

**PENGUATAN PRODUK USAHA MIKRO HALAL SEBAGAI DAYA TARIK
WISATA HALAL MADURA
(Studi Kasus Produk Usaha Mikro Kabupaten Pamekasan Madura)**

Aldila Septiana

Prodi Ekonomi Syariah, Fakultas Keislaman,
Universitas Trunojoyo Madura
(aldilaseptiana@yahoo.co.id)

ABSTRACT

According to several tourism experts, explained that halal tourism is a complementary product and does not eliminate conventional types of tourism. As a new way to develop Indonesian tourism that upholds Islamic culture and values without eliminating regional uniqueness and originality. With tours are usually also identical with souvenirs (souvenirs) with regional characteristics. In general, the Madura region which is actually a small island still relies on micro business products. This micro business needs to be helped to continue supporting the regional economy in general, and the family in particular.

The formulation of the problem to be studied is how to strengthen the halal micro business products as a Madura halal tourist attraction (a case study of the Pamekasan Madura Regency micro business products). The approach used is descriptive qualitative, while the type of research is phenomenology. The design of the research objective is to understand and reveal the phenomena in strengthening the halal micro business products as a Madura halal tourist attraction that occurs in the field naturally, intact, and accurately.

The results and discussions show that strengthening of halal micro business products as a Madura halal tourist attraction (case study of Pamekasan Madura's micro business products) with phenomenological studies is needed. Starting from superior micro business products to traditional. For this type of superior micro business products, it is easier to innovate and develop. Unlike superior micro business products that have better prospects and are able to attract interest in halal tourism in Pamekasan Madura Regency. For micro business products that are more traditional, the halal aspect is more directed to the sale and purchase transaction indicators.

Keywords: *Products of Micro Business, Halal Products, Halal Tourism*

ABSTRAK

Menurut beberapa pakar pariwisata, menjelaskan bahwa wisata halal merupakan suatu produk pelengkap dan tidak menghilangkan jenis pariwisata konvensional. Sebagai cara baru untuk mengembangkan pariwisata Indonesia yang menjunjung tinggi budaya dan nilai Islami tanpa menghilangkan keunikan dan orisinalitas daerah. Dengan wisata biasanya juga identik dengan buah tangan (oleh-oleh) dengan ciri khas daerah. Pada umumnya wilayah Madura yang notabene sebagai pulau kecil masih mengandalkan produk usaha mikro. Usaha usaha mikro ini perlu dibantu untuk tetap menyokong perekonomian daerah secara umum, dan keluarga secara khusus.

Perumusan masalah yang ingin dikaji adalah bagaimana penguatan produk usaha mikro halal sebagai daya tarik wisata halal Madura (studi kasus produk usaha mikro Kabupaten Pamekasan Madura). Pendekatan yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, sedangkan jenis penelitiannya adalah fenomenologi. Rancangan tujuan penelitian yaitu ingin memahami dan mengungkapkan fenomena dalam penguatan produk usaha mikro halal sebagai daya tarik wisata halal Madura yang terjadi di lapangan secara alami, utuh, dan akurat.

Hasil dan pembahasan menunjukkan bahwa penguatan produk usaha mikro halal sebagai daya tarik wisata halal Madura (studi kasus produk usaha mikro Kabupaten Pamekasan Madura) dengan studi fenomenologi sangat dibutuhkan. Dimulai dari produk usaha mikro unggulan sampai tradisional. Untuk jenis produk usaha mikro unggulan lebih mudah diinovasi dan dikembangkan. Berbeda dengan produk usaha mikro unggulan yang memiliki prospek lebih baik dan mampu menarik minat dalam wisata halal di Kabupaten Pamekasan Madura. Untuk produk usaha mikro yang sifatnya lebih tradisional, aspek kehalalan lebih mengarahkan pada indikator transaksi jual beli yang dilakukan.

Kata Kunci: *Produk Usaha Mikro, Produk Halal, Wisata Halal*

PENDAHULUAN

Fenomena yang terjadi dalam masyarakat saat ini menjelaskan bahwa konsep syariah telah menjadi tren dalam ekonomi global, mulai dari produk makanan dan minuman, keuangan, hingga gaya hidup. Sebagai tren baru gaya hidup, maka banyak negara yang mulai memperkenalkan produk wisatanya dengan konsep halal dan Islami. Bahkan negara seperti Jepang, Australia, Thailand, Selandia Baru, dsb yang *notabene* bukan negara mayoritas berpenduduk Muslim turut menciptakan produk wisata halal. Terminologi wisata halal masih belum memiliki batasan yang jelas, terbukti masih menggunakan beberapa nama yang beragam antara lain: *Islamic Tourism*, *Halal Friendly Tourism Destination*, *Halal Travel*, *Muslim-Friendly Travel Destinations*, *halal lifestyle*, dsb.

Bahkan di Negara Indonesia sendiri batasan konsep wisata halal juga belum memiliki terminologi yang jelas. Menurut beberapa pakar pariwisata, menjelaskan bahwa wisata halal merupakan suatu produk pelengkap dan tidak menghilangkan jenis pariwisata konvensional. Sebagai cara baru untuk mengembangkan pariwisata Indonesia yang menjunjung tinggi budaya dan nilai Islami tanpa menghilangkan keunikan dan orisinalitas daerah (Laporan Akhir Kemenpar, 2015).

Namun, walaupun belum memiliki terminologi yang jelas tetapi menunjukkan bahwa dalam masyarakat adanya ketertarikan dan kesadaran terhadap produk barang maupun jasa yang memenuhi persyaratan halal sesuai dengan Syariah Islam. Tidak dapat dipungkiri dengan fenomena ini membuat semakin menjamur dan gencarnya diadakan sosialisasi halal dalam segala berbagai bidang. Misalnya dapat dilihat dengan adanya hotel syariah, jasa *laundry* syariah, pedagang makanan kaki lima juga melabeli jenis makanannya dengan label "halal", rumah potong hewan dengan label "halal" juga turut menjamur. Fakta pendukung lain menunjukkan Indonesia memiliki potensi besar dalam pengembangan wisata halal mengingat sebagian besar penduduknya adalah Muslim dan adanya faktor pendukung seperti ketersediaan produk halal. Indonesia yang mayoritas penduduknya beragama Islam, secara alami budayanya telah menjalankan kehidupan bermasyarakat yang Islami, sehingga di sebagian besar wilayahnya yang merupakan destinasi wisata telah ramah terhadap *Muslim Traveller*. Terkait kebutuhan umat muslim dunia, dari 6,8 milyar lebih penduduk dunia, tercatat tidak < 1,57 milyar (23%) adalah muslim. Bahkan di Negara Indonesia, pemeluk Agama Islam diperkirakan mencapai angka 203 juta jiwa (88,2%) dari jumlah penduduk. Hal ini merupakan potensi bagi pengembangan wisata halal, misalnya dengan menciptakan paket wisata halal.

Dengan melihat kondisi wisata halal Indonesia yang semakin berkembang pada tahun 2017 saat ini, pemerintah dalam hal ini adalah Kementerian Pariwisata terus berupaya melakukan pembenahan dalam

berbagai bidang. Salah satu upaya yang dilakukan pemerintah dalam mengembangkan wisata syariah (halal) adalah mempersiapkan 13 provinsi untuk menjadi destinasi wisata syariah, yaitu antara lain: Nusa Tenggara Barat (NTB), Nangroe Aceh Darussalam, Sumatera Barat, Riau, Lampung, Banten, DKI Jakarta, Jawa Barat, Jawa Tengah, Yogyakarta, Jawa Timur, Sulawesi Selatan, dan Bali. Namun dari ke-13 provinsi tersebut yang dinyatakan siap, yaitu antara lain: Jakarta, Jawa Barat, NTB, Yogyakarta, dan Jawa Timur (di dalamnya adalah Madura).

Dengan wisata biasanya juga identik dengan buah tangan (oleh-oleh) dengan ciri khas pada masing-masing daerah. Pada umumnya wilayah Madura yang *notabene* sebagai pulau kecil masih mengandalkan produk usaha mikro sebagai andalan dalam bidang oleh-oleh asli Pulau Madura. Usaha usaha mikro ini perlu dibantu untuk tetap menyokong perekonomian daerah secara umum, dan keluarga secara khusus. Oleh karena itu, dalam penelitian ini ingin melihat bagaimana penguatan produk usaha mikro halal sebagai daya tarik wisata halal Madura (studi kasus produk usaha mikro Kabupaten Pamekasan Madura).

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini pendekatan yang digunakan adalah deskriptif kualitatif, salah satu jenis dalam penelitian kualitatif. Bogdan dan Taylor (dalam Sugiyono, 2012:4) mengemukakan bahwa metodologi kualitatif adalah suatu prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Maka dapat disimpulkan bahwa penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata tertulis atau lisan yang pelaksanaannya terjadi secara alamiah atau natural. Sebagaimana tujuan dari jenis penelitian ini yaitu mengungkap fakta, keadaan, serta fenomena yang terjadi, maka penelitian inipun bertujuan untuk mengetahui bagaimana penguatan produk usaha mikro halal sebagai daya tarik wisata halal Madura.

Sedangkan jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah jenis penelitian fenomenologi. Penelitian dengan pendekatan fenomenologi merupakan strategi penelitian dimana di dalamnya peneliti mengidentifikasi hakikat pengalaman manusia tentang suatu fenomena tertentu. Peneliti memilih jenis penelitian fenomenologi karena peneliti ingin memahami dan mengungkapkan fenomena dalam penguatan produk usaha mikro halal sebagai daya tarik wisata halal Madura yang terjadi di lapangan secara alami, utuh, dan akurat, sehingga penelitian ini hanya bisa dilakukan dengan menggunakan penelitian kualitatif melalui pendekatan fenomenologi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam melengkapi data penelitian ini, maka dilakukan pengumpulan data melalui observasi, wawancara, serta dokumentasi. Berdasarkan pengumpulan data penelitian, dapat diambil lima produk usaha mikro unggulan Kabupaten Pamekasan Madura, yaitu antara lain:

Tabel 1: Produk Unggulan Kabupaten Pamekasan Madura

No.	Nama Produk	Nama Pelaku Usaha Mikro
1	Teri Krispi (Teri Nasi)	H. Rahman "Puspa Marna" dan H. Ibnu "Adi Putra"
2	Petis	PT. H.M.S Pamekasan dan PT. HSH Pamekasan
3	Lorjuk	Ibu Sian Camilan Madura "Nyaman"
4	<i>Kripik Tette</i>	Ibu Nur Hasanah
5	<i>Krupuk Tangguk</i>	Ibu Sunarsih

Sumber: Data Diolah oleh Peneliti dari Observasi dan Dinas Perdagangan, 2018

Berikut ini merupakan hasil penelitian yang telah terdokumentasi, yaitu antara lain:

a. Teri Krispi (Teri Nasi) (*Dried Anchovy Fish*)

Produk ini merupakan produk unggulan dari Kabupaten Pamekasan (Dinas Perdagangan, 2018). Produk yang berbahan utama teri nasi (jenis teri dengan ukuran kecil, diketahui bahwa jenis teri ini memiliki protein yang cukup tinggi. Selain itu, jenis teri ini banyak ditemukan di sekitar perairan Kabupaten Pamekasan (Desa Padelegan, Kec, Pademawu), Kabupaten Sampang dan Sumenep (hanya sebagian perairan). Dengan jumlah bahan baku yang melimpah di sekitar perairan Desa Padelegan, Kec, Pademawu memotivasi para nelayan dan keluarga untuk mengembangkan varian produk teri nasi (tidak hanya dijual dalam bentuk teri nasi mentah), namun diinovasikan menjadi olahan teri krispi. Berdasarkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi yang dilakukan selama penelitian menunjukkan bahwa produk tersebut belum dilengkapi dengan label halal. Namun, hanya terlihat nama produk, nama pelaku usaha, komposisi bahan, masa konsumsi, serta kode produksi (P-IRT). Namun terdapat pelaku usaha mikro teri nasi yang juga menampilkan label halal, tetapi tidak secara resmi.

b. Petis

Produk ini merupakan produk olahan sari ikan, hampir di seluruh Indonesia sudah mengenal petis. Lebih khususnya petis diproduksi oleh masyarakat pesisir, hal ini karena bahan utama petis adalah berasal dari

ikan (hasil laut). Pada umumnya petis merupakan bahan tambahan dalam makanan yang merupakan ciri khas Indonesia, secara khusus di Madura. Kita mengenal petis biasanya digunakan dalam bahan utama rujak yang merupakan ciri khas Madura. Berdasarkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi yang dilakukan selama penelitian menunjukkan bahwa produk tersebut belum dilengkapi dengan label halal. Pada Gambar 4.7 merupakan produk petis yang telah berkembang secara luas yang dilengkapi dengan label produksi yaitu produk petis dari PT. H.M.S Pamekasan dan PT. HSH Pamekasan. Walaupun sudah dilengkapi dengan label produksi, yang terlihat nama produk, nama pelaku usaha, komposisi bahan, masa konsumsi, keterangan Dep. Kes. RI, serta kode produksi (P-IRT). Sedangkan, masih banyak produk petis yang belum dilengkapi dengan label produksi. Diketahui bahwa produk petis yang tidak dilengkapi dengan label produksi yang justru banyak beredar di kalangan masyarakat. Serta dijual bebas di seluruh pasar tradisional.

c. Lorjuk (Kerang Bambu) (*Razor Clam*)

Produk ini merupakan hasil laut yang memiliki nilai jual yang cukup tinggi, dan memiliki kandungan gizi yang baik. Bentuk lorjuk yang cukup kecil dan tingkat kesulitan dalam pengolahannya yang cukup rumit ditambah dengan ketersediaan lorjuk yang terbatas, membuat harga jual relatif mahal. Sehingga untuk menyasiasi harga, biasanya pengrajin mengolah lorjuk menjadi bahan campuran produk rengginang, otok, kacang, jagung, masakan campur (khas Kabupaten Pamekasan), serta petis. Pada umumnya lorjuk tersedia di toko oleh-oleh camilan. maupun supermarket. Observasi diambil di salah satu toko oleh-oleh di Kabupaten Pamekasan yaitu Camilan Madura "Nyaman" produksi Ibu Sian yang beralamatkan di Jalan Niaga No. 9 Pamekasan. Berdasarkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi yang dilakukan selama penelitian menunjukkan bahwa produk tersebut belum dilengkapi dengan label halal. merupakan produk lorjuk yang telah berkembang secara luas yang dilengkapi dengan label produksi yaitu produk lorjuk dari Toko Camilan Madura "Nyaman" produksi Ibu Sian. Walaupun sudah dilengkapi dengan label produksi, yang terlihat nama produk, nama pelaku usaha, komposisi bahan, masa konsumsi, keterangan Dep. Kes. RI, serta kode produksi (P-IRT).

d. *Kripik Tette*

Jenis produk ini merupakan kategori produk unggulan Kabupaten Pamekasan, berdasarkan data dan observasi yang dilakukan selama penelitian menjelaskan bahwa produk *kripik tette* hanya diproduksi oleh masyarakat Kabupaten Pamekasan. Pada dasarnya bahan baku utama dari produk *kripik tette* adalah singkong (tanaman pangan yang sangat familiar ditanam di Indonesia). Disebut dengan *kripik tette* karena cara

pembuatannya di-*tette* sampii gepeng. Jika dilihat jenis produk *kripik tette* ini sangat sederhana dan dijual dengan harga yang sangat terjangkau (relatif murah). Biasanya dijual secara mudah di pasar-pasar tradisional di Kabupaten Pamekasan dengan kisaran harga (Rp. 10.000; sampai dengan 15.000 per 100 lembar *kripik tette*). Berdasarkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi yang dilakukan selama penelitian menunjukkan bahwa produk tersebut belum dilengkapi dengan label halal. Produk *kripik tette* yang telah berkembang secara luas yang dilengkapi dengan label produksi yaitu hanya berupa nama produk dari *kripik tette* (sampel diambil dari Toko Camilan Madura “Nyaman” produksi Ibu Sian). Dapat dijelaskan bahwa produk *kripik tette* juga tidak dilengkapi dengan label produksi seperti produk-produk lain yang seperti yang dijual di toko tersebut. Hanya terlihat nama produk tanpa nama pelaku usaha, komposisi bahan, masa konsumsi, keterangan Dep. Kes. RI, serta kode produksi (P-IRT).

e. *Krupuk Tangguk*

Jenis produk ini merupakan kategori produk krupuk yang dapat dijadikan sebagai bahan pelengkap biasa disebut dengan *krupuk tangguk* (dalam Bahasa Indonesia, sedangkan dalam Bahasa Madura dikenal dengan sebutan *kropok tangguk*). Jika dilihat dari bahan baku pembuatan *krupuk tangguk* ini berasal dari tepung sagu, dengan proses pembuatan yang sangat sederhana dan tradisional. Produk *krupuk tangguk* ini tergolong jenis krupuk yang sangat melegenda di Kabupaten Pamekasan (dari 4 kabupaten di Pulau Madura, produk *krupuk tangguk* ini hanya dapat diproduksi di Kabupaten Pamekasan). Sedangkan, jika dilihat dari bentuk *krupuk tangguk* ini tergolong dalam ukuran yang besar dengan ukuran sebesar 40 cm x 80 cm. Hal ini berdasarkan pada filosofi dari penamaan produk *krupuk tangguk* ini yaitu kata “*krupuk tangguk*” berasal dari kata “*tangguk*” yang menunjuk pada topi besar yang digunakan oleh para petani ketika bekerja di sawah. Dengan ukuran yang sangat besar membuat kesulitan dalam membawa jenis *krupuk tangguk* ini, sehingga pada umumnya krupuk yang biasa dijual di pasar-pasar tradisional di Kabupaten Pamekasan ini dipotong-potong ketika sudah ada pembelinya. Berdasarkan hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi yang dilakukan selama penelitian menunjukkan bahwa produk tersebut belum dilengkapi dengan label halal. Produk *krupuk tangguk* yang telah berkembang secara luas yang tidak dilengkapi dengan label produksi. Hal ini karena memang pada dasarnya *krupuk tangguk* ini sangat tradisional yang hanya dijual di pasar-pasar tradisional di Kabupaten Pamekasan.

Berdasarkan serangkaian kegiatan wawancara, observasi, dan dokumentasi yang dilakukan untuk mengumpulkan data penelitian, maka dapat disimpulkan bahwa penguatan produk usaha mikro halal sebagai daya tarik wisata halal Madura (studi kasus produk usaha mikro Kabupaten

Pamekasan Madura) dengan studi fenomenologi sangat dibutuhkan. Dimulai dari produk usaha mikro unggulan sampai produk yang sifatnya tradisional. Untuk jenis produk usaha mikro unggulan lebih mudah diinovasi dan dikembangkan. Berbeda jauh dengan produk tradisional, kecenderungan yang timbul adalah proses produksi masih mempertahankan cara-cara yang sederhana. Hal ini berbeda dengan produk usaha mikro unggulan yang memiliki prospek lebih baik dan mampu menarik minat dalam wisata halal secara khusus di Kabupaten Pamekasan dan Madura secara umum. Diketahui bahwa Madura cukup tersohor dengan suguhan objek-objek wisata religi, yang secara mendasar berkaitan erat dengan wisata halal. Misalnya produk teri krispi, petis, dan lorjuk (mayoritas bahan baku berasal dari hasil laut).

Selain itu, aspek kehalalan yang dimaksud dalam cakupan produk unggulan Kabupaten Pamekasan Madura tidak hanya berpatokan pada bahan baku yang dipakai (sudah sesuai dengan kehalalan dalam anjuran Islam). Tetapi, lebih mendalam lagi makna halal yang dimaksud dapat meliputi indikator-indikator, yaitu antara lain: peralatan dan penyimpanan, proses produksi, pendistribusian dan penyajian, serta pengawasan (MUI, 2015). Jika indikator tersebut mampu dipenuhi, akan menambah kepercayaan dan keyakinan konsumen yang berkunjung ke Pulau Madura secara umum dan sekedar singgah di Kabupaten Pamekasan untuk tertarik dan membeli produk usaha mikro yang telah dilabelisasi halal. Pada akhirnya mampu meningkatkan omzet penjualan produsen dan perekonomian keluarga. Capaian berikutnya juga mampu memenuhi ajaran Islam yang menuntut umatnya untuk lebih intens dengan segala sesuatu yang berkaitan dengan kehalalan.

Untuk produk usaha mikro yang sifatnya lebih tradisional, aspek kehalalan lebih mengarahkan pada indikator transaksi jual beli yang dilakukan. Kecenderungan yang ada terdapat unsur kecurangan yang dilakukan oleh penjual (misalnya dalam hal mengurangi takaran, jumlah, serta kualitas), hal ini tidak diperkenankan dalam Islam yang menuntut lebih intens tentang kehalalan.

KESIMPULAN

Penguatan produk usaha mikro halal sebagai daya tarik wisata halal Madura (studi kasus produk usaha mikro Kabupaten Pamekasan Madura) dengan studi fenomenologi sangat dibutuhkan. Dimulai dari produk usaha mikro unggulan sampai tradisional. Untuk jenis produk usaha mikro unggulan lebih mudah diinovasi dan dikembangkan. Berbeda dengan produk usaha mikro unggulan yang memiliki prospek lebih baik dan mampu menarik minat dalam wisata halal di Kabupaten Pamekasan Madura. Untuk produk usaha mikro yang sifatnya lebih tradisional, aspek kehalalan lebih mengarahkan pada indikator transaksi jual beli yang dilakukan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Latiff, Z.A., Mohamed, Z.A., Rezai, G. and Kamaruzzaman, N.H. (2013). The Impact of Food Labeling on Purchasing Behavior Among Non-Muslim Consumers in Klang Valley, *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*, 7(1), 124-128.
- CAP. 2006. *Panduan Persatuan Pengguna Pulau Pinang: Halal Haram, Persatuan Pengguna Pulau Pinang*, Malaysia.
- Chookaew, S. 2015. Increasing Halal Tourism Potential at Andaman Gulf in Thailand for Muslim Country. *Journal of Economics, Business and Management*, 739-741.
- Global Muslim Travel Index Report 2015* (GMTI 2015).
- Hamzah, Maulana. M., & Yudiana, Yudi. (2015, Februari 9). *Analisis Komparatif Potensi Industri Halal dalam Wisata Syariah dengan Konvensional*. Dipetik Juni 2018, 4, dari <http://catatan-ek18.blogspot.co.id:http://catatan-ek18.blogspot.co.id/2015/02/analisis-komparatif-potensi-industri.html>.
- Jonathan A.J. Wilson, Jonathan Liu, (2011). "The Challenges of Islamic Branding: Navigating Emotions and Halal", *Journal of Islamic Marketing* (2), 28 – 42.
- Kamarudin, L. M. (2013). Islamic Tourism: The Impacts to Malaysia's Tourism Industry. *Proceedings of International Conference on Tourism Development*, 397-405.
- Kemenpar. (2012, Desember 20). *Kememparekraf Promosikan Indonesia Sebagai Destinasi Pariwisata Syariah Dunia*. Dipetik Juni 2018, 4, dari <http://www.kemenpar.go.id>.
- Kementerian Pariwisata. 2015. *Laporan Akhir Kajian Pengembangan Wisata Syariah*. Deputi Bidang Pengembangan Kelembagaan Kepariwisata: Jakarta.
- Lada, S., Tanakinjal, H. G., & Amin, H. (2009). Predicting Intention to Choose Halal Products Using Theory of Reasoned Action. *International Journal Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 2(1), 66-76.
- Masful, Mila Falma. 2017. Pariwisata Syariah: suatu Konsep Kepercayaan dan Nilai Budaya Lokal Di Daerah Pedalaman Pilubang, Payakumbuh, Sumatera Barat. *Jurnal The Messenger*, Vol. 9, No. 1, Hal. 1-8, Januari.
- Sofyan, Riyanto. 2012. *Prospek Bisnis Pariwisata Syariah*. Jakarta: Republika.
- Sugiyono. 2012. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan RD*. Bandung: Alfabeta.
- Tourism Review. (2013, April 01). Retrieved Juni 2018, 4, from *Tourism-Review*: <http://www.tourism-review.com/indonesia-launches-sharia-tourism-projects-news3638>.
- Undang-undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal.

- Widagdyo, Kurniawan Gilang. 2015. Analisis Pasar Pariwisata Halal Indonesia. *Journal of Tauhidinomics*, Vol. 1 No. 1, Hal 73-80.
- Wuryasti, Fetri. (2013, Oktober 30). *Wisata Halal, Konsep Baru Kegiatan Wisata di Indonesia*. Dipetik Juni 2018, 4, dari <http://travel.detik.com:8080/read/2013/10/30/152010/2399509/1382/wisata-halal-konsep-baru-kegiatan-wisata-di-indonesi>