



## Review Article

## NILAI KEISLAMAMAN DAN KEARIFAN LOKAL DALAM PENGEMBANGAN PARIWISATA HALAL PASCA COVID 19 DI KOTA MALANG

**Budiyono Santoso**

Sekolah Tinggi Ilmu Ekonomi Syariah Riyadlul Jannah, Mojokerto, Indonesia, [budiyonosantoso78@gmail.com](mailto:budiyonosantoso78@gmail.com)

\* Corresponding email: [budiyonosantoso78@gmail.com](mailto:budiyonosantoso78@gmail.com)

### ABSTRACT

*Cultural and religious values have great potential in the development of halal tourism. Religious values and local wisdom can play a role both in destination development and in tourist services. The city of Malang as one of the pilots of the halal tourism city project, can take advantage of Islamic values and local wisdom that exists in the community to develop halal tourism. This article seeks to explore Islamic values and local wisdom of the people of Malang City and their implementation in the development of halal tourism. This study proposes prophetic traits (shiddiq, amanah, tabligh, fathonah) as Islamic values to be used in the development of halal tourism in Malang City. Meanwhile, diversity, progressiveness and egalitarianism are values of local wisdom that support the development of Halal tourism in Malang City. The prophetic nature in the development of halal tourism in Malang is implemented, one of which is the commitment to meet the standard of the halal assurance system, Clean, Health, Safety, and Environmental Sustainability (CHSE) certification, attention to environmental sustainability, community empowerment and the development of promotional innovations with information technology and social media. While the "arek" culture in Malang City with the characteristics of diversity, open to change, adaptable, egalitarian and progressive is implemented in the development of thematic villages and the active role of the community in the development of tourist destinations in Malang City.*

Nilai-nilai budaya dan agama mempunyai potensi besar dalam pengembangan wisata halal. Nilai agama dan kearifan lokal dapat berperan baik dalam pembangunan destinasi maupun dalam pelayanan wisatawan. Kota Malang sebagai salah satu pilot Proyek kota wisata halal, dapat memanfaatkan nilai-nilai Islam dan kearifan lokal yang ada dalam masyarakat untuk mengembangkan pariwisata halal. Artikel ini berupaya menggali nilai-nilai Islami dan kearifan lokal masyarakat Kota Malang serta implementasinya dalam pembangunan pariwisata halal. Kajian ini mengusulkan sifat kenabian (shiddiq, amanah, tabligh, fathonah) sebagai nilai Islami untuk digunakan dalam pengembangan pariwisata halal di Kota Malang. Sedangkan keragaman, progresifitas dan egalitarianisme menjadi nilai kearifan lokal yang mendukung pengembangan pariwisata Halal di Kota Malang. Sifat kenabian dalam pembangunan pariwisata halal di Kota Malang diimplementasikan salah satunya dalam komitmen untuk memenuhi standard system jaminan halal, sertifikasi Clean, Health, Safety, and Enviroment Sustainability (CHSE), perhatian kepada kelestarian lingkungan, pemberdayaan masyarakat dan pengembangan inovasi promosi dengan teknologi informasi dan media sosial. Sedangkan kebudayaan "arek" di Kota Malang dengan ciri khas keragaman, terbuka terhadap perubahan, mudah beradaptasi, egaliter dan Progresif di implementasikan dalam pengembangan kampung tematik dan peran aktif masyarakat dalam pembangunan destinasi wisata di Kota Malang.

### KEYWORDS

Kearifan Lokal;  
Kota Malang;  
Nilai Keislaman;  
Wisata Halal

*Local Genius;  
Malang Tourism;  
Islamic value;  
Halal Tourism*

### ARTICLE HISTORY

#### Received:

09 January 2022

#### Accepted:

23 February 2022

#### Available online:

30 March 2022

## Pendahuluan

Sebelum adanya pandemic Covid 19, perkembangan pariwisata di Indonesia secara umum menunjukkan tren positif. Hal ini disebutkan dalam laporan WTTC (2018) dimana Indonesia berada pada peringkat ke-9 dalam daftar negara dengan pariwisata terbaik di dunia. Posisi ini adalah yang terbaik diantara negar-negara ASEAN. Thailand berada di peringkat 12, Malaysia di peringkat 13, Singapura di peringkat 16 (World travel & Tourist Council, 2021).

Perkembangan pariwisata di Indonesia tersebut juga ditunjang oleh tingkat pertumbuhan Pariwisata Halal. Dengan tingkat pertumbuhan rata-rata 9.08% diperkirakan pada tahun 2020 jumlah wisatawan Muslim akan meningkat menjadi 180 juta. Potensi perkembangan wisata halal di Indonesia paling tidak didasarkan atas tiga faktor. Pertama, booming industri Halal Global yang terus meningkat. Menurut "Laporan Keadaan Ekonomi Islam Global 2000/2021", disebutkan bahwa umat Islam menghabiskan \$2,02 triliun pada tahun 2020 di sektor makanan, farmasi, kosmetik, mode, perjalanan, dan media/rekreasi. Nilai itu diperkirakan akan terus tumbuh menjadi US\$3 triliun pada tahun 2023. Faktor utama yang mempengaruhi perkembangan ini adalah peningkatan jumlah umat Islam di dunia. Pada 2017, populasi Muslim dunia mencapai 1,84 miliar. Jumlah ini diperkirakan akan terus meningkat, mencapai 27,5% dari total populasi dunia pada tahun 2030 (DinarStandart, 2020). Hal itu menandakan bahwa pasar halal global bukan lagi niche market, melainkan salah satu pasar utama.

Kedua, potensi wisatawan Muslim dalam negeri yang besar. Sebagai negara dengan mayoritas populasi beragama Islam, secara demografis Indonesia merupakan pasar yang sangat potensial bagi pariwisata halal. Jumlah penduduk Indonesia, dalam catatan kependudukan tahun 2020 mencapai jumlah 236,53 juta jiwa (Kusnandar, 2021).

Ketiga, Indonesia mempunyai prestasi membanggakan di bidang wisata halal di tingkat dunia. Dalam World Halal Tourism Awards 2016, Industri pariwisata Indonesia berhasil memenangkan 12 kategori dari 16 kategori yang ada (Kemenparekraf, 2020). Karena itu, pemerintah Indonesia melalui Kementerian Pariwisata berkomitmen untuk mengembangkan Indonesia sebagai Destinasi Wisata Halal terbaik di dunia (Yahya, 2017, hlm. Vi)

Tanda-tanda berkahirnya Covid 19 membuka harapan untuk perkembangan pariwisata halal. Sebelum Covid 19 wisatawan muslim di Indonesia cenderung terus meningkat tiap tahun. Pada tahun 2019 sekitar 20% dari total 14,92 juta yang datang ke Indonesia adalah wisatawan muslim. Masyarakat ekonomi Syariah mencatat bahwa wisatawan muslim domestik berpotensi mencapai 353,8 juta pada 2024. Namun pada tahun 2020 jumlah ini drop hampir 75%, dari 16,1 juta menjadi hanya 4 juta akibat pandemi Covid 19.

Karena itu seperti yang diungkapkan Menteri Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, bahwa era pasca Covid 19 dapat digunakan Industri pariwisata halal untuk berbenah. Meningkatkan dan meluaskan layanan (Nurhaliza, 2021). Kota Malang sebagai satu dari tujuh kota di Indonesia yang menjadi pilot project wisata halal (Republika, 2017) juga menghadapi tantangan pengembangan pariwisata halal pasca pandemic Covid 19 tersebut. Saat ini Kota Malang tengah melakukan berbagai upaya untuk meningkatkan pariwisata Halal pasca pandemi Covid 19.

Berkaitan dengan upaya tersebut menurut penulis nilai-nilai keislaman dan kearifan lokal mempunyai potensi besar untuk berperan dalam pengembangan pariwisata halal di Kota Malang. Islam adalah agama mayoritas di Kota Malang, dengan demikian nilai-nilai yang berasal dari ajaran Islam telah menjadi pegangan hidup. Demikian pula dengan



kerafian lokal yang telah mengakar dalam masyarakat, keduanya mempunyai potensi besar untuk dapat diintegrasikan dan diimplementasikan dalam pengelolaan pariwisata. Karena itu artikel ini berupaya untuk menggali lebih lanjut nilai-nilai budaya lokal kota Malang dan nilai keislaman dan implementasinya dalam pengembangan pariwisata halal di kota tersebut.

### **Mengenal Konsep Wisata Halal : dari Wisata Islam Sampai Muslim friendly Tourism**

Istilah wisata halal menjadi istilah yang baru dalam literatur akademik. Istilah yang umum digunakan sebelumnya adalah “pariwisata Islam”. Dua Istilah tersebut sering digunakan secara bergantian oleh para peneliti dan akademisi, tapi tak jarang keduanya digunakan sebagai sinonim. Sánchez menilai hal tersebut menandakan bahwa ada kebingungan di kalangan peneliti Barat mengenai dua Istilah tersebut (Vargas-Sánchez & Moral-Moral, 2019). Sánchez menilai bahwa sebenarnya istilah tersebut berbeda. Ia kemudian memberikan penjesalan mengenai perbedaan dua istilah tersebut:

Istilah “pariwisata Islam” merujuk pada perjalanan yang dilakukan untuk tujuan keagamaan dan dikaitkan dengan ibadah. Contoh utamanya adalah haji ke Mekah. Sedangkan “pariwisata halal” mengacu pada perjalanan yang dilakukan untuk tujuan kesenangan, rekreasi dan sosial. Muslim juga ingin melihat dunia dan menjelajahi sejarah dan budaya yang berbeda, karena mereka percaya bahwa perjalanan semacam itu memungkinkan mereka untuk lebih menghargai ciptaan Allah. Meskipun motivasi wisata belum tentu mengandung aspek spiritual atau ibadah, namun perjalanan dan rekreasi itu dilakukan dengan cara yang dianggap halal atau sesuai dengan hukum Syariah. (Vargas-Sánchez & Moral-Moral, 2019)

Keragaman istilah itu juga terjadi di Indonesia. Bedanya, di Indonesia istilah “pariwisata Islam” tidak populer. Istilah yang lebih populer adalah “pariwisata syariah”. Istilah “Pariwisata syariah” bahkan digunakan oleh kementerian pariwisata dan ekonomi Kreatif. Salah satunya dalam program penelitian dengan tajuk “Kajian pengembangan wisata syariah”. Pariwisata syariah didefinisikan sebagai kegiatan wisata yang didukung oleh berbagai fasilitas serta layanan yang memenuhi ketentuan syariah (Andriani, 2015).

Dengan demikian di Indonesia konsep wisata syariah dianggap sebagai sinonim dari istilah pariwisata halal. Hal ini juga terlihat dari karya-karya akademisi Indonesia yang mengidentikan pariwisata halal dengan pariwisata syariah. Muhammd Djakfar misalnya memaparkan definisi pariwisata halal sebagai kegiatan wisata yang halal atau sesuai dengan ketentuan atau prinsip syariat Islam, sehingga wisata halal sering disebut sebagai wisata syariah (Djakfar, 2017)

Konsep Wisata halal dengan demikian berbeda dengan wisata religi seperti haji, umroh dan ziarah. Wisata halal secara sederhana dapat dipahami sebagai kegiatan wisata atau liburan pada umumnya, hanya saja wisata tersebut mempunyai fasilitas atau layanan yang dibutuhkan traveler muslim. Misalnya adanya hotel yang tidak melayani minuman beralkohol, adanya kolam renang dengan partisi untuk pria dan wanita dan lain sebagainya. (Andriani, 2015, hlm. 13)

Di kalangan praktisi atau pelaku pariwisata internasional, pariwisata halal juga diidentikan dengan istilah “Muslim-friendly Tourism” (Jaswir, 2021), yang diterjemahkan bebas dalam Bahasa Indonesia sebagai “pariwisata ramah Muslim”. Istilah ini digunakan untuk merujuk pada segmen pariwisata yang melayani kebutuhan wisatawan Muslim, mencakup layanan, fasilitas, dan obyek kunjungan. Dengan demikian semua pengembangan produk dan upaya pemasaran dirancang untuk dan diarahkan pada konsumen Muslim. Seperti layanan perhotelan, kuliner, maskapai penerbangan, hotel, dan jasa perjalanan (CrescentRating, 2016).

## Relasi Nilai Keislaman dan Kearifan Lokal dalam Pengembangan Wisata Halal

### 1. Memahami Nilai-Nilai Islam dan Kearifan Lokal

Nilai keislaman yang dimaksud adalah semua nilai, prinsip hidup atau standar tertentu yang bersumber dari ajaran-ajaran Islam. Ajaran-ajaran itu terkait dengan bagaimana manusia seharusnya menjalankan kehidupannya. Nilai-nilai ini memberi corak khusus dan mempengaruhi perilaku umat Islam. Nilai keislaman juga merupakan suatu gagasan atau konsep tentang apa yang dianggap penting dalam kehidupannya. Melalui nilai ini seorang muslim dapat menentukan baik atau buruknya segala sesuatu, baik gagasan, tingkah laku dan sebagainya (Jempa, 2017).

Dalam pengertian yang lebih khusus nilai-nilai keislaman terkait dengan apa yang mendasari perilaku seorang muslim. Mark Halstead mengemukakan 3 jenis nilai Islam yang utama yaitu (a) akhlaq, yang mengacu pada tugas dan tanggung jawab yang diatur dalam syariah dan dalam ajaran Islam pada umumnya; (b) adab, yang mengacu pada tata krama yang baik dalam relasi sosial; dan (c) karakter mulia yang dimiliki oleh seorang Muslim yang mengikuti teladan Nabi Muhammad (J. Mark Halstead, 2007).

Mengikuti dua pengertian diatas, nilai keislaman dalam tulisan ini mengacu kepada pemahaman nilai Islam yang lebih umum. Mencakup semua nilai, prinsip atau konsep yang bersumber dari ajaran Islam. Baik nilai yang berkaitan dengan perilaku manusia maupun nilai-nilai kepercayaan yang terekspresikan dalam anasir-anasir kebudayaan secara umum.

Sedangkan kearifan lokal secara etimologis terdiri dari dua kata yaitu kearifan (*wisdom*) dan lokal (*local*). Dengan demikian, jika dilihat secara etimologis, kearifan lokal dapat diartikan sebagai ide-ide kebijakan yang ada di daerah tertentu yang merupakan nilai asli daerah tersebut. HG. Quaritch Wales (1948) menyebut kearifan lokal sebagai "lokal genius" yang berarti sejumlah ciri budaya yang dimiliki oleh suatu masyarakat sebagai hasil dari pengalaman masa lalunya. Kearifan lokal dalam pandangan Yunus merupakan budaya yang dimiliki oleh masyarakat tertentu yang dianggap mapan untuk bertahan dari arus globalisasi, karena kearifan lokal mengandung nilai-nilai yang dapat dijadikan sarana membangun karakter bangsa (Ruastiti, 2011).

Kearifan lokal digambarkan sebagai kebiasaan, nilai, norma, aturan yang dianut dalam kehidupan bermasyarakat di suatu wilayah atau di tempat tertentu yang telah berlangsung secara turun temurun dan menjadi kebiasaan dalam kehidupan masyarakat. Hal ini dapat ditinjau berdasarkan tiga aspek ranah kearifan lokal yaitu, hubungan manusia sesama, hubungan manusia dengan alam, dan hubungan manusia dengan Tuhanya (Azhar, 2018).

Kearifan lokal dalam definisi Suyono Suyatno didiskripsikan sebagai kekayaan budaya yang mengandung kebijakan hidup; pandangan hidup (*way of life*) yang mengakomodasi kebijakan (*wisdom*) dan kearifan hidup. Di Indonesia ada banyak kearifan lokal lintas budaya atau lintas etnik. Sebagai contoh, gotong royong, toleransi, etos kerja, dan lainnya. Nilai ini ada di hampir semua daerah di Indonesia, walaupun mungkin dengan istilah yang berbeda. (Suyatno, 2011).

Namun ada banyak pula kearifan lokal yang berbeda antara satu daerah dengan daerah lainnya. Hal ini dikarenakan pengembangan kearifan lokal sudah berlangsung sejak lama dan menjadi warisan leluhur masing-masing daerah. Kearifan lokal di suatu daerah akan selalu erat kaitannya dengan budaya masyarakat lokal yang menurun yang dilakukan oleh orang-orang yang mempercayainya sehingga menjadikannya sebagai kebiasaan dalam kehidupan sehari-hari. Pandangan umum tentang kearifan lokal di suatu daerah merupakan pandangan hidup yang sudah berlangsung lama yang telah dijalankan





oleh masyarakat setempat dan merupakan pemenuhan pemecahan masalah di dalam masyarakat (Meliono, 2011).

Berdasarkan pengetahuan nilai Islam dan kearifan lokal diatas dapat disimpulkan bahwa pada dasarnya keduanya merupakan ruh atau nilai yang menjadi dasar dalam setiap perilaku terpuji masyarakat Indonesia. Walaupun berasal dari sumber yang berbeda, nilai-nilai kebaikan yang lahir dari dua sumber tersebut akan mengantarkan orang yang mengamalkannya menjadi pribadi yang mulia dan terpuji. Walaupun mungkin istilah atau media yang digunakan berbeda namun ada banyak nilai yang sama atau beririsan. Nilai-nilai kebaikan universal seperti kejujuran, kedamaian, persatuan dan lainnya menjadi nilai yang ada pada kedua sumber tersebut. Jadi pada dasarnya integrasi nilai keislaman dan kearifan lokal Indonesia merupakan hal yang mudah, karena banyaknya nilai yang sama. Bahkan menurut Agus Sunyoto, nilai-nilai budaya Indonesia, khususnya Jawa yang kini banyak dikenal, pada dasarnya berasal dari nilai-nilai Islam yang dibawa Wali Songo. Seperti konsep sabar, ngalah, adil dan lain sebagainya baik akar kata maupun pengertiannya semuanya bersumber dari ajaran Islam yang telah terintegrasi dalam budaya lokal Indonesia (Sunyoto, 2006).

## **2. Peran Nilai-Nilai Keislaman dalam Pengembangan Pariwisata Halal**

Mahatir Mohammad, mantan perdana Menteri Malaysia, seperti yang dikutip Muhammad Djakfar (2017) mengemukakan tiga hal yang harus dilakukan untuk memajukan wisata halal. Salah satunya adalah mengedepankan nilai-nilai Islami dan kearifan lokal. Mahathir mengemukakan bahwa hal tersebut berarti mengedepankan perilaku atau akhlak yang baik dalam memberikan pelayanan maupun menciptakan produk wisata.

Hal ini menunjukkan bahwa nilai keislaman dan kearifan lokal mempunyai potensi besar untuk meningkatkan pariwisata halal. Peran tersebut berkaitan dengan pengelolaan dan pelayanan sektor pariwisata. Namun menurut penulis dalam konteks pengembangan pariwisata, nilai-nilai keislaman dan kearifan lokal dapat berperan dalam dua aspek. Yaitu dalam pengembangan destinasi dan juga dalam pengelolaan industri pariwisata dan pelayanan wisatawan.

### **a) Sebagai Sarana Pengembangan Destinasi Wisata**

Nilai keislaman dan kearifan lokal dapat berperan sebagai bahan pengembangan destinasi atau obyek wisata dengan keunikan dan kekhasan daerah. Keunikan dan kekhasan adalah motor utama dalam pembangunan destinasi wisata. Keunikan yang bersumber dari kearifan lokal dapat berkembang menjadi destinasi wisata yang beragam. Upacara-upacara adat, ritual hari-hari besar Islam, ekspresi-ekspresi sosial keislaman dan tradisi-tradisi sosial kemasyarakatan yang sangat beragam di Indonesia menjadi potensi sangat besar bagi pengembangan pariwisata halal.

Tradisi Ndhog-ndhogan di Banyuwangi yang diadakan dalam rangka memperingati Maulid Nabi Muhammad SAW menjadi salah satu contoh bagaimana nilai-nilai kepercayaan Islam dapat menjadi ekspresi kebudayaan yang dapat dijadikan destinasi wisata. Ndhog-ndhogan merupakan ekspresi budaya Islam yang menggambarkan perkembangan Islam di Nusantara yang diibaratkan telur. Kulit telur adalah perkumpulan, sedangkan isinya adalah pengamalan ajarannya. Kulit tanpa isi adalah kosong, sedangkan isi tanpa kulit akan berantakan (Fanani, 2020).

Sedangkan kearifan lokal yang bertumpu pada keselarasan dan penghormatan terhadap alam terekspresikan dalam ritual bersih desa atau sedekah bumi yang banyak dilakukan di desa-desa di Jawa dengan berbagai bentuk ritual yang berbeda. Bersih desa dan sedekah bumi adalah ungkapan rasa syukur terhadap anugerah alam dan juga

mengingatkan akan keharusan untuk menjaga keharmonisan dengan alam (inibaru.id, 2018). Keduanya berpotensi besar untuk menjadi destinasi wisata.

#### ***b) Sebagai Dasar dalam Pengelolaan Industry Pariwisata dan Pelayanan Wisatawan***

Peran kedua adalah sebagai pijakan nilai untuk mengembangkan pelayanan terhadap wisatawan. Nilai-nilai kearifan lokal dan nilai Islam dapat menjadi dasar untuk mengembangkan pelayanan yang prima bagi wisatawan. Nilai-nilai luhur yang diajarkan Islam dan nilai-nilai kearifan lokal menjadi ruh dalam mengelola pariwisata dan semua aspek yang berkaitan dengan pelayanan dan interaksi dengan wisatawan. Prilaku masyarakat dan pengelola sektor pariwisata yang mencerminkan keluhuran akhlak yang diajarkan Islam dan keramahan yang menjadi ciri khas budaya Indonesia misalnya tentu akan memunculkan kesan dan pengaruh positif bagi wisatawan.

Aspek pelayanan ini merupakan hal yang penting dalam pengembangan pariwisata halal. Seperti yang diingatkan oleh Irwandi Jaswir, bahwa untuk memajukan pariwisata halal, Indonesia harus memperhatikan faktor pelayanan. Karena pada kenyataannya ada banyak keluhan terkait dengan pelayanan perhotelan. Seperti iklan yang menyesatkan, penipuan dalam paket liburan, kontrak yang tidak adil, kerahasiaan informasi serta kualitas layanan yang buruk dan tidak efisien. Oleh karena itu, sangat penting untuk memastikan bahwa layanan dalam sektor-sektor yang berkaitan dengan pariwisata benar-benar ramah terhadap wisatawan (Jaswir, 2021).

### **Aktualisasi Nilai Keislaman dan Kearifan Lokal Dalam Pengembangan Pariwisata Halal**

#### **1. Implementasi Sifat Kenabian sebagai Basis Pengelolaan dan Pelayanan**

Ada banyak nilai-nilai keislaman yang sesuai untuk agenda pengembangan pariwisata Halal. Salah satunya adalah sifat Nabi SAW. Nabi Muhammad SAW mempunyai sifat terpuji yang telah masyhur dikalangan umat Islam, yaitu *siddiq*, *Amanah*, *Tabligh* dan *Fathanah*. Sebagaimana Hermawan Kartajaya yang mengadopsi sifat-sifat nabi tersebut dalam strategi pemasaran (Kartajaya & Sula, 2006), penulis juga menilai bahwa konsep tersebut sesuai dengan pengembangan pariwisata halal.

##### ***a) Shiddiq (Jujur)***

Bersikap jujur adalah perintah Allah. Orang yang tidak jujur dan melakukan kecurangan dan tipudaya diancam oleh Allah dengan siksa yang pedih. Dalam Surat al-Muthaffifin Allah dengan tegas memperingatkan “*Celakalah bagi orang-orang yang curang atau menipu dalam perdagangan*” (QS al-Muthaffifin:1).

Perintah berlaku jujur juga ditegaskan oleh Nabi SAW. Dalam sebuah hadits, Nabi SAW bersabda: “*Hendaklah kamu berlaku jujur karena kejujuran menuntunmu pada kebenaran, dan kebenaran menuntunmu ke surga*. (HR. Muslim)

Dalam pengelolaan pariwisata halal, nilai kejujuran dapat diimplementasikan dalam berbagai hal seperti kejujuran dalam pemberian informasi, periklanan, penawaran paket liburan, pemenuhan kontrak dengan rekanan, penjagaan kerahasiaan informasi, dan sebagainya.

##### ***b) Amanah (Terpercaya/ Kredibel)***

Amanah dapat diartikan sebagai dapat dipercaya, bertanggung jawab, dan kredibel. Amanah juga berarti keinginan untuk memenuhi sesuatu yang sesuai dengan ketentuan. Terkait amanah Allah berfirman dalam Allah dalam QS. Al-Mu'ninun/23:8: “*Dan orang-orang yang memelihara amanat-amanat (yang dipikulnya) dan janjinya*.”.

Salah satu bentuk implementasi *amanah* adalah memberikan setiap hak kepada pemiliknya, tidak mengurangi hak orang lain. *Amanah* juga berarti bertanggung jawab



dalam tugas dan kewajiban yang diembanya. *Amanah* juga diimplementasikan dalam bentuk pelayanan yang optimal kepada atasan, bawahan maupun mitra kerja.

Dalam konteks pengelolaan pariwisata halal sikap *amanah* dapat diaplikasikan dalam berbagai aspek. Mulai dari manajemen obyek wisata, perhotelan, guide, tour travel dan penyedia jasa lainnya. Selain itu konsep *amanah* juga berkaitan dengan tanggung jawab terhadap lingkungan, baik lingkungan sosial maupun lingkungan ekologis (alam). Jadi, pengelola pariwisata Halal yang amanah tidak akan mengakibatkan kerusakan pada ekosistem alam dan juga menyebabkan kerugian terhadap masyarakat sekitar destinasi wisata.

c) *Tabligh (Komunikatif)*

*Tabligh* dapat dimaknai sebagai sifat komunikatif atau mampu berkomunikasi dengan baik. Komunikatif juga berarti mampu menyampaikan pesan atau buah pikirannya dengan cara yang tepat dan efektif. Berbicara dengan Bahasa yang mudah dipahaminya, menyenangkan dan kooperatif.

Dalam konteks pengelolaan pariwisata halal, *Tabligh* dapat diimplementasikan dalam setiap komunikasi dengan stakeholder dan pihak-pihak yang terkait dengan industry pariwisata. Baik agen perjalanan, hotel, penyedia jasa kuliner, oleh-oleh pemerintah dan sebagainya. Dalam segi pelayanan, *tabligh* juga dapat diimplementasikan untuk menunjukkan keramahan kepada wisatawan (konsumen). Karna itu penguasaan multi Bahasa juga diperlukan untuk menunjang kemudahan komunikasi dan pelayanan kepada wisatawan.

d) *Fathanah (Cerdas dan Terampil)*

*Fathanah* dapat diartikan sebagai cerdaas, berpengetahuan (*Knowledgeable*), atau kebijaksanaan. *Fatanah* juga mencakup kecakapan (*sklifullness*) dalam menjalankan tugas yang diemban. Ia tidak hanya mengerti tugas dan tanggung jawabnya namun juga mempunyai kecakapan dalam menjalankan tanggung jawabnya tersebut. *Fathanah* juga sejalan dengan konsep inovatif.

Dalam pengelolaan Pariwisata halal, *Fatanah* salah satunya dapat dimanifestasikan dalam hal inovasi dan kecakapan dalam menangkap peluang. Adaptif terhadap perubahan dan berfikiran terbuka. Sehingga dapat menemukan terobosan-terobosan dalam pengembangan pariwisata halal dan pelayanan kepada wisatawan.

## 2. Nilai Kearifan lokal dalam Pengelolaan Wisata Halal

Walaupun di tiap daerah terdapat kearifan lokal yang berbeda, baik substansi maupun artikulasi dan medianya. Namun secara umum banyak kearifan lokal yang bersifat lintas budaya atau lintas etnik sehingga membentuk nilai budaya yang bersifat nasional (Suyatno, 2011). Gotong royong, kepedulian, kekeluargaan dan tepo sliro merupakan beberapa contoh nilai tersebut.

Dalam pengembangan pariwisata halal nilai kearifan lokal berperan besar dalam aspek pelayanan. Pengembangan pariwisata halal tentu membutuhkan kerjasama yang harmonis dari berbagai pihak. Adanya nilai-nilai kearifan lokal yang bernuansa sosial seperti gotong-royong, kekeluargaan dan sebagainya tentu akan menjadi faktor pendukung yang luar biasa bagi perkembangan pariwisata halal di Indonesia.

Nilai gotong royong akan menumbuhkan rasa memiliki terhadap sektor-sektor pariwisata halal, selain itu juga akan menumbuhkan semangat kebersamaan dalam pengelolaannya. Pada gilirannya rasa kebersamaan dan kekeluargaan juga akan menciptakan suasana kerja yang kondusif dan menyenangkan, sehingga setiap konflik dan tindakan kontraproduktif akan dapat dihindari.

Suasana yang terbentuk dari komunikasi dan rasa kebersamaan dan kekeluargaan pada destinasi wisata dan sektor pendukungnya juga pada gilirannya akan dirasakan oleh wisatawan. Dan pada akhirnya akan memunculkan kenyamanan dan kepuasan wisatawan. Oleh karena itu, nilai-nilai kearifan lokal yang bernuansa sosial harus tetap dijaga untuk mendukung pertumbuhan pariwisata halal.

Selain nilai-nilai kearifan lokal yang bersifat nasional, daerah-daerah di Indonesia juga kaya dengan nilai kearifan yang lebih spesifik. Berbeda di setiap daerah. Nilai-nilai lokal daerah tersebut tentu juga akan berkontribusi positif terhadap pengembangan wisata halal di wilayahnya. Dalam konteks kota Malang nilai kearifan lokal yang dimaksud dan kontekstualisasinya dalam pengembangan pariwisata halal akan dibahas dalam bagian selanjutnya.

### **Implementasi Nilai Keislaman dan Kearifan Lokal dalam Pengembangan Pariwisata Halal di Kota Malang**

Kota Malang menempati posisi penting dalam pengembangan wisata halal nasional. Kota Malang adalah satu diantara tujuh pilot project kota wisata halal (Republika, 2017). Wali kota Malang dan dan jajarannya menyatakan akan berkomitmen dalam pengembangan pariwisata halal (Firdausi, 2021). Komitmen itu tertuang dalam program Malang halal sebagai satu dari enam komponen The Future of Malang yang dirancang oleh Walikota Malang yaitu ; Malang City Heritage, Malang 4.0, Malang Creative, Malang Halal, Malang Service dan Malang Nyaman (Pemkot Malang, 2019).

Berbagai langkah dijalankan pemerintah kota dan dinas Pariwisata untuk memperkuat pertumbuhan pariwisata halal tersebut, antar lain; Bazaar Wisata Halal, sertifikasi halal hotel, restoran, dan café dan bimbingan Teknis 'Sistem Jaminan Halal'. Selain itu diperkenalkan juga paket wisata dengan konsep wisata halal seperti paket 'Pesona Bromo Halal' dan juga penyelenggaraan destinasi wisata dengan bekerja sama dengan pemerintah Kota Batu dan Kabupaten Malang. (Rahmadian & Anam, 2021).

Saat ini Pemkot Kota Malang tengah gencar memfasilitasi para pelaku wisata di kota Malang untuk memperoleh sertifikat halal. Yenny Mariati dari Dinas pariwisata Kota Malang menjelaskan bahwa pihaknya telah memfasilitasi 20 perusahaan untuk mengantongi sertifikat halal. Berbagai usaha yang berhubungan dengan pariwisata diupayakan untuk memiliki sertifikat halal. Layanan hotel, penginapan dan kuliner juga diupayakan untuk memperhatikan aspek kehalalan dan juga infrastruktur yang memadai untuk wisatawan muslim, seperti adanya tempat ibadah yang representative di setiap hotel dan penginapan (Chairunnisa, 2021).

Berkaitan dengan upaya pengembangan pariwisata halal tersebut menurut penulis nilai-nilai keislaman dan kearifan lokal harus menjadi dasar dan ruh dalam pengelolaan pariwisata. Sebagai sistem kepercayaan mayoritas di Indonesia, nilai-nilai Islam mempunyai peluang besar untuk diikuti dan dijalankan dalam berbagai aktifitas sosial masyarakat, termasuk pariwisata. Demikian juga dengan kearifan lokal yang telah menjadi karakter khas masyarakat Malang. Pada dasarnya keduanya telah menjadi sistem nilai yang inheren dalam pribadi masyarakat kota Malang, sehingga akan mudah untuk mengaktualisasikannya dalam pengembangan pariwisata halal. Implementasi keduanya dalam pengembangan pariwisata halal dapat dilihat dalam beberapa aspek sebagai berikut.

#### **1. Kontekstualisasi Nilai-Nilai Keislaman Dalam Pengembangan Pariwisata Halal Kota Malang**

Seperti disebutkan diatas nilai keislaman yang dapat diimplementasikan dalam pengembangan pariwisata kota Malang sifat-sifat kenabian, yaitu *shiddiq, amanah, tabligh*





dan *fathanah*. *Shiddiq* dalam pengelolaan pariwisata halal di Kota Malang salah satu contohnya dapat diwujudkan dalam bentuk mengedepankan kejujuran dan keterbukaan dalam pengelolaan setiap komponen pariwisata. Salah satunya mengenai implementasi standard system jaminan halal. Dalam konsep pariwisata halal persoalan halal dan haram menjadi isu yang penting. Karena itu pengelola jasa kuliner dan lainnya harus jujur dalam tata kelola makanan yang disajikan untuk wisatawan. Bahan dan proses penyajian makanan harus benar-benar memperhatikan aspek kehalalan.

Dalam konteks ini pemerintah Kota Malang tampaknya telah menggerakkan semua pihak yang terkait gagasan Malang Halal Center. Yaitu dengan mengoptimalkan peran "Juleha" (juru sembelih halal) dalam menyediakan bahan makanan, khususnya daging hewan yang halal. Juleha dianggap sebagai pintu gerbang untuk mewujudkan Wisata Halal di Kota Malang. Keberadaan Juleha, sangat berperan dalam menentukan halal atau tidaknya daging sembelihan. Sehingga, para anggota yang memiliki atau bekerja di Rumah Potong Hewan Umum didorong dapat memiliki sertifikasi halal dari Badan Nasional Sertifikasi Profesi (BNSP). (Sukarelawati, 2021)

Selain itu implementasi kejujuran (*shiddiq*) juga harus digalakan dalam semua komponen penyedia jasa pariwisata, seperti perhotelan tour travel dan sebagainya. Aspek kejujuran harus menjadi prioritas dalam setiap aktifitas pengelolaan dan pelayanan kepada wisatawan.

*Amanah* dalam konteks pembangunan pariwisata pada dasarnya adalah upaya membangun kepercayaan wisatawan. Hal ini harus dilakukan oleh semua pelaku wisata. Aspek pelayanan yang profesional dan mengedepankan kepuasan wisatawan. Dalam konteks Kota Malang, pemerintah tengah menggalakan sertifikasi Clean, Health, Safety, and Enviroment Sustainability (CHSE). CHSE merupakan program Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) dan Kementerian Kesehatan sebagai jaminan resmi suatu tempat wisata dinyatakan aman, sehat dan nyaman. Tak hanya aman bagi wisatawan, namun juga pelaku industri wisata itu sendiri. Ini menjadi penting dalam membangun kepercayaan wisatawan khususnya pasca pandaemi Covid 19. Di Malang kebanyakan destinasi wisata telah mempunyai sertifikat CHSE. Hingga saat ini, sekitar 21 kampung tematik di Kota Malang telah siap dengan protokol kesehatan dan pencegahan. (TuguMalang, 2020)

Lebih dari itu sikap *amanah* harus diaplikasikan dalam berbagai aspek dalam pariwisata Halal. Baik destinasi, perhotelan, guide, tour travel dan penyedia jasa lainnya. *Amanah* juga diimplementasikan dengan perhatian kepada kelestarian lingkungan. Pariwisata tidak hanya dilihat dalam aspek ekonomi saja tapi juga harus dijalankan searah dengan semangat pelestarian lingkungan dan pemberdayaan masyarakat.

Komunikasi, promosi dan pembangunan jaringan kerja dan kerjasama antar pelaku wisata yang dijalankan dengan baik dan optimal menjadi aplikasi *tabligh* dalam konteks pengelolaan pariwisata halal. Sedangkan dalam komunikasi dengan konsumen atau wisatawan, *tabligh* diimplementasikan dengan cara promosi yang efektif dan juga pelayanan yang mengedepankan akhlaq mulia. Pemerintah Kota Malang dalam konteks ini, tengah menggiatkan promosi wisata halal. Salah upaya yang dilakukan adalah menggelar Bazar Wisata Halal. Lewat bazar itu diharapkan tumbuh kepercayaan soal kehalalan produk UMKM yang nantinya berdampak juga pada pariwisata (Chairunnisa, 2021). Upaya ini dapat dilihat sebagai upaya untuk membangun komunikasi dengan calon wisatawan. Sedangkan komunikasi yang baik dengan wisatawan harus dilakukannoleh semua pihak yang bersinggungan dengan wisatawan. Kesemuanya harus menunjukan prilaku yang mencerminkan *akhlaq al-karimah*.

Seangkan *fatamah* dalam pengelolaan pariwisata halal tercermin dari upaya kreatif dan inovatif pengembangan pariwisata halal. Kreatifitas dan inovasi itu tidak saja berkaitan dengan penciptaan destinasi tapi juga dalam pelayanan wisatawan. Keberadaaan kampung tematik di Kota Malang yang terus bertambah sebagai destinasi wisata menunjukkan bahwa masyarakat Kota Malang cukup inovatif dalam menciptakan destinasi wisata. Pada awalnya hanya ada kampung warna warni di Jodipan yang digagas pada tahun 2016, hingga saat ini kota Malang memiliki paling tidak 22 kampung tematik dengan konsep yang berbeda (TIMES Indonesia, 2021).

Dalam aspek pelayanan, pemerintah kota Malang berupaya meningkatkan pelayanan kepada wisatawan dengan berbagai langkah. Salah satunya dengan sertifikasi halal untuk perhotelan dan restoran dan sertifikasi Clean, Health, Safety, and Environment Sustainability (CHSE) untuk destinasi wisata. Dalam hal promosi pemerintah Kota Malang juga tengah berupaya mengoptimalkan promosi pariwisata dengan memanfaatkan teknologi informasi. Yaitu dengan aplikasi "Si Jelita" (Aplikasi Jejaring Lintas Pariwisata)(TuguMalang, 2020) dan juga "Malang Menyapa" yang merupakan aplikasi berbasis android berbahasa asing yang dipruntukan untuk promosi kepada wisatawan manca negara (Anisa, 2017).

## **2. Implementasi kearifan lokal Malang dalam pengembangan pariwisata halal**

Kota Malang dalam prespektif antropologi masuk dalam kategori wilayah dengan kebudayaan "arek". wilayah kebudayaan ini berpusat di Surabaya dan Malang. Menurut Ayu Sutarto masyarakat dengan kebudayaan "arek" terkenal mempunyai ciri khas semangat juang tinggi, terbuka terhadap perubahan, dan mudah beradaptasi. Selain itu masyarakat dengan budaya "arek" juga terkenal dengan berperilaku bondo nekat, atau berkemauan keras (Sutarto, 2008). Menurut Kristanto Budiprabowo, Presidium Jaringan Gusdurian Jawa timur, warga Malang mempunyai ciri khas keragaman. Keragaman ini yang pada akhirnya memunculkan kesadaran pluralism. Selain itu warga Malang juga mempunyai karakter egaliter dan Progressive.

Karakter, ciri-ciri dan kesadaran tersebut terlihat dalam pengembangan pariwisata halal di Kota Malang. Perkembangan kota Malang sebagai kota pendidikan dan pariwisata menjadikan masyarakat kota ini bersinggungan dengan orang dengan latar belakang ras dan budaya yang beragam. Karakter budaya masyarakat Malang yang mengedepankan toleransi dan keragaman berperan besar disini. Pengemabnagn pariwisata tidak akan berjalan lancar jika tidak didukung oleh masyarakat. Kenyataan bahwa masyarakat kota Malang dapat menerima pengunjung dari luar daerah dengan berbagai perbedaan memberikan jalan bagi berkembangnya pariwisata.

Kearifan lokal dan karakter progresif dan terbuka terhadap perubahan juga mendukung perkembangan pariwisata halal. Hal ini salah satunya terlihat dengan cepatnya perkembangan kampung tematik yang ada di kota Malang. Hal ini menandakan bahwa masyarakat Malang sangat kreatif dan mampu beradaptasi dengan perubahan.

Sifat Egalitarisme juga berdampak positif dalam perkembangan pariwisata halal. Kesetaraan tersebut mendorong masyarakat untuk turut serta secara aktif dalam memajukan pariwisata di Kota Malang. Hal ini terlihat dari antusias warga Malang dalam mengkreasikan kampung tematik. Kampung tematik pada awalnya adalah kreasi masysrakat, yang kemudian didukung oleh pemerintah. Peran aktif dan dukungan masyarakat ini mutlak di perlukan untuk memajukan sektor pariwisata. Karena bagaimanapun pariwisata adalah bisnis jasa yang berkaitan dengan banyak pihak dan kepentingan. Apalagi di kota Malang yang destinasi wisata kebanyakan terletak di tengah-tengah masysrakat, sehingga dukungan masysrakat memegang peran sentral dalam



memberikan pelayanan kepada wisatawan. Kearifan lokal, budaya dan karakter masyarakat Kota Malang dengan demikian mendukung sepenuhnya pengembangan pariwisata di kota tersebut.

## Kesimpulan

Nilai-nilai Islam dan kearifan lokal mempunyai potensi besar untuk berperan dalam mengembangkan pariwisata halal di Indonesia. Peran itu dapat berjalan dalam dua aspek, yaitu dalam pengembangan destinasi dan juga dalam pengelolaan industri pariwisata dan pelayanan wisatawan. Nilai-nilai keislaman dapat menjadi motor penggerak dalam memajukan pariwisata halal. Nilai-nilai itu berupa sifat kenabian *shiddiq, amanah, tabligh* dan *fathanah* yang dapat dikonteluasiasikan dalam pengelolaan industri wisata dan pelayanan kepada wisatawan. Sedangkan kontekstualisasi nilai kearifan lokal dalam pengelolaan pariwisata dan pelayannya dapat memunculkan suasana kondusif dalam pengelolaan pariwisata dan juga memunculkan suasana nyaman, peruh keramahan dan kekeluargaan.

Sifat kenabian sebagai bagian dari nilai keislaman dalam pembangunan pariwisata halal di Kota Malang implementasikan dalam komitmen dalam memenuhi standard system jaminan hal, sertifikasi Clean, Health, Safety, and Enviroment Sustainability (CHSE), perhatian kepada kelestarian lingkungan pemberdayaan masyarakat dan pengembangan inovasi promosi dengan teknologi informasi dan media sosial. Sedangkan kebudayaan "arek" di Kota Malang ditandai dengan keragaman, terbuka terhadap perubahan, mudah beradaptasi, egaliter dan Progresive di implementasikan dalam pengembangan kampuing tematik dan peran aktif masysrakat dalam pembangunan destinasi wisata di Kota Malang

## Daftar Pustaka

- Andriani, D. (2015). *Laporan Akhir Kajian Pengembangan Wisata Syariah*. Asisten Deputi Penelitian Dan Pengembangan Kebijakan Kepariwisata Deputy Bidang Pengembangan Kelembagaan Kepariwisata Kementerian Pariwisata.
- Anisa, D. F. (2017, November 13). Kota Malang Genjot Promosi Wisata Lewat Aplikasi Digital. *beritasatu.com*. <https://www.beritasatu.com/gaya-hidup/463393/kota-malang-genjot-promosi-wisata-lewat-aplikasi-digital>
- Azhar, A. (2018). Model Kearifan Lokal dalam Konteks Pembangunan Pariwisata. *PARIWISATA BUDAYA: JURNAL ILMIAH AGAMA DAN BUDAYA*, 3(2), 62–71. <https://doi.org/10.25078/pba.v3i2.605>
- Chairunnisa, N. (2021, Maret 20). *Malang Promosikan Wisata Halal, Langkah Gaet Wisatawan Timur Tengah*. Tempo. <https://travel.tempo.co/read/1444148/malang-promosikan-wisata-halal-langkah-gaet-wisatawan-timur-tengah>
- CrescentRating. (2016, Maret). *Defining what is Halal Travel or Muslim Friendly Tourism*. CrescentRating Halal Traveler. <https://www.crescentrating.com/magazine/muslim-travel/3852/defining-what-is-halal-travel-or-muslim-friendly-tourism.html>
- DinarStandart. (2020). *State of The Global Islamic Economy Report 2019/2020: Thriving in Uncertainty*. Dubai Islamic Economy Development Centre (DIEDC) and Salaam Gateway.
- Djakfar, M. (2017). *PARIWISATA HALAL PERSPEKTIF MULTIDIMENSI*. UIN-Maliki Press.
- Fanani, A. (2020, Oktober). *Tradisi Ndhog-ndhogan di Banyuwangi Digelar Sejak Abad ke-18*. detikNews. <https://news.detik.com/berita-jawa-timur/d-5234385/tradisi-ndhog-ndhogan-di-banyuwangi-digelar-sejak-abad-ke-18>

- Firdausi, A. C. (2021, Februari). Semakin Eksis, Pemkot Malang Terus Genjot Wisata Halal. *Malang TIMES*. <https://www.malangtimes.com/baca/64519/20210228/102300/semakin-eksis-pemkot-malang-terus-genjot-wisata-halal>
- inibaru.id. (2018, mei). *Sedekah Bumi dan Keharmonisan dengan Alam*. inibaru.id. <https://inibaru.id/tradisinesia/sedekah-bumi-dan-keharmonisan-dengan-alam>
- J. Mark Halstead. (2007). Islamic values: A distinctive framework for moral education? *Journal of Moral Education*, 36(3), 283–296. <https://doi.org/10.1080/03057240701643056>
- Jaswir, I. (2021, Januari 8). Understanding Muslim-friendly tourism. *The Jakarta Post*. <https://www.thejakartapost.com/academia/2021/01/07/understanding-muslim-friendly-tourism.html>
- Jempa, N. (2017). Nilai- Nilai Agama Islam. *Pedagogik: Jurnal Ilmiah Pendidikan dan Pembelajaran*, 4(2).
- Kartajaya, H., & Sula, M. S. (2006). *Syariah Marketing*. MarkPlus&Co dan Mizan.
- Kemenparekraf. (2020, Desember). *Indonesia Sapu Bersih 12 Kategori World Halal Tourim Award 2016*. Kemenparekraf. <https://www.kemenparekraf.id>
- Kusnandar, V. B. (2021, September). *Sebanyak 86,88% Penduduk Indonesia Beragama Islam*. Databoks. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/09/30/sebanyak-8688-penduduk-indonesia-beragama-islam>
- Meliono, I. (2011). Understanding the Nusantara Thought and Local Wisdom as an Aspect of the Indonesian Education. *TAWARIKH*, 2(2), Article 2. <https://doi.org/10.2121/tawarikh.v2i2.392>
- Nurhaliza, S. (2021, April). Kembangkan Pariwisata Halal, Potensi Kunjungan Wisman Muslim Capai 24 juta Orang di 2024. *idxchannel*. <https://www.idxchannel.com/syariah/kembangkan-pariwisata-halal-potensi-kunjungan-wisman-muslim-capai-24-juta-orang-di-2024>
- Pemkot Malang, B. K. dan I. P. (2019, Mei). *Pemprov Jatim Luncurkan Lima Program Unggulan*. malangkota.go.id. <https://malangkota.go.id/tag/jatim-cettar/>
- Rahmadian, A., & Anam, M. M. (2021). PROSPEK WISATA HALAL DI KOTA MALANG: SEBUAH TINJAUAN ATAS PELUANG DAN TANTANGAN. *Jurnal Pariwisata Pesona*, 6(1), 17–25. <https://doi.org/10.26905/jpp.v6i1.5587>
- Republika. (2017, Oktober 4). Kota Malang Intensif Kembangkan Wisata Halal. *Republika Online*. <https://republika.co.id/share/ox9skn280>
- Ruastiti, N. M. (2011). The Concept of Local Genius in Balinese Performing Arts. *MUDRA Journal of Art and Culture*, 26(3), 241–245.
- Sukarelawati, E. (2021, Maret 20). “Juleha” pintu gerbang Kota Malang wujudkan wisata halal. *antaranews.com*. <https://www.antaranews.com/berita/2053622/juleha-pintu-gerbang-kota-malang-wujudkan-wisata-halal>
- Sunyoto, A. (2006). *Atlas Wali Songo*. Pustaka Iman.
- Sutarto, A. (2008). *Pemetaan kebudayaan di Provinsi Jawa Timur: Sebuah upaya pencarian nilai-nilai positif*. Biro Mental, Pemerintah Provinsi Jawa timur bekerjasama dengan Kompyawisda Jatim-Jember.
- Suyatno, S. (2011). *Revitalisasi Kearifan Lokal sebagai Upaya Penguatan Identitas Keindonesiaan*. Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa, Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan. <https://badanbahasa.kemdikbud.go.id/lamanbahasa/content/revitalisasi-kearifan-lokal-sebagai-upaya-penguatan-identitas-keindonesiaan>
- TIMES Indonesia, R. K. P. (2021, Oktober). Diizinkan Buka, 22 Kampung Tematik Kota Malang Tunggu Aplikasi PeduliLindungi. *Timesindonesia.co.id*. <https://www.timesindonesia.co.id/read/news/377004/diizinkan-buka-22-kampung-tematik-kota->





- malang-tunggu-aplikasi-pedulilindungi
- TuguMalang. (2020, desember). *Disporapar Bangkitkan Pariwisata Lewat Program Pemulihan Ekonomi Nasional*. kumparan.com. <https://kumparan.com/tugumalang/disporapar-bangkitkan-pariwisata-lewat-program-pemulihan-ekonomi-nasional-1ulXDOQq5D6>
- Vargas-Sánchez, A., & Moral-Moral, M. (2019). Halal tourism: Literature review and experts' view. *Journal of Islamic Marketing*, 11(3), 549–569. <https://doi.org/10.1108/JIMA-04-2017-0039>
- World travel & Tourist Council. (2021). *Travel & Tourism Economic Impact World Report (WTTC, 2021)*. World travel & Tourist Council.
- Yahya, A. (2017). Kata Pengantar Menteri Pariwisata. Dalam M. Djakfar, *PARIWISATA HALAL PERSPEKTIF MULTIDIMENSI*. UIN-Maliki Press.