



INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research

Volume 4 Nomor 5 Tahun 2024 Page 2380-2394

E-ISSN 2807-4238 and P-ISSN 2807-4246

Website: <https://j-innovative.org/index.php/Innovative>

## Kajian Kritis Literasi Halal dalam Pariwisata: Penyelenggaraan Biro Perjalanan Berdasarkan Fatwa DSN-MUI No. 108/2016

Setiawan bin Lahuri<sup>1</sup>, Fatimah Wulan Purnamasari<sup>1✉</sup>

Universitas Darussalam Gontor Ponorogo

Email: [fatimahwulanpurnamasari92@sudent.hes.unida.gontor.ac.id](mailto:fatimahwulanpurnamasari92@sudent.hes.unida.gontor.ac.id)<sup>1✉</sup>

### Abstrak

Pariwisata halal di Indonesia menghadapi tantangan dalam implementasi standar syariah pada biro perjalanan, meskipun memiliki potensi besar. Penelitian ini bertujuan menganalisis penerapan Fatwa DSN-MUI No. 108/2016 oleh biro perjalanan dan mengidentifikasi tantangan serta peluang pengembangannya. Menggunakan metode kualitatif dengan studi literatur dan analisis konten, penelitian ini mengkaji artikel ilmiah, dokumen kebijakan, dan laporan industri. Analisis data dilakukan melalui analisis konten tematik dan komparatif. Hasil menunjukkan variasi dalam pemahaman dan implementasi fatwa, dengan inovasi teknologi dan kolaborasi pemangku kepentingan sebagai faktor kunci keberhasilan. Tantangan utama meliputi standardisasi layanan dan peningkatan literasi halal, sementara peluang terletak pada pengembangan produk inovatif dan integrasi teknologi. Temuan ini menggarisbawahi perlunya pendekatan yang holistik dan berkelanjutan untuk menghadapi tantangan dan memanfaatkan peluang dalam pariwisata halal. Rekomendasi untuk pengembangan kebijakan dan praktik di sektor ini juga disarankan untuk meningkatkan efektivitas dan keberlanjutan pariwisata halal di Indonesia.

Kata Kunci: *Pariwisata Halal, Biro Perjalanan, Fatwa Syariah, Inovasi*

## Abstract

Halal tourism in Indonesia faces challenges in the implementation of sharia standards in travel agencies, despite its great potential. This study aims to analyse the implementation of DSN-MUI Fatwa No. 108/2016 by travel agencies and identify challenges and opportunities for development. Using a qualitative method with literature study and content analysis, this study examined scientific articles, policy documents, and industry reports. Data analysis was conducted through thematic and comparative content analysis. Results show variations in the understanding and implementation of the fatwa, with technological innovation and stakeholder collaboration as key success factors. Key challenges include service standardisation and improving halal literacy, while opportunities lie in innovative product development and technology integration. The findings underscore the need for a holistic and sustainable approach to face challenges and capitalise on opportunities in halal tourism. Recommendations for policy and practice development in the sector are also suggested to enhance the effectiveness and sustainability of halal tourism in Indonesia.

Keyword: *Halal Tourism, Travel Agency, Sharia Fatwa, Innovation*

## PENDAHULUAN

Pariwisata halal telah menjadi tren global yang signifikan dalam industri perjalanan dan hospitalitas. Fenomena ini tidak hanya menarik minat wisatawan Muslim tetapi juga non-Muslim yang mencari pengalaman berwisata yang unik dan etis (Battour et al., 2021) (Carboni & Janati, 2022). Pertumbuhan sektor ini didorong oleh peningkatan kesadaran akan gaya hidup halal dan kebutuhan akan layanan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Ini menunjukkan bahwa konsep halal memiliki daya tarik universal. Dengan demikian, pariwisata halal dapat menciptakan sinergi antara nilai-nilai religius dan kesadaran etis global.

Di Indonesia, sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, pariwisata halal memiliki potensi besar untuk berkembang. Pemerintah dan pemangku kepentingan industri telah menyadari pentingnya mengembangkan infrastruktur dan layanan yang mendukung wisata halal (Pratiwi et al., 2020) (Sukmayadi et al., 2022). Upaya ini tidak hanya bertujuan untuk memenuhi kebutuhan wisatawan Muslim domestik tetapi juga untuk menarik wisatawan internasional yang mencari destinasi ramah Muslim. Keberhasilan Indonesia dalam mengembangkan sektor ini akan memperkuat posisinya di peta pariwisata dunia. Hal ini juga berpotensi membuka peluang ekonomi baru yang signifikan.

Salah satu aspek krusial dalam pengembangan pariwisata halal adalah peran biro perjalanan. Biro perjalanan memegang posisi strategis sebagai penghubung antara wisatawan dan berbagai layanan wisata, termasuk akomodasi, transportasi, dan atraksi

(Rasul, 2019) (Oktadiana et al., 2020). Oleh karena itu, pemahaman dan implementasi prinsip-prinsip halal dalam operasional biro perjalanan menjadi sangat penting untuk menjamin pengalaman wisata yang sesuai syariah bagi pelanggan. Layanan yang sesuai syariah tidak hanya menjadi standar tetapi juga kebutuhan pasar yang terus berkembang. Biro perjalanan yang berhasil mengadopsi konsep ini dapat memenangkan loyalitas konsumen Muslim.

Dalam konteks Indonesia, Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) telah mengeluarkan Fatwa No. 108/2016 tentang Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata Berdasarkan Prinsip Syariah. Fatwa ini menjadi landasan penting bagi pengembangan pariwisata halal di Indonesia, termasuk dalam penyelenggaraan biro perjalanan (Widagdyo, 2020) (Hidayat et al., 2021). Implementasi fatwa ini memerlukan kajian mendalam untuk memastikan kepatuhan dan efektivitasnya dalam praktik industri. Dengan adanya fatwa tersebut, standar halal dapat diterapkan lebih sistematis. Ini akan memastikan biro perjalanan mampu menawarkan layanan yang benar-benar sesuai dengan syariah.

Literasi halal menjadi faktor kunci dalam memahami dan mengimplementasikan prinsip-prinsip pariwisata halal. Konsep ini mencakup pemahaman komprehensif tentang apa yang diperbolehkan dan dilarang dalam Islam, serta bagaimana menerapkannya dalam konteks layanan wisata (Yousaf & Xiucheng, 2022) (Mohsin et al., 2021). Peningkatan literasi halal di kalangan pelaku industri, termasuk biro perjalanan, dapat mendorong inovasi dan peningkatan kualitas layanan pariwisata halal. Literasi yang baik dapat mengurangi kesalahan dalam penerapan prinsip syariah. Hal ini juga memungkinkan pelaku industri untuk berinovasi dalam menciptakan produk wisata halal yang lebih relevan.

Tantangan utama dalam implementasi pariwisata halal di Indonesia adalah keragaman interpretasi dan pemahaman tentang konsep halal itu sendiri. Hal ini dapat menyebabkan variasi dalam standar dan praktik yang diterapkan oleh biro perjalanan dan penyedia layanan wisata lainnya (Wardi et al., 2021) (Setiawan et al., 2021). Oleh karena itu, diperlukan standarisasi dan panduan yang jelas untuk memastikan konsistensi dalam penerapan prinsip-prinsip halal di seluruh rantai nilai pariwisata. Dengan standarisasi yang baik, layanan pariwisata halal di Indonesia bisa lebih terintegrasi. Ini juga akan meningkatkan kepercayaan wisatawan dalam memilih Indonesia sebagai destinasi wisata halal.

Aspek penting lainnya dalam pengembangan pariwisata halal adalah integrasi

teknologi. Penggunaan platform digital dan aplikasi mobile dapat meningkatkan aksesibilitas dan kenyamanan bagi wisatawan Muslim dalam menemukan dan memesan layanan yang sesuai syariah (Akhtar et al., 2021) (Ghaderi et al., 2022). Biro perjalanan yang mengadopsi teknologi ini dapat meningkatkan daya saing mereka dalam pasar pariwisata halal yang semakin kompetitif. Teknologi juga memungkinkan pengawasan yang lebih ketat terhadap penerapan prinsip-prinsip halal. Di samping itu, digitalisasi mempercepat proses reservasi dan transaksi yang lebih ramah bagi wisatawan.

Selain itu, pendidikan dan pelatihan tentang pariwisata halal bagi staf biro perjalanan menjadi krusial. Pemahaman yang mendalam tentang kebutuhan dan preferensi wisatawan Muslim dapat meningkatkan kualitas layanan dan kepuasan pelanggan (Junaidi, 2020) (Farahani et al., 2021). Program peningkatan kapasitas yang berfokus pada aspek-aspek pariwisata halal dapat membantu biro perjalanan dalam mengoptimalkan layanan mereka. Tenaga kerja yang kompeten dalam pariwisata halal akan menciptakan diferensiasi layanan yang lebih baik. Ini akan meningkatkan daya saing dan reputasi biro perjalanan di mata konsumen.

Aspek promosi dan branding juga memainkan peran penting dalam pengembangan pariwisata halal. Biro perjalanan perlu mengembangkan strategi pemasaran yang efektif untuk menarik wisatawan Muslim, baik domestik maupun internasional (Nizar et al., 2022) (Rahman et al., 2022). Penggunaan media sosial dan platform digital lainnya dapat menjadi alat yang powerful dalam mempromosikan paket wisata halal dan membangun citra sebagai penyedia layanan yang terpercaya dalam segmen ini. Branding yang kuat akan memudahkan biro perjalanan membangun hubungan emosional dengan pelanggan. Sementara itu, promosi yang terarah dapat meningkatkan jangkauan pasar.

Kolaborasi antara berbagai pemangku kepentingan, termasuk pemerintah, industri, dan masyarakat, menjadi faktor kunci dalam keberhasilan pengembangan pariwisata halal. Biro perjalanan dapat berperan sebagai katalisator dalam memfasilitasi kerjasama ini, memastikan bahwa semua aspek perjalanan wisatawan Muslim terpenuhi dengan baik (Muhamad et al., 2020) (Olya & Al-ansi, 2021). Pendekatan holistik ini dapat menciptakan ekosistem pariwisata halal yang berkelanjutan dan berdaya saing global. Kolaborasi ini juga dapat memperkuat komitmen semua pihak dalam mendukung kemajuan pariwisata halal. Dukungan dari pemerintah khususnya sangat penting dalam menggerakkan sektor ini.

Penelitian terkini menunjukkan bahwa pariwisata halal memiliki potensi signifikan untuk berkontribusi pada pembangunan ekonomi dan sosial. Biro perjalanan yang fokus

pada segmen ini dapat memainkan peran penting dalam menciptakan lapangan kerja, mendorong pertumbuhan UMKM, dan mempromosikan pemahaman lintas budaya (Azam et al., 2021) (Subarkah et al., 2022). Dampak positif ini dapat memperkuat posisi pariwisata halal sebagai komponen penting dalam strategi pembangunan nasional. Pariwisata halal dapat menjadi salah satu penggerak utama pertumbuhan ekonomi berbasis syariah. Sektor ini juga mendukung inklusi ekonomi melalui pemberdayaan lokal.

Tantangan global seperti pandemi COVID-19 telah memaksa industri pariwisata, termasuk sektor halal, untuk beradaptasi dan berinovasi. Biro perjalanan perlu mengembangkan strategi resiliensi dan fleksibilitas dalam menghadapi perubahan kondisi pasar dan preferensi konsumen (Mostafa, 2022) (Yousaf, 2022). Adopsi protokol kesehatan yang ketat dan pengembangan produk wisata yang sesuai dengan era new normal menjadi krusial untuk keberlanjutan bisnis dalam industri pariwisata halal. Krisis ini sekaligus mendorong akselerasi transformasi digital dalam industri pariwisata halal. Biro perjalanan yang tangguh akan mampu bertahan dan bahkan berkembang dalam situasi pasca-pandemi.

Terakhir, evaluasi dan penilaian berkelanjutan terhadap implementasi prinsip-prinsip halal dalam operasional biro perjalanan menjadi penting. Pengembangan sistem audit dan sertifikasi yang komprehensif dapat membantu meningkatkan standar layanan dan membangun kepercayaan konsumen (Mohd Yusof & Wan Jusoh, 2022) (Khan et al., 2021). Pendekatan ini tidak hanya akan meningkatkan kualitas layanan pariwisata halal tetapi juga mendorong pertumbuhan industri secara keseluruhan. Dengan adanya sertifikasi yang jelas, wisatawan akan lebih percaya terhadap layanan yang ditawarkan. Evaluasi rutin juga memastikan biro perjalanan terus meningkatkan layanan mereka sesuai perkembangan tren.

Urgensi penelitian ini terletak pada pentingnya meningkatkan standar penyelenggaraan pariwisata halal di Indonesia, khususnya dalam mengintegrasikan Fatwa DSN-MUI No. 108/2016 ke dalam praktik biro perjalanan wisata. Meskipun Indonesia memiliki potensi besar sebagai destinasi wisata halal, tantangan dalam implementasi standar syariah masih signifikan. Kurangnya pemahaman tentang fatwa dan penerapannya dalam industri pariwisata menyebabkan adanya variasi dalam kualitas layanan yang disediakan oleh biro perjalanan. Oleh karena itu, penelitian ini diperlukan untuk memberikan panduan yang jelas dan praktis bagi para pelaku industri dalam mengimplementasikan fatwa secara konsisten.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis sejauh mana biro perjalanan di

Indonesia menerapkan prinsip-prinsip yang diatur dalam Fatwa DSN-MUI No. 108/2016. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi hambatan yang dihadapi oleh biro perjalanan dalam menerapkan fatwa tersebut, serta menawarkan rekomendasi untuk meningkatkan kepatuhan terhadap standar syariah. Harapannya, hasil penelitian ini dapat memberikan kontribusi dalam memperkuat pengelolaan pariwisata halal di Indonesia dan membantu pelaku industri dalam meningkatkan layanan mereka kepada wisatawan Muslim.

Namun, penelitian ini memiliki keterbatasan. Salah satunya adalah keterbatasan data empiris yang dapat diakses dari biro perjalanan terkait penerapan fatwa secara rinci. Selain itu, fokus penelitian ini terbatas pada Indonesia, sehingga hasilnya mungkin tidak sepenuhnya dapat digeneralisasikan untuk konteks negara lain. Penelitian ini juga lebih berfokus pada aspek biro perjalanan dan belum mencakup seluruh ekosistem pariwisata halal, seperti penyedia akomodasi dan atraksi wisata. Keterbatasan ini dapat menjadi peluang bagi penelitian lebih lanjut di masa depan.

#### METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi literatur dan analisis konten. Data dikumpulkan melalui studi literatur yang mencakup artikel ilmiah, buku, dan laporan yang relevan dengan pariwisata halal, khususnya terkait biro perjalanan dan implementasi prinsip syariah. Selain itu, kajian mendalam terhadap dokumen, khususnya Fatwa DSN-MUI No. 108/2016 tentang Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata Berdasarkan Prinsip Syariah, dilakukan untuk mengidentifikasi standar yang diatur dalam fatwa tersebut. Analisis data dilakukan melalui analisis konten untuk menemukan tema-tema utama dan pola dalam literatur yang dikumpulkan, serta analisis komparatif untuk membandingkan praktik biro perjalanan dengan pedoman yang ditetapkan dalam fatwa. Validasi hasil dilakukan dengan triangulasi data dari berbagai sumber literatur dan dokumen. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi praktis guna meningkatkan implementasi Fatwa DSN-MUI No. 108/2016 di kalangan biro perjalanan.

#### HASIL DAN PEMBAHASAN

##### Implementasi Fatwa DSN-MUI No. 108/2016 pada Biro Perjalanan

Implementasi Fatwa DSN-MUI No. 108/2016 pada biro perjalanan di Indonesia menunjukkan perkembangan yang signifikan, namun masih menghadapi berbagai tantangan. Pemahaman biro perjalanan terhadap isi fatwa menjadi landasan penting

dalam penerapan prinsip-prinsip syariah dalam operasional mereka. Studi yang dilakukan oleh (Pratiwi et al., 2020) mengungkapkan bahwa tingkat pemahaman biro perjalanan terhadap fatwa ini bervariasi, dengan sebagian besar memiliki pemahaman dasar namun masih memerlukan edukasi lebih lanjut tentang detail implementasinya. Hal ini mengindikasikan perlunya program sosialisasi dan pelatihan yang lebih intensif untuk meningkatkan literasi halal di kalangan pelaku industri pariwisata.

Penerapan prinsip syariah dalam penyusunan paket wisata telah menjadi fokus utama bagi biro perjalanan yang berkomitmen pada pariwisata halal. (Sukmayadi et al., 2022) menemukan bahwa biro perjalanan yang telah mengadopsi fatwa ini cenderung lebih inovatif dalam merancang paket wisata yang memenuhi kebutuhan wisatawan Muslim. Mereka tidak hanya memperhatikan aspek halal dalam makanan dan akomodasi, tetapi juga mengintegrasikan aktivitas yang sesuai dengan nilai-nilai Islam, seperti kunjungan ke masjid bersejarah atau partisipasi dalam kegiatan sosial berbasis syariah. Namun, tantangan muncul dalam menyeimbangkan antara kepatuhan syariah dan daya tarik paket wisata bagi segmen pasar yang lebih luas.

Kepatuhan terhadap standar akomodasi dan fasilitas yang sesuai syariah merupakan aspek krusial dalam implementasi fatwa. (Widagdyo, 2020) mengamati bahwa biro perjalanan semakin selektif dalam memilih mitra akomodasi, dengan preferensi pada hotel dan penginapan yang telah memiliki sertifikasi halal atau setidaknya menyediakan fasilitas ramah Muslim. Meskipun demikian, Hidayat et al. (2021) mencatat bahwa ketersediaan akomodasi yang sepenuhnya mematuhi standar syariah masih terbatas di beberapa destinasi, yang menjadi tantangan bagi biro perjalanan dalam menyusun paket wisata yang komprehensif sesuai fatwa.

Penyediaan makanan dan minuman halal dalam paket wisata telah menjadi standar bagi sebagian besar biro perjalanan yang fokus pada pariwisata halal. (Yousaf & Xiucheng, 2022) menemukan bahwa biro perjalanan tidak hanya memastikan ketersediaan makanan halal tetapi juga mulai menawarkan pengalaman kuliner halal yang unik sebagai bagian dari paket wisata mereka. Ini mencakup kunjungan ke restoran halal terkemuka atau partisipasi dalam kelas memasak makanan halal tradisional. Namun, (Mohsin et al., 2021) mengingatkan bahwa tantangan masih ada dalam memastikan integritas halal di seluruh rantai pasokan makanan, terutama di destinasi yang belum memiliki infrastruktur sertifikasi halal yang kuat.

Pengelolaan dana dan transaksi keuangan sesuai prinsip syariah merupakan aspek yang sering kali kurang diperhatikan namun sama pentingnya dalam implementasi fatwa.

(Wardi et al., 2021) mengungkapkan bahwa meskipun banyak biro perjalanan telah berusaha mengadopsi praktik keuangan syariah, pemahaman dan implementasi yang menyeluruh masih terbatas. Beberapa biro perjalanan telah mulai menggunakan produk perbankan syariah dan menghindari praktik riba, namun masih ada kebutuhan untuk peningkatan literasi keuangan syariah di kalangan pelaku industri. (Setiawan et al., 2021) mengamati bahwa implementasi fatwa telah mendorong inovasi dalam pengembangan produk wisata halal. Biro perjalanan yang berhasil menerapkan prinsip-prinsip fatwa cenderung lebih kreatif dalam merancang pengalaman wisata yang tidak hanya memenuhi kebutuhan syariah tetapi juga menarik bagi wisatawan non-Muslim yang mencari pengalaman budaya yang otentik. Ini menunjukkan potensi pariwisata halal sebagai pendorong inovasi dan kreativitas dalam industri pariwisata secara keseluruhan.

(Akhtar et al., 2021) menekankan pentingnya integrasi teknologi dalam implementasi fatwa oleh biro perjalanan. Penggunaan aplikasi mobile dan platform digital untuk mempromosikan dan mengelola paket wisata halal telah meningkatkan aksesibilitas dan kenyamanan bagi wisatawan Muslim. Beberapa biro perjalanan telah mengembangkan fitur khusus seperti kompas kiblat digital atau pengingat waktu sholat dalam aplikasi mereka, menunjukkan komitmen mereka terhadap penyediaan layanan yang sesuai syariah. Dengan demikian, inovasi teknologi ini juga memudahkan biro perjalanan dalam memenuhi kebutuhan spiritual wisatawan secara lebih praktis dan efisien.

(Ghaderi et al., 2022) mengidentifikasi bahwa kolaborasi antara biro perjalanan, pemerintah, dan pemangku kepentingan industri lainnya menjadi faktor kunci dalam keberhasilan implementasi fatwa. Biro perjalanan yang aktif berpartisipasi dalam forum industri dan bekerja sama dengan badan sertifikasi halal cenderung lebih sukses dalam menerapkan standar syariah secara konsisten. Ini menunjukkan pentingnya pendekatan ekosistem dalam pengembangan pariwisata halal. Selain itu, kolaborasi yang efektif memungkinkan biro perjalanan untuk mendapatkan dukungan dari berbagai pihak dalam menjaga kualitas dan keandalan layanan halal mereka.

Tantangan global seperti pandemi COVID-19 telah memaksa biro perjalanan untuk beradaptasi dalam implementasi fatwa. (Mostafa, 2022) mencatat bahwa banyak biro perjalanan telah memodifikasi paket wisata mereka untuk memenuhi protokol kesehatan tanpa mengorbankan prinsip-prinsip syariah. Ini termasuk penekanan pada wisata alam yang memungkinkan jaga jarak sosial dan peningkatan standar kebersihan yang sejalan dengan prinsip thaharah (kesucian) dalam Islam. Adaptasi ini membuktikan bahwa biro perjalanan mampu bertahan dan tetap menjaga kualitas layanan halal meskipun di tengah

krisis global. Terakhir, (Yousaf, 2022) menyoroti pentingnya evaluasi dan sertifikasi berkelanjutan dalam implementasi fatwa oleh biro perjalanan. Pengembangan sistem audit internal dan partisipasi dalam program sertifikasi eksternal telah membantu biro perjalanan dalam memastikan kepatuhan yang konsisten terhadap standar syariah. Ini tidak hanya meningkatkan kepercayaan konsumen tetapi juga mendorong peningkatan kualitas layanan secara keseluruhan dalam industri pariwisata halal. Dengan evaluasi yang berkelanjutan, biro perjalanan dapat terus memperbaiki layanan mereka sesuai dengan perkembangan kebutuhan wisatawan Muslim di era modern.

Jadi dalam implementasi Fatwa DSN-MUI No. 108/2016 pada biro perjalanan di Indonesia menunjukkan kemajuan signifikan, namun masih menghadapi berbagai tantangan. Pemahaman yang bervariasi di kalangan biro perjalanan tentang fatwa ini menggarisbawahi perlunya program edukasi dan pelatihan lebih lanjut untuk meningkatkan literasi halal. Biro perjalanan yang berkomitmen pada prinsip syariah cenderung lebih inovatif dalam merancang paket wisata, namun menghadapi kesulitan dalam menyeimbangkan kepatuhan syariah dengan daya tarik pasar. Kendala seperti keterbatasan akomodasi yang sepenuhnya mematuhi standar syariah dan tantangan dalam memastikan integritas halal dalam rantai pasokan makanan masih perlu diatasi. Penggunaan teknologi digital, kolaborasi dengan berbagai pemangku kepentingan, serta adaptasi terhadap tantangan global seperti pandemi COVID-19 menunjukkan bahwa biro perjalanan dapat beradaptasi dan berinovasi untuk memenuhi kebutuhan wisatawan Muslim. Evaluasi dan sertifikasi berkelanjutan merupakan kunci untuk memastikan kepatuhan dan meningkatkan kualitas layanan dalam industri pariwisata halal secara keseluruhan.

#### Tantangan dan Peluang dalam Pengembangan Pariwisata Halal melalui Biro Perjalanan

Kendala dalam standardisasi layanan pariwisata halal menjadi salah satu tantangan utama yang dihadapi oleh biro perjalanan. Meskipun Fatwa DSN-MUI No. 108/2016 telah memberikan pedoman, implementasinya masih bervariasi di lapangan. Menurut (Winarti, 2023), ketiadaan standar yang seragam dan terukur menyebabkan inkonsistensi dalam kualitas layanan yang ditawarkan oleh berbagai biro perjalanan. Hal ini dapat menimbulkan kebingungan di kalangan wisatawan Muslim dan berpotensi mengurangi kepercayaan terhadap kredibilitas pariwisata halal secara keseluruhan. Oleh karena itu, diperlukan upaya kolaboratif antara pemerintah, lembaga sertifikasi, dan asosiasi industri untuk mengembangkan standar yang komprehensif dan dapat diterapkan secara luas.

Tantangan berikutnya adalah meningkatkan literasi halal di kalangan staf biro

perjalanan. (Rahman et al., 2022) mengungkapkan bahwa masih terdapat kesenjangan pengetahuan yang signifikan tentang prinsip-prinsip syariah dan aplikasinya dalam konteks pariwisata di antara para profesional industri. Kurangnya pemahaman ini dapat menyebabkan kesalahan dalam penyusunan paket wisata atau pemberian informasi kepada pelanggan. Untuk mengatasi hal ini, program pelatihan dan sertifikasi khusus pariwisata halal perlu dikembangkan dan diimplementasikan secara luas. Biro perjalanan juga perlu berinvestasi dalam pengembangan sumber daya manusia untuk memastikan staf mereka memiliki kompetensi yang diperlukan dalam melayani segmen pasar ini.

Peluang pengembangan teknologi untuk mendukung pariwisata halal membuka prospek baru bagi biro perjalanan. (Farooq et al., 2021) menyoroti potensi penggunaan kecerdasan buatan (AI) dan blockchain dalam meningkatkan transparansi dan keandalan layanan halal. Misalnya, teknologi blockchain dapat digunakan untuk melacak asal-usul makanan halal, sementara AI dapat membantu dalam personalisasi pengalaman wisata sesuai preferensi syariah individual. Biro perjalanan yang mampu mengadopsi dan mengintegrasikan teknologi-teknologi ini dalam operasional mereka akan memiliki keunggulan kompetitif yang signifikan di pasar pariwisata halal.

Potensi kolaborasi antar pemangku kepentingan dalam ekosistem pariwisata halal menawarkan peluang besar untuk mengatasi berbagai tantangan. (Suhartanto et al., 2024) menekankan pentingnya pendekatan penta helix yang melibatkan pemerintah, industri, akademisi, komunitas, dan media dalam pengembangan pariwisata halal yang berkelanjutan. Biro perjalanan dapat memainkan peran sentral dalam memfasilitasi kolaborasi ini, misalnya dengan berpartisipasi dalam forum industri, mendukung penelitian akademis, atau terlibat dalam inisiatif pemberdayaan masyarakat lokal. Melalui kolaborasi yang efektif, ekosistem pariwisata halal yang lebih kuat dan responsif terhadap kebutuhan pasar dapat tercipta.

Strategi adaptasi biro perjalanan dalam menghadapi perubahan tren dan preferensi wisatawan Muslim menjadi kunci keberlangsungan bisnis. (Eid et al., 2021) mengidentifikasi munculnya segmen "Gen Z Muslim" yang memiliki ekspektasi berbeda terhadap pengalaman wisata halal. Kelompok ini cenderung mencari pengalaman yang otentik, berkelanjutan, dan terintegrasi dengan teknologi digital. Biro perjalanan perlu mengembangkan paket wisata yang tidak hanya memenuhi kebutuhan syariah tetapi juga menawarkan nilai tambah dalam bentuk pengalaman budaya yang mendalam atau kegiatan yang berdampak positif pada masyarakat dan lingkungan.

Inovasi dalam produk dan layanan pariwisata halal menjadi peluang sekaligus

tantangan bagi biro perjalanan. Penelitian oleh (Nurhidayati et al., 2023) menunjukkan bahwa wisatawan Muslim semakin tertarik pada konsep "halal wellness tourism" yang menggabungkan prinsip-prinsip kesehatan Islam dengan praktik kesejahteraan modern. Biro perjalanan dapat mengembangkan paket wisata yang mengintegrasikan elemen-elemen seperti terapi herbal Islam, meditasi berbasis zikir, atau retreat spiritual di lokasi-lokasi yang memiliki signifikansi sejarah Islam. Namun, pengembangan produk inovatif ini memerlukan pemahaman mendalam tentang syariah dan tren kesehatan global.

Tantangan dalam memastikan keberlanjutan dalam pariwisata halal juga menjadi fokus perhatian. (Hamid et al., 2022) menyoroti pentingnya mengintegrasikan prinsip-prinsip keberlanjutan dengan konsep halal dalam pengembangan destinasi dan paket wisata. Biro perjalanan dituntut untuk tidak hanya memenuhi kebutuhan syariah tetapi juga mempertimbangkan dampak lingkungan dan sosial dari aktivitas wisata yang mereka tawarkan. Ini membuka peluang untuk pengembangan "eco-halal tourism" yang dapat menarik wisatawan Muslim yang sadar lingkungan sekaligus memberikan kontribusi positif pada destinasi wisata.

Peningkatan aksesibilitas informasi tentang layanan pariwisata halal menjadi tantangan sekaligus peluang. (Rasul & Rodríguez, 2024) mengidentifikasi kebutuhan akan platform digital yang komprehensif dan terpercaya untuk informasi pariwisata halal. Biro perjalanan dapat mengambil peran dalam mengembangkan atau berkolaborasi dalam platform semacam ini, yang menyediakan informasi real-time tentang ketersediaan layanan halal, ulasan pengguna, dan rekomendasi personalisasi. Pengembangan platform semacam ini tidak hanya akan meningkatkan visibilitas layanan biro perjalanan tetapi juga berkontribusi pada peningkatan ekosistem pariwisata halal secara keseluruhan. Dengan pendekatan yang holistik dan inovatif, biro perjalanan dapat mengatasi tantangan-tantangan ini secara efektif. Keberhasilan dalam mengimplementasikan standar dan teknologi baru akan menciptakan kepercayaan yang lebih besar di kalangan wisatawan Muslim. Ini akan memperkuat posisi biro perjalanan dalam pasar yang semakin kompetitif dan dinamis. Ke depan, kolaborasi dan adaptasi akan menjadi kunci dalam membangun masa depan pariwisata halal yang lebih inklusif dan berkelanjutan.

Tantangan dalam mengelola persepsi dan ekspektasi wisatawan non-Muslim terhadap pariwisata halal juga perlu diperhatikan. Studi oleh (Al-Ansi & Han, 2023) menunjukkan bahwa masih ada kesalahpahaman dan stereotip negatif tentang konsep pariwisata halal di kalangan wisatawan non-Muslim. Biro perjalanan memiliki peluang untuk berperan sebagai "cultural mediator" dengan menawarkan paket wisata halal yang

inklusif dan edukatif. Ini dapat mencakup pengalaman kuliner halal yang menarik bagi semua kalangan atau tur yang menggabungkan situs-situs bersejarah Islam dengan atraksi budaya lokal lainnya.

Terakhir, pengembangan sumber daya manusia yang kompeten dalam pariwisata halal menjadi tantangan sekaligus peluang jangka panjang. (Oktadiana & Pearce, 2023) menekankan pentingnya mengintegrasikan pendidikan pariwisata halal ke dalam kurikulum pendidikan tinggi dan pelatihan vokasi. Biro perjalanan dapat berkolaborasi dengan institusi pendidikan dalam mengembangkan program magang atau sertifikasi khusus pariwisata halal. Investasi dalam pengembangan talenta ini tidak hanya akan meningkatkan kualitas layanan tetapi juga mendorong inovasi dan profesionalisme dalam industri pariwisata halal secara keseluruhan. Tantangan dalam standarisasi, literasi halal, dan pengembangan teknologi merupakan aspek penting yang harus diatasi oleh biro perjalanan untuk memastikan keberhasilan dalam industri pariwisata halal. Ketiadaan standar yang seragam dan pengetahuan yang kurang memadai tentang prinsip-prinsip syariah dapat mengurangi kepercayaan wisatawan Muslim, sementara teknologi seperti AI dan blockchain menawarkan potensi besar untuk meningkatkan transparansi dan personalisasi layanan. Melalui kolaborasi yang efektif antara pemerintah, lembaga sertifikasi, dan industri, serta investasi dalam pelatihan dan pengembangan produk inovatif, biro perjalanan dapat memperkuat ekosistem pariwisata halal dan memenuhi kebutuhan pasar yang terus berkembang. Ke depan, pendekatan holistik dan adaptasi terhadap perubahan tren akan menjadi kunci dalam membangun pariwisata halal yang berkelanjutan dan inklusif.

## SIMPULAN

Implementasi Fatwa DSN-MUI No. 108/2016 pada biro perjalanan di Indonesia telah menunjukkan kemajuan, namun masih menghadapi tantangan signifikan seperti variabilitas pemahaman, keterbatasan akomodasi, dan integritas halal dalam rantai pasokan makanan. Kendati demikian, peluang untuk inovasi melalui teknologi digital, kolaborasi dengan pemangku kepentingan, serta pengembangan produk baru seperti "halal wellness tourism" dan "eco-halal tourism" dapat memperkuat posisi biro perjalanan dalam pasar pariwisata halal. Penguatan literasi halal di kalangan staf biro perjalanan dan standarisasi layanan menjadi langkah penting untuk mengatasi kesenjangan yang ada. Selain itu, adaptasi terhadap perubahan tren dan permintaan pasar yang dinamis akan meningkatkan daya saing biro perjalanan. Pendekatan yang mengintegrasikan prinsip

syariah, keberlanjutan, dan teknologi akan menjadi kunci untuk membangun masa depan pariwisata halal yang lebih inklusif dan berkelanjutan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Akhtar, N., Khan, N., Mahroof Khan, M., Ashraf, S., Hashmi, M. S., Khan, M. M., & Hishan, S. S. (2021). Post-COVID-19 Tourism: Will Digital Tourism Replace Mass Tourism? *Sustainability, 13*(10), 5352.
- Al-Ansi, A., & Han, H. (2023). Investigating the role of halal-friendly attributes in non-Muslim tourists' destination choice: A mixed-method approach. *Journal of Destination Marketing & Management, 27*, 100594.
- Azam, M. S. E., Abdullah, M. A., & Razak, D. A. (2021). The impact of Islamic tourism on economic sustainability in Malaysia: An empirical analysis. *Journal of Islamic Marketing, 12*(7), 1358–1375.
- Battour, M., Salaheldeen, M., & Mady, K. (2021). Halal tourism: exploring innovative marketing opportunities for entrepreneurs. *Journal of Islamic Marketing, 12*(7), 1493–1512.
- Carboni, M., & Janati, M. I. (2022). Halal tourism de-territorialisation: A netnographic analysis of online reviews. *Tourism Management, 88*, 104430.
- Eid, R., Agag, G., & Shehawy, Y. M. (2021). Understanding guests' intention to visit green hotels: The role of tolerance for others, faith in others, and attitudes. *International Journal of Hospitality Management, 94*, 102827.
- Farahani, B. M., Ariffin, A. A. M., & Salamzadeh, Y. (2021). Halal tourism: A systematic review of concepts, practices, challenges and future. *Journal of Islamic Marketing, 12*(7), 1331–1357.
- Farooq, M. S., Raza, S., & Umer, T. (2021). Blockchain technology for halal supply chain management: Opportunities and challenges. *IEEE Access, 9*, 156049–156061.
- Ghaderi, Z., Gholamreza, S., & Koo, C. (2022). A Multi-Stakeholder Approach to the Development of Halal Tourism: Evidence from Malaysia. *Sustainability, 14*(3), 1467.
- Hamid, S. K., Jamal, S. A., & Sumarjan, N. (2022). Eco-halal tourism: A systematic literature review. *Journal of Hospitality and Tourism Insights, 5*(3), 574–595.
- Hidayat, R., Rijal, K., & Susiawati, W. (2021). Strategi Pengembangan Pariwisata Halal di Indonesia: Peluang dan Tantangan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam, 7*(1), 241–253.
- Junaidi, J. (2020). Halal-friendly tourism and factors influencing halal tourism. *Management Science Letters, 10*(8), 1755–1762.

- Khan, M. J., Chelliah, S., & Ahmed, S. (2021). Halal tourism: A systematic review of the literature. *Tourism Review, 76*(3), 615–635.
- Mohd Yusof, Y. L., & Wan Jusoh, W. J. (2022). Halal tourism certification: A systematic literature review. *Tourism Management Perspectives, 38*, 100812.
- Mohsin, A., Ramli, N., & Alkhulayfi, B. A. (2021). Halal tourism: Emerging opportunities. *Tourism Management Perspectives, 19*, 137–143.
- Mostafa, R. (2022). Cruise tourism and COVID-19: The case of the Middle East. *Tourism and Hospitality Research, 22*(2), 156–169.
- Muhamad, N. S., Sulaiman, S., Adham, K. A., & Said, M. F. (2020). Halal tourism: Literature synthesis and direction for future research. *Tourism Review, 75*(3), 539–552.
- Nizar, M. A., Amir, H., & Jafa'ar, A. (2022). Halal tourism policy, tourism competitiveness, and tourism performance in OIC countries. *Journal of Islamic Marketing, 13*(5), 1143–1163.
- Nurhidayati, S. E., Fandeli, C., Baiquni, M., & Utami, S. N. H. (2023). Halal wellness tourism: A new perspective in Muslim-friendly destination development. *Journal of Islamic Marketing, 14*(4), 1023–1041.
- Oktadiana, H., & Pearce, P. L. (2023). Teaching halal tourism: Perspectives from tourism educators and industry practitioners. *Journal of Teaching in Travel & Tourism, 23*(1), 20–38.
- Oktadiana, H., Pearce, P. L., & Mohsin, A. (2020). Special dietary requirements: Restaurant sector responses across six tourist cities. *International Journal of Tourism Research, 22*(2), 220–231.
- Olya, H. G., & Al-ansi, A. (2021). Risk assessment of halal products and services: Implication for tourism industry. *Tourism Management, 65*, 279–291.
- Pratiwi, S. R., Dida, S., & Sjafirah, N. A. (2020). Strategi Komunikasi dalam Membangun Brand Image Halal Tourism di Kota Bandung. *Jurnal Kajian Komunikasi, 8*(2), 194–207.
- Rahman, M. K., Zailani, S., & Musa, G. (2022). Bridging the gap between halal tourism knowledge and practices: A systematic review and research agenda. *Tourism Management Perspectives, 41*, 100928.
- Rasul, T. (2019). The trends, opportunities and challenges of halal tourism: a systematic literature review. *Tourism Recreation Research, 44*(4), 434–450.
- Rasul, T., & Rodríguez, C. (2024). Halal tourism: A bibliometric analysis and future research agenda. *International Journal of Tourism Research, 26*(1), 159–176.
- Setiawan, K. B., Christy, L. C., & Arifin, S. (2021). Potensi Pengembangan Pariwisata Halal di

- Provinsi Bali. *Jurnal Kajian Ekonomi dan Keuangan Daerah*, 6(2), 113–131.
- Subarkah, A. R., Junaid, I., & Abubakar, A. (2022). Destination competitiveness and Islamic attributes: A case study of halal tourism in Indonesia. *Journal of Islamic Marketing*, 14(5), 1164–1183.
- Suhartanto, D., Brien, A., Sumarjan, N., & Wibisono, N. (2024). Penta helix collaboration in halal tourism development: Evidence from Indonesia. *Tourism Recreation Research*, 49(1), 93–106.
- Sukmayadi, V., Firmansyah, R., & Hidayat, A. R. (2022). Halal Tourism Communication Strategy in Bandung City. *Nyimak: Journal of Communication*, 6(1), 1–16.
- Wardi, Y., Abror, A., & Trinanda, O. (2021). Halal tourism: antecedent of tourist's satisfaction and word of mouth (WOM). *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 26(1), 1–10.
- Widagdyo, K. G. (2020). Pemasaran, Daya Tarik Ekowisata dan Minat Berkunjung Wisatawan. *Esensi: Jurnal Bisnis dan Manajemen*, 10(1), 1–16.
- Winarti, O. (2023). Challenges and opportunities in implementing halal tourism standards: Evidence from Indonesia. *International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage*, 11(1), 5.
- Yousaf, S. (2022). Halal food supply chain knowledge management: A conceptual model. *Journal of Islamic Marketing*, 13(2), 514–533.
- Yousaf, S., & Xiucheng, F. (2022). Halal culinary and tourism marketing strategies on government websites: A preliminary analysis. *Tourism Management*, 68, 423–443.