



Volume 2, Issue 2, Tahun 2022, ISSN: 2776-7434 (Online), doi: 10.21274

**Ar Rehla: Journal of Islamic Tourism,
Halal Food, Islamic Traveling, and Creative Economy**

Faculty of Islamic Economic and Business
Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung
Jl. Mayor Sujadi Timur No. 46 Tulungagung Jawa Timur 66221 Indonesia
Website: <http://ejournal.iain-tulungagung.ac.id/index.php/arrehla/index>

**MANAJEMEN PARIWISATA HALAL
(Sebuah Review Menggunakan Analisis Bibliometrik)**

Sabiq Al Qita^{1*}, Silma Lafifa Sunarya², Aam Slamet Rusydiana³

^{1,2}Universitas Ibnu Khaldun Bogor

³Institut Agama Islam Tazkia

*Corresponding Author Email: billalibnu757@gmail.com



This work is licensed under a Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan memetakan penelitian terkait pengembangan riset Manajemen Pariwisata Halal. Analisis difokuskan pada menggambarkan karakteristik dan tren kata kunci, penulis, dan jurnal. Data yang dianalisis adalah 191 publikasi penelitian dengan menggunakan metode statistik deskriptif dan analisis bibliometrik menggunakan VOSviewer. Penelitian dengan tema Manajemen Pariwisata Halal telah meningkat setiap tahun. institusi paling terkenal adalah Department of Management, Marketing and Entrepreneurship University of Canterbury, dan penulis terbanyak yaitu Al-ansi A, dan Prayag G. Negara Indonesia menerbitkan makalah bertema Manajemen wisata halal terbanyak dibandingkan dengan negara lain. Sementara itu, kata kunci yang digunakan dalam penelitian ini sering muncul lebih dulu, yaitu "Halal Tourism". Kemudian di tempat kedua, ada "Halal" dan kata ketiga adalah "Tourism". Penelitian ini memberikan informasi bagi peneliti yang berfokus pada penelitian di bidang Pariwisata Halal. Pada akhirnya, topik ini memiliki potensi untuk berkembang.

Kata Kunci: Pariwisata Halal; Manajemen; Bibliometrik; VOSviewer

Abstract: This research aims to find out and map research related to the development of Halal Tourism Management research. The analysis focused on describing the characteristics and trends of the keywords, authors, and journals. The data analyzed were 191 research publications using descriptive statistical methods and bibliometric analysis using VOSviewer. Research on the theme of Halal Tourism Management has increased every year. The most famous institutions are the Department of Management, Marketing and Entrepreneurship of the University of Canterbury, and the most prominent authors are Al-ansi A, and Prayag G. Negara Indonesia publishes papers themed on Halal tourism management the most compared to other countries. Meanwhile, the keywords used in this study often appear first, namely "Halal Tourism". Then in the second place, there is "Halal" and the third word is "Tourism". This research provides



information for researchers who focus on research in the field of Halal Tourism.

In the end, this topic has the potential to develop.

Keywords: *Halal Tourism; Manajemen; Bibliometrik; VOSviewer*

PENDAHULUAN

Pariwisata halal adalah pariwisata yang sesuai dengan Islam, dijalankan dalam rangka menyediakan kebutuhan wisata bagi pemeluk agama Islam yang sesuai dengan kebiasaan agama pribadi mereka saat bepergian (Carboni, Perelli & Sistu, 2017). Pariwisata halal bukan merupakan wisata yang eksklusif untuk orang muslim saja. Karena, baik muslim maupun non muslim semuanya dapat menikmati pelayanan berdasarkan nilai-nilai syariah dan wisata halal juga tidak hanya destinasi ziarah dan religi tetapi juga mencakup destinasi lainnya yang menjamin ketersediaan fasilitas pendukung seperti restoran dan hotel yang menyediakan makanan halal dan juga tempat ibadah (Sari, Safitri & Anggraini, 2019).

Sektor pariwisata merupakan salah satu sektor yang sangat potensial dalam meningkatkan perekonomian suatu negara (Albayan, 2019) karena pariwisata sebagai salah satu pendapatan yang dinilai mampu mendatangkan devisa bagi negara. Menurut *World Travel and Tourism Council*, pada tahun 2017 kontribusi pariwisata terhadap produk domestik bruto sebesar USD 2,5 triliun (3,2% dari total PDB). Angka ini diperkirakan akan meningkat sebesar 4,0% pada tahun 2018 dan sebesar 3,8% per tahun menjadi USD 3,8 triliun (3,6% dari total PDB) pada tahun 2028 (*World Travel and Tourism Council*, 2018). Dalam pasar pariwisata, segmen wisata halal menjadi sektor yang menjanjikan untuk berbagai negara di dunia. Menurut *Crescent Rating* (2019), segmen ini tumbuh karena peningkatan populasi Muslim (*Crescent Rating*, 2019).

Halal diidentifikasi sebagai segala sesuatu yang diperbolehkan menurut syariah atau nilai Islam (Zakaria & Abdul-Talib, 2010). Pariwisata berbasis Islam merupakan sebuah perjalanan wisata yang diikuti oleh motivasi kegiatan keagamaan dan berasal dari motivasi Islam (Jaelani, 2017). Salah satu contoh dari objek wisata halal adalah Masjid Istiqlal yang akan dikembangkan sebagai destinasi wisata religi di Indonesia. Hal ini tidak dapat dilepaskan dari lengkapnya fasilitas yang ramah terhadap muslim di Kota Jakarta. Dimana setidaknya ada 510 hotel dengan sertifikat halal dan 5 hotel tipe syariah di kota ini (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2021).

Sedangkan untuk Indonesia, wisata halal sendiri dikembangkan menjadi program nasional oleh Kementerian Pariwisata dan telah ditetapkan 15 (lima belas) provinsi menjadi fokus pengembangan destinasi wisata muslim unggulan yang diberikan otonomi oleh

kementerian pariwisata untuk mengelola potensi wisata di daerahnya masing-masing. Hal ini bertujuan agar masing-masing provinsi dapat mengembangkan potensi wisata halalnya masing-masing untuk menjadi unggulan dan menjadi destinasi favorit wisata halal di Indonesia (Ramadhani, 2021).

Menurut El-Gohary (2016) pariwisata halal adalah salah satu segmen yang paling cepat berkembang di pasar pariwisata. Mohsin, Ramli, dan Alkhulayfi (2016) mendefinisikan pariwisata halal sebagai penyediaan produk atau layanan pariwisata yang memenuhi kebutuhan wisatawan Muslim, baik dalam penyediaan fasilitas ibadah maupun akomodasi yang sesuai dengan ajaran Islam. Sementara itu, Battour dan Ismail (2016) menyatakan bahwa dalam pengembangan dan pemasaran dalam destinasi pariwisata halal harus berpedoman pada penerapan ajaran dan prinsip Islam (Battour & Ismail, 2016).

Melihat fenomena tersebut, peneliti tertarik untuk mengkaji lebih luas terkait perkembangan manajemen pariwisata halal. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui peta pengembangan penelitian terkait manajemen wisata halal dengan menggunakan pendekatan analisis bibliometrik. Hal-hal yang dipaparkan dalam analisis ini terkait dengan tahun terbit, pengarang, kata kunci, dan jurnal yang menerbitkan makalah terkait manajemen wisata halal. Penelitian ini juga mencari dan mengidentifikasi berbagai indikator yang dapat digunakan untuk membangun indeks wisata halal.

KAJIAN PUSTAKA

Ditemukan istilah yang beragam terkait 'pariwisata halal', yaitu *Halal Tourism*, *Syariah Tourism*, dan *Muslim-Friendly Tourism* (Battour et al., 2017; Khan & Callanan, 2017; Bogan & Sarusik, 2019). Bogan dan Sarusik (2019) membedakan penggunaan istilah antara 'wisata halal' dan 'wisata Islami'. Meskipun begitu, kedua istilah tersebut sama-sama merujuk pada kegiatan pariwisata yang Islami dan sesuai dengan prinsip-prinsip halal (Mohsin, Ramli & Alkhulayfi, 2016). *Global Muslim Travel Index* sebagai lembaga yang berfokus pada pengembangan wisata halal dunia, menjelaskan bahwa yang dimaksud dengan pariwisata halal ialah pariwisata yang dijalankan sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Tujuan pariwisata halal adalah untuk memberikan fasilitas dan layanan terbaik pada wisatawan Muslim (*Global Muslim Travel Index Report*, 2016).

Organisasi Kerjasama Islam (OKI) menggunakan istilah "*Islamic Tourism*" untuk menjelaskan wisata halal. *Islamic Tourism* didefinisikan sebagai perjalanan wisata yang ditujukan untuk memberikan pelayanan dan fasilitas wisata bagi wisatawan Muslim sesuai dengan kaidah Islam (Organisasi Kerjasama Islam, 2017). Carboni, Perelli, dan Sistu (2017)

mendefinisikan *halal tourism* atau pariwisata Islami adalah pariwisata yang sesuai dengan Islam, dijalankan dalam rangka menyediakan kebutuhan wisata bagi pemeluk agama Islam yang sesuai dengan kebiasaan agama pribadi mereka saat bepergian (Carboni, Perelli & Sistu, 2017) dan pada dasarnya pariwisata halal merupakan kegiatan wisata atau perjalanan yang memenuhi persyaratan hukum syariah (Jafari & Scott, 2014; Battour et al., 2017).

Adapun, Shakiry menjelaskan pariwisata halal sebagai “*The concept of sharia tourism is not limited to religious tourism, but it extend to all forms of touris except those go agains Islamic*”. Artinya, pariwisata halal bukan merupakan wisata yang eksklusif untuk orang muslim saja. Karena, baik muslim maupun non muslim semuanya dapat menikmati pelayanan berdasarkan nilai-nilai syariah dan wisata halal juga tidak hanya destinasi ziarah dan religi tetapi juga mencakup destinasi lainnya yang menjamin ketersediaan fasilitas pendukung seperti restoran dan hotel yang menyediakan makanan halal dan juga tempat ibadah (Kumalasari and Et.al, 2019).

Berbeda dengan yang lainnya, penelitian Bogan & Sarusik (2019) mengungkapkan perbedaan istilah antara wisata halal dengan wisata Islam. Hasilnya menunjukkan bahwa wisata Islam adalah jenis wisata yang muncul sebagai akibat dari preferensi individu untuk melakukan perjalanan dengan tujuan untuk mendapatkan keridhaan Tuhan, sedangkan wisata halal berfokus pada bagaimana kegiatan wisata yang diberikan produk, dan layanan sesuai dengan aturan dan prinsip Islam. Disamping itu, studi lainnya juga menggunakan istilah pariwisata halal dan pariwisata Islam secara bergantian, seperti banyak penelitian sebelumnya telah melakukannya (Battour & Ismail, 2016; Khan & Callanan, 2017) (Battour & Ismail, 2016) ; (Khan & Callanan, 2017).

Adapun, parameter dalam pariwisata halal yaitu, berorientasi kepada kemaslahatan umum; memiliki orientasi pencerahan, penyegaran dan ketenangan; menghindari kemusyrikan dan khurafat; bebas dari maksiat; menjaga keamanan dan kenyamanan; menjaga kelestarian lingkungan serta; menghormati nilai-nilai sosial budaya dan kearifan lokal (Putriana, 2019). Penelitian terkait pariwisata halal telah ada sejak tahun 2009 dengan lebih (Aswad, Ario Pratomo, Hendrayanti, & Djamaluddin Sanrego, 2021). Artinya, perkembangan penelitian pariwisata halal sudah cukup lama dan kajian tentang pengembangan penelitian terkait pariwisata halal perlu dilakukan. Namun, sejauh ini belum ada kajian yang dapat fokus terhadap pariwisata halal dan indikatornya.

METODE PENELITIAN

Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan metode kualitatif dengan studi literatur statistik deskriptif dari 191 publikasi dengan topik Manajemen Pariwisata Halal. Metode penelitian kualitatif didasarkan pada filosofi *postpositivisme*, yang digunakan untuk mempelajari keadaan benda-benda alam (sebagai lawan eksperimen), di mana peneliti adalah instrumen kunci. Teknik pengumpulan data adalah triangulasi (gabungan), analisis data induktif atau kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif yang menekankan pentingnya dari pada generalisasi (Sugiyono, 2007; Diniati, Rafikasari, Habib, & Fahmi, 2021).

Penelitian ini kemudian dilanjutkan dengan analisis bibliometrik. Studi bibliometrik dalam ilmu informasi adalah studi yang dapat mengungkapkan pola penggunaan dokumen, pengembangan literatur, atau sumber informasi dalam suatu subjek. Bibliometrik mencakup dua jenis studi, yaitu studi deskriptif, dan studi evaluatif. Studi deskriptif menganalisis produktivitas artikel, buku, dan format lainnya dengan melihat pola kepengarangan seperti jenis kelamin penulis, jenis pekerjaan yang dilakukan penulis, tingkat kolaborasi, dan produktivitas penulis. Di lembaga ini, penulis bekerja dan penciptaan dan topik artikel. Studi evaluatif menganalisis penggunaan literatur dengan menghitung referensi atau kutipan dalam artikel penelitian, buku, atau format lainnya (Pattah, 2013). Penelitian kualitatif bersifat deskriptif. Data yang dianalisis tidak digunakan untuk menerima atau menolak hipotesis (jika ada). Hasil analisis berupa deskripsi gejala yang diamati dan tidak perlu dalam bentuk angka atau koefisien antar variabel (Subana, 2005). Statistik deskriptif adalah cabang ilmu statistik yang mempelajari metode pengumpulan, kompilasi, dan penyajian ringkasan data penelitian. Data harus dirangkum dengan baik dan teratur, baik dalam tabel, grafik, maupun grafik, sebagai dasar untuk berbagai pengambilan keputusan (Wijaya, 2013).

Penelitian ini menggunakan data dari artikel yang diterbitkan yang diambil dari berbagai jurnal dengan topik penelitian Manajemen Pariwisata Halal. Data dikumpulkan melalui pencarian artikel yang diindeks oleh *Scopus* pada 11 Mei 2022, dan penyelidikan dilakukan dengan memasukkan kata kunci "Manajemen Pariwisata Halal". Hasil pencarian akan mengembalikan 191 articles yang diterbitkan antara tahun 1997 dan 2022. Data dalam bentuk topik yang digunakan dalam publikasi makalah tentang Manajemen Pariwisata Halal dan dianalisis menggunakan *Microsoft Excel* 2016. Tren pengembangan publikasi tentang Manajemen Pariwisata Halal dianalisis menggunakan perangkat lunak *VOSviewer*.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berikut ini adalah tabel yang menunjukkan kumpulan dokumen yang digunakan dalam penelitian dengan tema *Halal Tourism Management*. Jumlah dokumen yang digunakan adalah 62 yang dibagi menjadi 7 jenis dokumen, termasuk artikel jurnal (146 dokumen), bab buku (24 dokumen), editorial (1 dokumen), ulasan (13 dokumen), dan *prosiding* melanjutkan (5 dokumen) buku (1 dokumen), dan surat (1 dokumen).

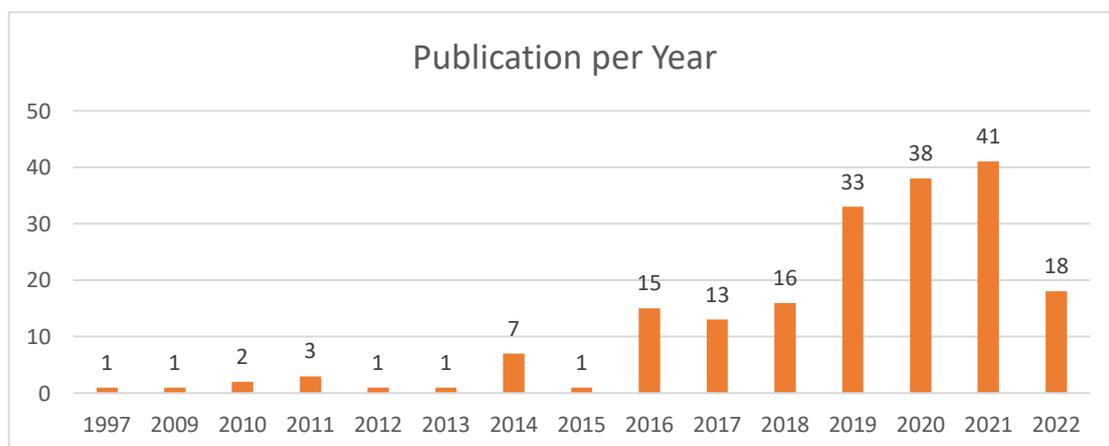
Tabel 1. Jenis Dokumen

No	Document Types	Number of Articles
1	Journal Article	146
2	Book Chapter	24
3	Proceeding	5
4	Editorial	1
5	Review	13
6	Book	1
7	Letter	1
	Total	191

(Penulis, 2022)

Berdasarkan hasil pengelompokan jenis dokumen di atas, jenis dokumen yang paling banyak digunakan sebagai subjek penelitian adalah dokumen berupa artikel jurnal dengan persentase 76% atau sebanyak 146 dokumen. Sementara itu, dokumen yang paling sedikit digunakan adalah berupa Prosiding dan Pracetak sebesar 0,5% atau sebanyak 1 dokumen. Hal ini menunjukkan bahwa referensi yang digunakan dalam penelitian ini cukup valid karena kebanyakan berasal dari dokumen dalam bentuk artikel ilmiah.

Publikasi per Tahun



Gambar 1. Jumlah Publikasi per Tahun (Penulis, 2022)

Bagian ini menjelaskan jumlah publikasi makalah dengan tema Manajemen wisata halal. Ada 191 makalah yang diterbitkan dalam periode pengamatan 25 tahun, dari tahun 1997 hingga 2022. Gambar 1 menunjukkan distribusi makalah per tahun yang bervariasi selama 25 tahun terakhir dengan kisaran 0 hingga 41 makalah. Makalah bertema Manajemen wisata halal yang paling banyak diterbitkan adalah pada tahun 2021, dengan jumlah terbitan setiap tahunnya sebanyak 41 makalah. Di tahun 1998 sampai dengan akhir 2008-an teridentifikasi ada beberapa tahun dimana *Scopus* tidak mengindeks jumlah publikasi sama sekali.

Berdasarkan grafik di atas, terdapat kecenderungan peningkatan jumlah makalah yang terbit dengan tema Manajemen wisata halal yang terindeks *Scopus*. Walaupun memang terlihat bahwa terjadi kekosongan publikasi terindeks dari tahun 1998 – 2008. Jumlah publikasi tertinggi pada tahun 2021 dengan jumlah terbitan sebanyak 41 makalah dengan tema Manajemen wisata halal ini.

Analisis Grafik Bibliometrik

Bibliometrik didasarkan pada perhitungan dan analisis statistik luaran ilmiah berupa artikel, publikasi, kutipan, paten, dan indikator lain yang lebih kompleks (Nurul & Winoto, 2022). Laporan tersebut, setelah menetapkan latar belakang pengembangan bibliometrik, menyajikan *database* tempat pembuatan bibliometrik, serta indikator utama yang digunakan. Untuk mendalami hasil meta analisis, pada bagian ini akan disajikan grafik visual mapping dari 191 jurnal terbitan Manajemen wisata halal.

Hasil analisis pemetaan kata kunci menjadi dasar pemetaan bersama istilah penting atau unik yang terkandung dalam artikel tertentu. Pemetaan adalah proses yang memungkinkan seseorang untuk mengenali elemen pengetahuan dan konfigurasi, dinamika, saling ketergantungan, dan interaksinya. Terkait bibliometrik, pemetaan sains merupakan metode visualisasi bidang ilmu. Visualisasi ini dilakukan dengan membuat peta lanskap yang dapat menampilkan topik-topik dari ilmu pengetahuan (Royani, et al., 2013). Hasil visualisasi jaringan dari 191 jurnal peta kata dengan tema Manajemen wisata halal dapat dilihat:

Co-Authorship Analysis

Selanjutnya hasil *bibliometric* akan ditampilkan berdasarkan sub tema yaitu *authors*, *organizations*, dan *country*.

selanjutnya. Berdasarkan hasil tersebut semakin besar dan terang nama penulisnya, maka semakin banyak pula makalah yang ia terbitkan. Penulis paling banyak menerbitkan publikasi terkait tema Manajemen wisata halal berdasarkan pemetaan bibliometri, yaitu Al-ansi A, dan Prayag G.

2. *Co-authorship Institusi (Co-citation)*

Dalam analisis bibliometrik, institusi penulis dapat dilihat dari institusi mana mereka berasal. Melalui hasil ini, kami dapat menafsirkan lembaga yang paling banyak menulis publikasi.



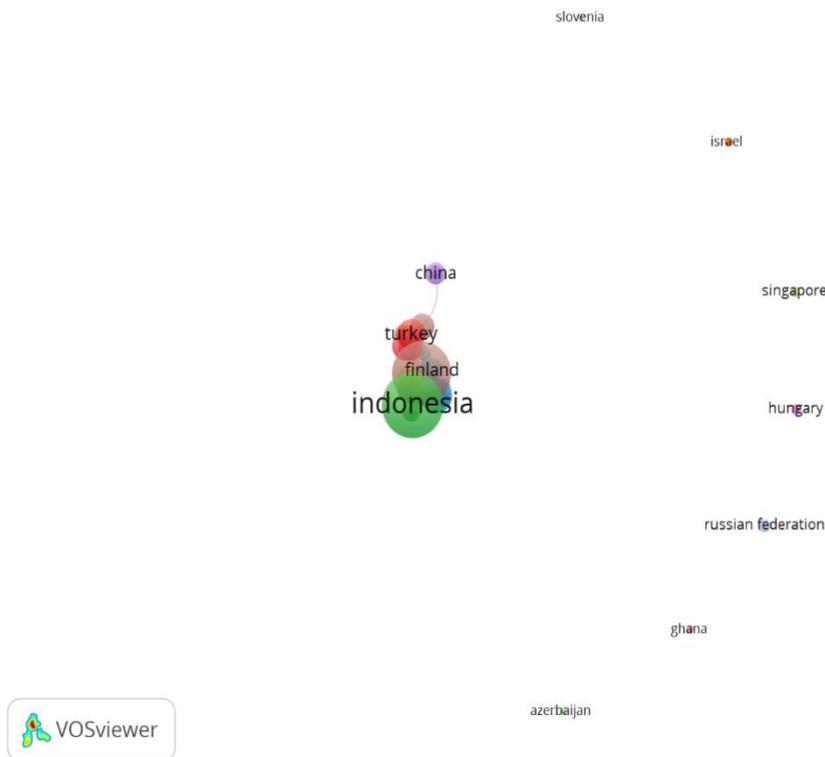
Gambar 3. *Co-authorship Institusi (Co-citation)* (Penulis, 2022)

Berdasarkan gambar berikut, *cluster* institusi yang terlihat dengan lingkaran bercahaya menunjukkan betapa produktifnya institusi tersebut berkontribusi dalam menerbitkan makalah dengan tema Manajemen wisata halal. Jumlah institusi terbesar dihitung dari jumlah publikasi dan jumlah link ke institusi lain, dimana seorang penulis dapat menulis banyak makalah di jurnal yang berbeda. Institusi terpopuler dihitung berdasarkan jumlah publikasi dan jumlah link ke institusi lain, dimana seorang penulis makalah dapat menulis banyak makalah di jurnal yang berbeda. Pemeringkatan institusi paling terkenal

ditunjukkan oleh hasil pemetaan bibliometrik adalah *Department of Management, Marketing and Entrepreneurship University of Canterbury*.

3. *Co-authorship Country*

Selanjutnya visualisasi pemetaan penerbit jurnal digambarkan pada gambar bibliometri sumber jurnal di bawah ini. Berdasarkan gambar tersebut, terlihat beberapa kluster negara yang muncul paling banyak menerbitkan artikel dengan tema Manajemen wisata halal.

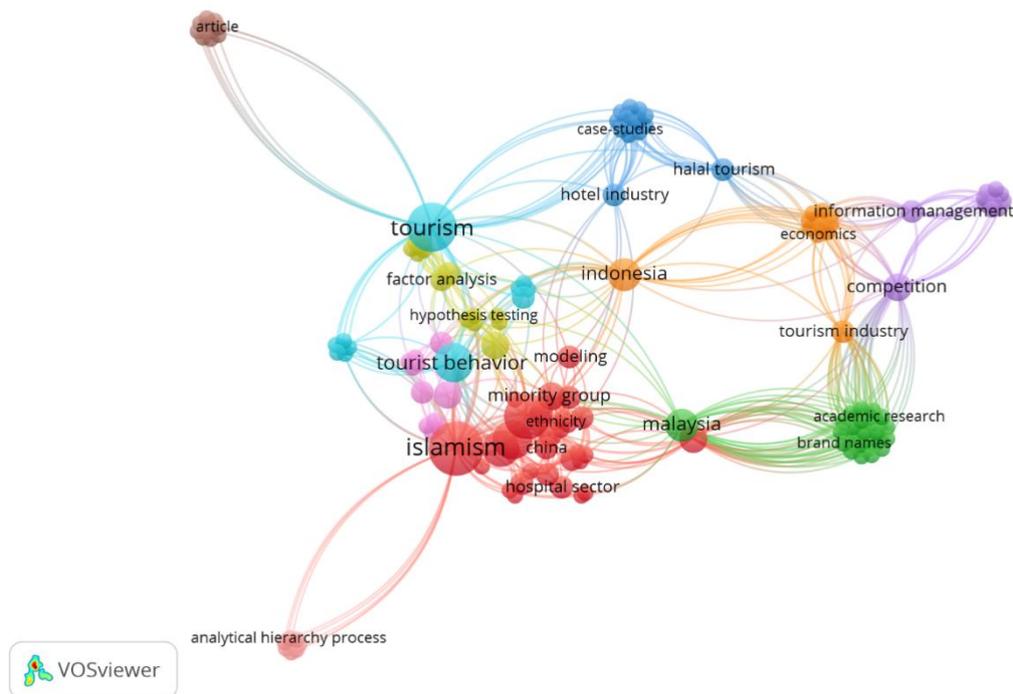


Gambar 4. *Co-authorship Country* (Penulis, 2022)

Berdasarkan gambar di atas, semakin besar lingkaran negara penerbit, maka semakin banyak pula makalah yang negara tersebut terbitkan. Terlihat bahwa negara Indonesia memiliki cahaya paling terang. Artinya Indonesia menerbitkan makalah bertema Manajemen wisata halal terbanyak dibandingkan dengan negara lain.

Co-occurrence Analysis

Selanjutnya hasil *bibliometric* akan ditampilkan berdasarkan sub tema yaitu *all keywords, author keywords, dan index keywords*.



Gambar 7. Co-occurrence Index (Penulis, 2022)

Berdasarkan hasil yang didapat, kata kunci yang memiliki bentuk lebih besar menandakan bahwa semakin sering kata dalam *index* tersebut digunakan. Pada *index* kata *paper* bertema Manajemen wisata halal yang berhubungan dengan ekonomi Islam terdapat beberapa kata yang paling banyak digunakan yaitu *Islamism*, *Tourism*, *Tourist Destination*.

Temuan

Hasil penelitian di atas menunjukkan analisis bibliometrik menggunakan aplikasi *Bibliometrix* dari artikel jurnal terindeks *Scopus* dengan tema Manajemen Pariwisata Halal. Penelitian terkait Pengelolaan Wisata Halal cukup berkembang secara signifikan menjadi perbincangan di kalangan peneliti sejak awal tahun 1997-an dan mengalami kekosongan dari tahun 1998 hingga 2008 kemudian hanya mengalami perkembangan yang signifikan pada tahun 2016, dan terus meningkat. Berdasarkan hasil analisis di atas, ditemukan bahwa penelitian dengan tema Manajemen Pariwisata Halal telah diterbitkan oleh berbagai jurnal dan banyak penulis, menghasilkan topik yang beragam.

Kemudian terkait dengan kata kunci yang paling banyak digunakan dalam artikel bertema Krisis Ekonomi Islam yang paling populer antara lain *Halal Tourism*, *Halal*, *Tourism*. Visualisasi pada *co-occurrence index* menunjukkan bahwa istilah *Islamism*, *Tourism*, *Tourist Destination* adalah kata atau kalimat yang relevan dalam penelitian dengan

tema *Halal Tourism Management*. Kata kunci yang sering muncul dari semua data artikel yang diteliti, kebanyakan ada yang berfokus pada topik destinasi wisata.

Peningkatan wisatawan muslim menjadi peluang bagi sektor pariwisata untuk mengembangkan wisata halal. Sehingga beberapa negara mulai mengambil kesempatan ini dengan mengembangkan wisata halal dan bisa menjadi destinasi wisata halal. Destinasi wisata halal berada di negara-negara mayoritas Muslim dan non-Muslim seperti Jepang (Ikhsan, 2017; Yessy, 2017; Anugrah, 2018; Wahidati & Sarinastiti, 2018; Aisyiyah, 2021; Amalia, Gunawan & Wibisono, 2021; Erni & Indun, 2021; Fitrianingrum & Aruny, 2021; Ulvita, 2021; Murti, 2022), South Korea (Amina, 2019; Poetri, 2019; Arifiyatti, 2020; May *et al.*, 2020; Brahmantya, 2021; Firstantin & Hasanah, 2021; Soewarno, Tjahadi & Fitriyah, M, 2021; Yasmin, 2021), Australia (Muttalib, 2019; Nugroho, Utami & Doktoralina, 2019; Kusumaningtyas & Lestari, 2020; Setyaningsih, 2022), dan Thailand (Yuristia, 2019; Karjaya, 2020; Rachmiatie *et al.*, 2020; Ilham, Alfitri & Tamsyah, 2021; Maria, 2021; Silvia, Nisyak & Rivai, 2022).

Pada gambar 5 kata kunci yang paling banyak digunakan oleh penulis adalah *Halal Tourism, Halal, Islamic Tourism*. Pada Gambar 6 kata kunci yang paling banyak digunakan dalam jurnal bertema *Manajemen wisata halal* adalah *Halal Tourism, Halal, Tourism*. Namun ada kata kunci yang menarik pada kedua gambar tersebut, yaitu kata kunci *Economic Growth*, dimana kata kunci tersebut tidak ada hubungan dengan kata kunci yg lainnya berdasarkan visualisasi *Co-occurrence All Keyword* dan *Co-occurrence Authors*.

KESIMPULAN

Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui perkembangan penelitian Pengelolaan Wisata Halal selama periode 1997 hingga 2022. 191 dokumen yang digunakan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa penelitian dengan tema Manajemen Pariwisata Halal telah meningkat setiap tahun. institusi paling terkenal ditunjukkan oleh hasil pemetaan bibliometrik adalah *Department of Management, Marketing and Entrepreneurship University of Canterbury*, dan penulis pada tema penelitian ini adalah yaitu Al-ansi A, dan Prayag G. Indonesia menerbitkan makalah bertema *Manajemen wisata halal* terbanyak dibandingkan dengan negara lain. Sementara itu, kata kunci yang digunakan dalam penelitian ini sering muncul lebih dulu, yaitu "*Halal Tourism*". Kemudian di tempat kedua, ada "Halal" dan kata ketiga adalah "*Tourism*".



Penelitian ini bisa dijadikan sebagai acuan dasar untuk melihat bagaimana visualisasi grafis perkembangan tren penelitian bertemakan peran Manajemen wisata halal dalam penelitian ilmiah yang dipublikasikan, sehingga tetap dapat dikembangkan oleh para ahli. Rekomendasi penelitian selanjutnya dapat merujuk pada kata kunci terpopuler yang masih berpeluang untuk dibahas lebih mendalam, misalnya mengenai analisa perkembangan ekonomi sector wisata halal, dan lain-lain. Selanjutnya, untuk dapat melakukan analisis bibliometrik lengkap dengan menggunakan lebih banyak elemen yang mempelajari atau menggunakan jenis *tool software* lain untuk menghasilkan hasil yang lebih komprehensif.

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyiyah, I. N. (2021). *Pariwisata Halal Sebagai Instrumen Diplomasi Publik Jepang Untuk Menarik Wisatawan Muslim Malaysia Ke Jepang Tahun 2013-2019* (Doctoral dissertation, FISIP UNPAS).
- Amalia, F. A., Gunawan, A. I., & Wibisono, N. (2021). Citra Destinasi Wisata Halal di Jepang: Wisatawan Dan Non-Wisatawan Muslim Dari Indonesia. *Jurnal Bisnis dan Kewirausahaan*, 17(1), 1–10.
- Amina, S. (2019). *Strategi Pemerintah Korea Selatan Melalui Korean Wave Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Indonesia (2010-2017)* (Doctoral dissertation, Universitas Airlangga).
- Anugrah, C. S. (2018). Perancangan Aplikasi Wisata Halal Berbasis Android Menggunakan Metode Geolocation And Haversine Formula Menuju Jombang Halal Smart City. *Dinar: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Islam*.
- Arifiyatti, M. F. (2020). Wisata Halal Trend Baru Industri Pariwisata Korea Selatan. *Al-Muaddib: Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial Dan Keislaman*, 5(1), 80-86.
- Battour, M. *et al.* (2017). Islamic tourism: an empirical examination of travel motivation and satisfaction in Malaysia. *Current Issues in Tourism*, 20(1), 50-67.
- Battour, M. & Ismail, M. N. (2016). Halal tourism: Concepts, practises, challenges and future. *Tourism Management Perspectives*, 19, 150– 154.
- Bogan, E. & Sarusik, M. (2019). Halal tourism: Conceptual and practical challenges. *Journal of Islamic Marketing*, 10(1), 87–96.
- Brahmantya, A. (2021). *Strategi Dan Kebijakan Pemerintah Korea Selatan Dalam Meningkatkan Industri Pariwisata Halal (2015-2020)* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta).
- Carboni, M., Perelli, C. & Sistu, G. (2017). Developing tourism products in line with Islamic beliefs: some insights from Nabeul– Hammamet. *Journal of North African Studies*, 22(1), 87–108.
- Diniati, B. T., Rafikasari, E. F., Habib, M. A., & Fahmi, M. F. (2021). *Metode Penelitian Sosial, Ekonomi, dan Bisnis (Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif)*. Tulungagung: Biru Atma Jaya.



- Erni, P. & Indun, R. (2021). Sertifikasi Produk Halal Di Jepang Sebagai Bagian Dari Strategi Ekonomi Pemerintahan Shinzo Abe.
- Firstantin, T. A. R. G. & Hasanah, U. (2021). Perkembangan Wisata Halal di Korea Selatan (Studi Kasus Perspektif Masyarakat Indonesia di Korea Selatan). *Jurnal Master Pariwisata (JUMPA)*, 259–277.
- Fitrianingrum, A. & Aruny, F. D. (2021). Analisis Pengaruh Attitude Toward Halal Food Sebagai Variabel Mediasi Terhadap Penerimaan Makanan Halal Instan Jepang Di Kota Batam. In *CoMBInES-Conference on Management, Business, Innovation, Education and Social Sciences* (Vol. 1, No. 1, pp. 484-499).
- Ikhsan, K. (2017). *Strategi Pemerintah Jepang Dalam Mengembangkan Industri Pariwisata Halal Di Jepang* (Doctoral dissertation, Universitas Darma Persada).
- Ilham, I., Alfitri, A. & Tamsyah, I. (2021). *Peluang Dan Tantangan Indonesia Dalam Perdagangan Global Industri Makanan Halal* (Doctoral dissertation, Sriwijaya University).
- Jaelani, A. (2017). Halal Tourism Industry In Indonesia: Potential And Prospects. *International Review of management and Marketing*, 7(3), 25-34.
- Jafari, J. & Scott, N. (2014). Muslim world and its tourisms. *Annals of Tourism Research*. *Annals of Tourism Research*, 44(1), 1–19.
- Karjaya, L. P. (2020). Implementasi Konsep Halal Tourism Dan Konvensional Thailand Dalam Meningkatkan Foreign Direct Investment di Nusa Tenggara Barat. *Indonesian Journal of Peace and Security Studies (IJPSS)*, 2(1), 63–89.
- Khan, F. and Callanan, M. (2017). The “Halalification” of tourism. *Journal of Islamic Marketing*, 8(4), 558–577.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Badan Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Republik Indonesia. (2021). *Potensi Pengembangan Wisata Halal di Indonesia*. <https://kemenparekraf.go.id/ragam-pariwisata/Potensi-Pengembangan-Wisata-Halal-di-Indonesia>.
- Kusumaningtyas, M. & Lestari, S. (2020). Model pengembangan makanan dan pariwisata halal di Indonesia. *Media Mahardhika*, 19(1), 44-49.
- Maria, B. R. D. (2021). Program Kerjasama Indonesia, Malaysia, Thailand–Growth Triangle Terkait Perkembangan Wisata Halal Di Indonesia Periode 2017-2018. *Moestopo Journal of International Relations*, 1(2), 137–148.
- May, F. A. et al. (2020). Wisata Halal Trend Baru Industri Pariwisata Korea Selatan. *Jurnal Penelitian*, 14(1), 153-165.
- Mohsin, A., Ramli, N. & Alkhulayfi, B. A. (2016). Halal tourism: Emerging opportunities. *Tourism Management Perspectives*, 19, 137–143.
- Murti, S. N. L. E. (2022). *Halal Tourism Sebagai Strategi Jepang Dalam Meningkatkan Perekonomian Tahun 2013-2020* (Doctoral dissertation, Universitas Muhammadiyah Yogyakarta).
- Muttalib, A. (2019). Peranan Biro Perjalanan Wisata Dalam Mengembangkan Wisata Halal Di Lombok Tengah Dan Lombok Barat. *Jurnal Econetica: Jurnal Ilmu Sosial*,



Ekonomi, dan Bisnis, 1(1), 49–66.

- Nugroho, L., Utami, W. & Doktoralina, C. M. (2019). Ekosistem Bisnis Wisata Halal dalam Perspektif Maqasid Syariah (Halal Tourism Business Ecosystem in the Maqasid Syariah Perspective). *Perisai: Islamic Banking and Finance Journal*, 3(2), 92.
- Nurul, F. & Winoto, Y. (2022). Pemetaan bibliometrik terhadap perkembangan penelitian arsitektur informasi pada Google Scholar menggunakan VOSviewer. *Informatio: Journal of Library and Information Science*, 2(1), 43-60.
- Pattah, S. H. (2013). Peranan Intermediary dalam sistem temu balik informasi. *Khazanah al-Hikmah: Jurnal Ilmu Perpustakaan, Informasi, dan Kearsipan*, 1(2), 157–166.
- Poetri, T. R. L. (2019). *Implementasi Pengembangan Halal tourism di Korea Selatan* (Doctoral dissertation).
- Putriana, R. (2019). Analisis Masyarakat Muslim dan Non Muslim Terhadap Kesiapan Destinasi Wisata Syariah di Kota Pekanbaru dan Padang. *Jurnal Al-Iqtishad*, 15(2), 216-245.
- Rachmiate, A. *et al.* (2020). Strategi Komunikasi Pariwisata Halal Studi Kasus Implementasi Halal Hotel di Indonesia dan Thailand. *Amwaluna: Jurnal Ekonomi dan Keuangan Syariah*, 4(1), 56–74.
- Ramadhani, M. (2021). Dilema Regulasi Pariwisata Halal Di Indonesia. *Journal of Islamic Tourism, Halal Food, Islamic Traveling, and Creative Economy*, 1(1), 89–105.
- Rating, Crescent. (2019). *Crescent Rating: World's Leading Authority on Halal Travel*.
- Rusydziana, A. S. *et al.* (2021). Halal Tourism Indicators: A Bibliometric Study. *Library Philosophy and Practice (e-journal)*, 5738.
- Sari, F. K., Safitri, N. & Anggraini, W. (2019). Persepsi, Sikap dan Minat Pariwisata Halal di Daerah Istimewa Yogyakarta. *Ihtifaz: Journal of Islamic Economics, Finance, and Banking*, 2(2), 137-156.
- Setyaningsih, R. P. (2022). Isu Halal Internasional dan Regional. *Jurnal Kajian Wilayah*, 12(1), 121–134.
- Silvia, T., Nisyak, H. & Rivai, F. (2022). *Strategi Pemerintah Thailand Dalam Meningkatkan Kunjungan Wisatawan Muslim Melalui Penerapan Konsep Wisata Halal*. (Doctoral dissertation, Sriwijaya University).
- Soewarno, N., Tjahjadi, B., & Fitriyah, M. (2021). The role of corporate social responsibility on the relationship of competitive pressure and business performance of batik industry in Central Java, Indonesia. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 8(1), 863-871.
- Subana, M. (2005). *Dasar-dasar penelitian ilmiah*. Bandung: CV. Pustaka Setia.
- Sugiyono, M. P. P. (2007). *Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Ulvita, N. Z. A. (2021). *Pandangan Masyarakat Jepang Di Wilayah Kansai Terhadap Islam Dan Wisata Halal Di Jepang 日本におけるイスラムとハラール観光に対する関西人の視点* (Doctoral dissertation, Universitas Airlangga).
- Wahidati, L. & Sarinastiti, E. N. (2018). Perkembangan Wisata Halal di Jepang. *Jurnal Gama*



Societa. 1(1), 9-19.

- Wijaya, T. (2013). *Metodologi penelitian ekonomi dan bisnis teori dan praktik*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Yasmin, G. (2021). Strategi Komunikasi Pemasaran Terpadu Pada Restoran Halal Rindu Kampung Di Sasang Busan Korea Selatan (Skripsi, Universitas Islam Indonesia).
- Yessy, H. (2017). Potensi Industri Halal Dalam Menarik Wisatawan Muslim Mancanegara Di Jepang. *In Prosiding Seminar Hasil Penelitian Semester Ganjil 2016/2017* (No. 1, pp. 101-110). Unsada.
- Yuristia, A. H. (2019). Alasan Pemerintah Thailand Mengadopsi Kebijakan Pariwisata Halal (Doctoral dissertation, University of Muhammadiyah Malang).
- Zakaria, N. & Abdul-Talib, S. N. (2010). Applying Islamic Market-Oriented Cultural Model to Sensitize Startegies towards Global Customers, Competitors, and Environment. *Journal of Islamic Marketing*, 1(1), 51–62.