistik Kabupaten Banyuwangi.
- Banyuwangi Tourism, 2024. *Banyuwangi Juara Dunia Lagi, Desa Wisata Osing Kemiren Sabet Penghargaan Bergengsi PBB*. [online] Tersedia di: <https://banyuwangitourism.com/news/banyuwangi-juara-dunia-lagi-desa-wisata-osing-kemiren-sabet-penghargaan-bergengsi-pbb>.
- Battour, M. & Ismail, M.N., 2016. *Halal Tourism: Concepts, Practices, Challenges and Future*. *Tourism Management Perspectives*, 19, pp.150–154.
- Battour, M., Hakimian, F., Ismail, M.N. & Boğan, E., 2018. *The Perception of Non-Muslim Tourists towards Halal Tourism: Evidence from Turkey and Malaysia*. *Journal of Islamic Marketing*, 9(4), pp.823–840.
- Bonne, K. & Verbeke, W., 2008. *Muslim Consumer Trust in Halal Meat Status and Control in Belgium*. *Meat Science*, 79(1), pp.113–123.
- Bonne, K., Vermeir, I., Bergeaud-Blackler, F. & Verbeke, W., 2007. *Determinants of Halal Meat Consumption in France*. *British Food Journal*, 109(5), pp.367–386.
- BPJPH, 2025. *Tentang BPJPH*. [online] Tersedia di: <https://bpjph.halal.go.id/detail/tentang-bpjph>.
- Cooper, C., Fletcher, J., Gilbert, D. & Wanhill, S., 1993. *Tourism: Principles and Practice*. London: Pitman Publishing.



- Creswell, J.W. and Creswell, J.D. (2018) *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*. 5th ed. Thousand Oaks: SAGE Publications.
- Dwi Agustina Kurniawati & Savitri, H., 2017. *Awareness Level Analysis of Indonesian Consumers Toward Halal Products*. *Journal of Indonesian Economy and Business*, 32(1), pp.1–15.
- El-Gohary, H. (2020) 'Coronavirus and Halal Tourism and Hospitality Industry', *Sustainability*, 12(21), 9260.
- Fatimah, S. & Rahman, M., 2025. The influence of halal certification on overall tourist experience and destination loyalty. *Journal of Islamic Tourism Studies*, 5(1), pp.12–26.
- Gunn, C.A., 1994. *Tourism Planning: Basics, Concepts, Cases*. 3rd ed. Washington D.C.: Taylor & Francis.
- Haikal, 2024. *BPJPH–Kemenpar Bahas Kolaborasi Penguatan Sertifikasi Halal*. [online] BPJPH. Tersedia di: <https://bpjph.halal.go.id/detail/bpjph-kemenpar-bahas-kolaborasi-penguatan-sertifikasi-halal>.
- Harini, S. et al. (2025) 'Development of Halal Tourism Villages Based on Local Culture and SDGs', *Tourism and Hospitality*, 6(2), pp. 55–69.
- Haslinda, H., 2016. *A Study on Awareness and Perception towards Halal Foods among Muslim Students in Kota Kinabalu, Sabah*. *Journal of Business and Management*, 18(10), pp.34–39.
- Henderson, J.C., 2010. *Sharia-Compliant Hotels*. *Tourism and Hospitality Research*, 10(3), pp.246–254.
- Hidayat, R. & Anwar, M., 2021. Sertifikasi halal sebagai penguat citra destinasi wisata syariah di Indonesia. *Jurnal Pariwisata Nusantara*, 9(2), pp.101–118.
- Islamic Food and Nutrition Council of America (IFANCA), 2009. *Halal Food Market Report – March 2009*. IFANCA Publications.
- Jabeen, S. et al. (2025) 'Integration of Islamic Principles in Tourism and Hospitality: A Systematic Review', *Administrative Sciences*, 15(9), 335.
- Jaelani, A., 2017. *Halal Tourism Industry in Indonesia: Potential and Prospects*. *International Review of Management and Marketing*, 7(3), pp.25–34.
- Junaidi, J., 2020. Halal-friendly tourism and customer decision-making: destination attributes and satisfaction. *Current Issues in Tourism*, 23(17), pp.2102–2117.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Republik Indonesia, 2023. *Panduan Pengembangan Pariwisata Halal di Indonesia*. Jakarta: Kemenparekraf RI.
- Kurniawati, A. and Fathoni, M.A. (2022) 'Increasing Economic Growth through Halal Tourism in Indonesia', *Peusijuek Journal*, 1(2), pp. 14–25.
- Lada, S., Tanakinjal, G.H. & Amin, H., 2009. *Predicting Intention to Choose Halal Products Using Theory of Reasoned Action*. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 2(1), pp.66–76.
- Mansouri, F., 2024. Halal certification towards destination competitiveness and tourist loyalty: evidence from the Middle East. *Annals of Tourism Research*, 99, pp.1–13.



- Muhammad, F., Salleh, N. & Karim, S., 2021. Impact of halal certification on Muslim tourist trust in culinary destinations. *Journal of Halal Studies*, 2(3), pp.45–60.
- Musi Online, 2025. *Sertifikasi Halal Dukung Pariwisata Ramah Muslim di Indonesia, Makanan Halal Jadi Prioritas Utama*. [online] Tersedia di: <https://musionline.co.id/3647-baca-berita-sertifikasi-halal-dukung-pariwisata-ramah-muslim-di-indonesia,-makanan-halal-jadi-prioritas-utama.html>.
- Pemerintah Kabupaten Banyuwangi, 2024. *Telah Jangkau Puluhan Ribu Pelaku Usaha, Banyuwangi Kembali Fasilitasi Sertifikasi Halal Gratis UMKM*. [online] Tersedia di: <https://banyuwangikab.go.id/berita/telah-jangkau-puluhan-ribu-pelaku-usaha-banyuwangi-kembali-fasilitasi-sertifikasi-halal-gratis-umkm>.
- Pitana, I.G. & Gayatri, P.G., 2005. *Sosiologi Pariwisata*. Yogyakarta: Andi.
- Putra, I.N. et al. (2025) ‘Community-Based Halal Tourism and Information Literacy’, *Tourism and Hospitality*, 6(3), pp. 148–160.
- Rezai, G., Mohamed, Z. & Shamsudin, M.N., 2012. *Non-Muslim Consumers’ Understanding of Halal Principles in Malaysia*. *Journal of Islamic Marketing*, 3(1), pp.35–46.
- Samudra, D. (2024) ‘A Systematic Review: Halal Tourism Development in Indonesia’, *Iqtishodiah: Jurnal Ekonomi dan Perbankan Syariah*, 6(2), pp. 89–104.
- Spillane, J.J., 1994. *Ekonomi Pariwisata: Sejarah dan Prospeknya*. Yogyakarta: Kanisius.
- Susilawati, C. (2023) ‘Identification and Effectiveness of Halal Tourism Laws in Indonesia’, *Journal of Indonesian Sharia Economic Law*, 5(2), pp. 122–135.
- Talib, M.S.A., Zailani, S. & Zainuddin, Y., 2016. *Conceptualizations on the Dimensions for Halal Orientation for Food Manufacturers: A Study in the Context of Malaysia*. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 121, pp.123–132.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang *Kepariwisata*. Jakarta: Kementerian Hukum dan HAM Republik Indonesia.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 tentang *Jaminan Produk Halal*. Jakarta: Kementerian Hukum dan HAM Republik Indonesia.
- United Nations World Tourism Organization (UNWTO), 2022. *Sustainable Tourism Development Report*. Madrid: UNWTO.
- Widodo, T. & Sari, D., 2022. Halal tourism branding and the strategic role of certification in Southeast Asia. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 27(4), pp.345–360.
- Widyawati, 2024. *BPJPH–Kemenpar Bahas Kolaborasi Penguatan Sertifikasi Halal*. [online] BPJPH. Tersedia di: <https://bpjph.halal.go.id/detail/bpjph-kemenpar-bahas-kolaborasi-penguatan-sertifikasi-halal>.
- Yoeti, O.A., 2008. *Pengantar Ilmu Pariwisata*. Bandung: Angkasa.

