

Pengaruh Penyediaan Layanan Pariwisata Ramah Muslim terhadap Persepsi Wisatawan Muslim di Taman Hutan Raya Ir. Djuanda Bandung

Dadan Ramdani^{1*}

¹ Jurusan Pariwisata, Fakultas Ekonomi Bisnis dan Ilmu Sosial, Universitas ‘Aisyiyah Bandung, Indonesia.

Email: dadan.ramdani@unisa-bandung.ac.id^{1*}

Alamat: Jl. K.H. Ahmad Dahlan Dalam No.6, Turangga, Kec. Lengkong, Kota Bandung, Jawa Barat 40264

*Penulis Korespondensi

Abstract. *Muslim-friendly tourism (halal tourism) has become a global trend in line with the increasing number of Muslim tourists, both domestic and international. Ir. H. Djuanda Grand Forest Park (Tahura Djuanda), located in Bandung, is a popular natural and educational tourism destination frequently visited by Muslim travelers, yet it has not obtained official certification as a halal tourism destination. This condition raises a question of how far the available Muslim-friendly services can influence Muslim tourists' perceptions. This study aims to analyze the effect of Muslim-friendly tourism services on the perceptions of Muslim tourists visiting Tahura Djuanda. The research employed a quantitative descriptive and inferential method with a population of 258,975 domestic tourists who visited during January–June 2025. The sample size was determined using Slovin's formula, resulting in 100 respondents, with 59 valid responses collected through an online questionnaire using a 5-point Likert scale. Data were analyzed using SPSS version 27, including validity, reliability, and normality tests, as well as Spearman's Rho correlation test. The findings reveal a significant relationship between Muslim-friendly tourism services (accommodation, halal restaurants, worship facilities, halal-supporting amenities, and tour guides' understanding) and Muslim tourists' perceptions, which cover aspects of self, perception targets, and environmental situations. Therefore, the better the Muslim-friendly services provided, the more positive the tourists' perceptions of Tahura Djuanda. These findings highlight the importance of implementing Muslim-friendly tourism as a strategy to improve visitor satisfaction and strengthen the competitiveness of tourism destinations.*

Keywords: *Halal Tourism; Halal Services; Muslim-Friendly Tourism; Muslim Tourists' Perceptions; Tahura Djuanda.*

Abstrak. Pariwisata ramah Muslim (halal tourism) menjadi salah satu tren global yang semakin berkembang seiring meningkatnya jumlah wisatawan Muslim baik domestik maupun mancanegara. Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda Bandung (Tahura Djuanda) merupakan destinasi wisata alam dan edukasi yang banyak dikunjungi wisatawan Muslim, namun belum memiliki sertifikasi resmi sebagai destinasi pariwisata halal. Kondisi ini menimbulkan pertanyaan mengenai sejauh mana layanan ramah Muslim yang tersedia mampu memengaruhi persepsi wisatawan Muslim. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh layanan pariwisata ramah Muslim terhadap persepsi wisatawan Muslim di Tahura Djuanda. Metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif deskriptif dan inferensial dengan populasi sebanyak 258.975 wisatawan nusantara yang berkunjung pada periode Januari–Juni 2025. Sampel ditentukan dengan rumus Slovin sebanyak 100 responden, namun data yang terkumpul sejumlah 59 responden, diperoleh melalui kuesioner berbasis formulir elektronik dengan skala Likert 1–5. Data dianalisis menggunakan SPSS versi 27 melalui uji validitas, reliabilitas, normalitas, serta uji korelasi Spearman Rho. Hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan signifikan antara layanan pariwisata ramah Muslim (akomodasi, restoran halal, fasilitas ibadah, fasilitas halal, dan pemahaman pemandu wisata) dengan persepsi wisatawan Muslim yang mencakup aspek diri, sasaran persepsi, serta situasi atau keadaan lingkungan. Dengan demikian, semakin baik layanan ramah Muslim yang tersedia, semakin positif pula persepsi wisatawan terhadap Tahura Djuanda. Temuan ini menegaskan pentingnya pengembangan pariwisata ramah Muslim sebagai strategi meningkatkan kenyamanan dan daya saing destinasi wisata.

Kata kunci: Layanan Halal; Pariwisata Ramah Muslim; Persepsi Wisatawan, Tahura Djuanda; Wisata Halal.

1. LATAR BELAKANG

Pariwisata merupakan aktivitas perjalanan yang dilakukan oleh seseorang maupun sekelompok orang menuju suatu tempat di luar lingkungan rutinnnya, baik untuk tujuan rekreasi, bisnis, maupun kepentingan lain. Berdasarkan Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataan, pariwisata diartikan sebagai berbagai bentuk kegiatan wisata yang didukung oleh beragam fasilitas serta layanan yang diselenggarakan oleh masyarakat, pelaku usaha, pemerintah, maupun pemerintah daerah. Keberadaan sektor pariwisata memiliki kedudukan yang penting dan strategis karena mampu memberikan kontribusi besar terhadap pembangunan sosial, ekonomi, serta budaya (Maelany & Ramdani, 2025). Perkembangan pariwisata halal di tingkat global menunjukkan peningkatan yang signifikan, sejalan dengan bertambahnya jumlah wisatawan Muslim yang membutuhkan destinasi wisata yang selaras dengan prinsip-prinsip Islam. Kondisi ini menegaskan urgensi penyediaan fasilitas yang mendukung kebutuhan wisatawan Muslim, seperti ketersediaan kuliner halal, sarana ibadah yang memadai, serta pilihan akomodasi yang berbasis syariah (Sugandi et al., 2024). Fasilitas seperti tempat ibadah, makanan halal, dan peralatan yang sesuai syariah menjadi faktor penting dalam membentuk persepsi wisatawan Muslim terhadap suatu destinasi (Pratistawiningrat & Karmilah, 2024).

Pariwisata halal telah mengalami pertumbuhan signifikan dalam beberapa tahun terakhir. Menurut Mastercard-Crescent Rating Global Muslim Travel Index (GMTI) 2025, jumlah kedatangan wisatawan Muslim internasional mencapai 176 juta pada tahun 2024, meningkat 25% dibandingkan tahun sebelumnya. Diproyeksikan angka ini akan mencapai 245 juta pada tahun 2030, dengan total pengeluaran perjalanan diperkirakan mencapai USD 230 miliar (GMTI, 2025). Peningkatan tersebut terjadi karena semakin banyak destinasi wisata yang menyadari pentingnya memenuhi kebutuhan wisatawan Muslim, seperti tersedianya hidangan halal, tempat ibadah, serta penginapan yang sesuai dengan kaidah keagamaan.

Sebagai negara dengan jumlah penduduk Muslim terbanyak di dunia, Indonesia memiliki peluang yang sangat besar dalam pengembangan pariwisata halal. Berbagai daerah telah berupaya menghadirkan destinasi yang ramah bagi wisatawan Muslim, antara lain melalui penyediaan sarana ibadah dan kuliner halal di kawasan wisata. Maka itu, sinergi serta pengelolaan yang baik menjadi kunci penting untuk mendorong kemajuan sektor pariwisata halal di Indonesia (Mujtahid et al., 2025). Penelitian oleh (Hilmi Tsania et al., 2023) menunjukkan bahwa destinasi yang berbasis keislaman, nilai lingkungan religiusitas, sosial budaya dan aksesibilitas berpengaruh positif terhadap kepuasan wisatawan Muslim.

Salah satunya adalah Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda Bandung yang merupakan pariwisata alam yang sangat populer, di mana menawarkan keindahan alam dan juga nilai sejarah di dalamnya. Meskipun Tahura Djuanda memiliki potensi sebagai destinasi wisata alam yang menarik, belum diketahui sejauh mana penyediaan layanan pariwisata halal di lokasi tersebut dan bagaimana hal ini memengaruhi persepsi wisatawan Muslim. Kurangnya fasilitas yang sesuai dengan kebutuhan wisatawan Muslim dapat memengaruhi kepuasan dan keputusan mereka untuk berkunjung (Musnia et al., 2023). Meskipun Tahura Djuanda memiliki potensi sebagai destinasi wisata alam yang menarik, belum banyak penelitian yang secara khusus meneliti penyediaan layanan pariwisata halal di lokasi tersebut dan bagaimana hal ini memengaruhi persepsi wisatawan Muslim. Sebagian besar studi masih terfokus pada destinasi wisata budaya atau urban tourism, sehingga tujuan penelitian melihat kesenjangan tersebut dengan menganalisis pengaruh penyediaan layanan pariwisata halal terhadap persepsi wisatawan Muslim di Tahura Djuanda.

Terdapat penelitian terdahulu yang membahas mengenai bagaimana persepsi wisatawan mengenai pariwisata halal, yang diklasifikasikan menjadi tiga variabel: destinasi pariwisata halal, akomodasi pariwisata halal, serta pelayanan dan biro perjalanan pariwisata halal, memengaruhi keputusan mereka untuk mengunjungi wisata halal. Hasilnya menunjukkan bahwa persepsi wisatawan mengenai pariwisata halal berpengaruh signifikan terhadap wisatawan (Rohman & M., 2023). Wisatawan Muslim memiliki kebutuhan spesifik yang perlu diakomodasi, seperti ketersediaan tempat ibadah, makanan, minuman halal, dan tempat lainnya yang memadai (mushola, wudhu, air bersih), serta kegiatan wisata dan lingkungan yang sesuai dengan nilai-nilai Islam. Pemahaman terhadap persepsi wisatawan Muslim terhadap ketersediaan dan kualitas layanan pariwisata halal di destinasi seperti Tahura Bandung menjadi krusial. Persepsi ini akan memengaruhi kepuasan wisatawan, keputusan untuk berkunjung kembali, serta rekomendasi kepada wisatawan lain.

Penelitian mengenai “Pengaruh penyediaan layanan pariwisata halal terhadap persepsi wisatawan Muslim di Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda Bandung” menjadi penting dengan beberapa alasan. Pertama, penelitian ini dapat memberikan *insight* mengenai sejauh mana kebutuhan wisatawan Muslim telah terpenuhi di destinasi wisata alam yang populer ini. Kedua, hasil penelitian dapat menjadi masukan berharga bagi pengelola Tahura Bandung dalam meningkatkan fasilitas dan layanan yang lebih sesuai dengan preferensi segmen pasar Muslim yang terus berkembang. Ketiga, studi ini dapat menambah literatur akademik mengenai pariwisata halal, khususnya dalam konteks destinasi alam, yang mungkin memiliki

dinamika yang berbeda dibandingkan dengan destinasi perkotaan atau pantai. Dengan demikian, pemahaman yang mendalam tentang pengaruh layanan pariwisata halal terhadap persepsi wisatawan Muslim di Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda Bandung akan berkontribusi pada pengembangan pariwisata yang lebih inklusif dan berkelanjutan. Tujuan penelitian ini untuk menganalisis tentang pengaruh penyediaan layanan pariwisata ramah muslim terhadap persepsi wisatawan muslim di Taman Hutan Raya Ir. Djuanda Bandung.

2. KAJIAN TEORITIS

A. Konsep Pariwisata

Istilah pariwisata berasal dari bahasa Sanskerta dan memiliki kesamaan arti dengan kata *tour*, yakni berkeliling dari satu tempat ke tempat lainnya. Kata pariwisata sendiri tersusun dari dua unsur, yaitu “pari” yang berarti banyak atau berulang, dan “wisata” yang berarti pergi atau melakukan perjalanan. Berdasarkan pengertian tersebut, pariwisata dapat dimaknai sebagai kegiatan perjalanan yang dilakukan secara berulang-ulang atau berkeliling menuju berbagai tempat yang berbeda. Pariwisata merupakan istilah yang sudah akrab di kalangan masyarakat, tidak ada batasan mengenai umur, jenis kelamin, secara nasional adapun internasional. Di era modern saat ini, perkembangan teknologi memberikan kemudahan dalam penyebaran berbagai informasi yang dibutuhkan masyarakat. Dalam kesehariannya, banyak orang memanfaatkan waktu luang untuk melakukan kegiatan wisata. Sebagian di antaranya bahkan menjadikan aktivitas tersebut sebagai sarana untuk menyegarkan kembali tubuh dan pikiran melalui pengalaman berwisata (Kastenholz et al., 2018). Dalam pengelolaan wisata diperlukan manajemen sebagai acuan dalam membuat wisata menjadi lebih maju dan modern serta sesuai dengan kebutuhan masyarakat terutama sekitar (Jazuli et al., 2023). Dan hal lain juga wisata juga dapat berdampak positif terhadap warga lokal agar berkemajuan dan berkelanjutan (Setiawati & Ramdani, 2025).

B. Pariwisata Halal

Pariwisata halal mencakup penyediaan layanan dan produksi yang halal saja tetapi juga pada pengelolaan destinasinya yang mana apakah mendukung kenyamanan dan wisatawan muslim apa tidak (Winengan, 2020). Pariwisata halal mencakup layanan dan produk, tetapi juga memastikan kenyamanan, keamanan, dan kepatuhan hukum destinasi wisata terhadap syariat Islam. Wisata halal merupakan pendekatan pariwisata yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan religius wisatawan Muslim dengan menyediakan layanan dan aktivitas yang sesuai syariah. Tidak hanya terbatas pada penyediaan makanan halal dan tempat salat,

namun wisata halal juga mencakup praktik perjalanan yang etis, transaksi keuangan yang sesuai syariat. Dengan semakin meluasnya kesadaran masyarakat akan pentingnya wisata ramah Muslim, berbagai negara mulai menghadirkan destinasi dengan konsep syariah, seperti hotel yang menyediakan fasilitas terpisah bagi pria dan wanita, serta paket perjalanan yang mempermudah wisatawan dalam menjalankan ibadah. Pendekatan ini mengusung nilai keseimbangan, moderasi, dan kebebasan dalam berwisata tanpa melanggar prinsip keagamaan (Sari et al., 2024).

Pariwisata halal merupakan bentuk penyediaan layanan dan fasilitas wisata yang berlandaskan prinsip-prinsip syariah Islam, sehingga mampu mengakomodasi kebutuhan wisatawan Muslim baik dari sisi spiritual maupun aspek rekreasi. Berdasarkan Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) Nomor 108/DSN-MUI/X/2016, pariwisata halal dipahami sebagai kegiatan perjalanan yang dilakukan individu maupun kelompok untuk mengunjungi suatu destinasi dengan tujuan rekreasi, pengembangan diri, atau mempelajari keunikan daya tarik wisata dalam kurun waktu tertentu yang tetap sesuai dengan aturan syariah. Lebih lanjut, pariwisata halal mencakup semua kegiatan wisata yang didukung oleh fasilitas serta layanan yang disediakan oleh masyarakat, pengusaha, pemerintah, dan pemerintah daerah yang sesuai dengan prinsip syariah.

Dalam Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia Nomor 108/DSN-MUI/X/2016 terdapat berbagai indikator yang menjadi pedoman dalam penyelenggaraan pariwisata halal. Namun, dalam penelitian ini peneliti hanya mengambil lima indikator utama yang relevan dengan konteks penelitian, yaitu: (1) Akomodasi Halal, (2) Restoran Bersertifikat Halal, (3) Destinasi Ramah Muslim, (4) Fasilitas Halal, dan (5) Pemandu yang Memahami Konsep Wisata Halal. Pemilihan indikator ini didasarkan pada relevansi dan keterkaitannya dengan kebutuhan utama wisatawan Muslim selama berwisata. Adapun beberapa penelitian terdahulu mengenai topik yang sama dengan peneliti lakukan yaitu

Tabel 1. Penelitian Terdahulu.

No.	Judul	Peneliti (Tahun)	Hasil Kajian	Kesimpulan
1	Persepsi Wisatawan terhadap Layanan di Objek Wisata Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda	Syawalina, Satriadi & Basarah (2022)	Layanan tergolong baik; terdapat perbedaan persepsi berdasarkan gender dan asal Wisatawan	Kualitas layanan tergolong baik, tapi perlu peningkatan fasilitas fisik & responsivitas

2	Analisis Motivasi dan Persepsi Wisatawan Muda terhadap Keputusan Berkunjung di Taman Hutan	Naura Azzah Maulida (2024)	Motivasi dan persepsi signifikan secara parsial dan simultan terhadap	Persepsi positif dan motivasi 'escape' mendorong kunjungan ke Tahura Djuanda
3	Persepsi Wisatawan terhadap Objek Wisata Alam Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda	Syawalina (2022)	Persepsi baik (skor 108,33) pada atraksi, akses, pelayanan; tidak signifikan terhadap kunjungan	Aspek lain seperti promosi lebih memengaruhi kunjungan dibanding persepsi semata
4	Daya Tarik Wisata Halal di Malang Raya: Peran Kesadaran, Persepsi, dan Fasilitas Halal	Alrasyid, H. (2024)	Kesadaran, persepsi dan fasilitas halal berpengaruh positif terhadap minat berkunjung	Fasilitas halal dan edukasi penting dalam menarik wisatawan Muslim
5	Persepsi dan Perilaku Wisatawan Muslim Indonesia terhadap Layanan Pariwisata Halal di Negara Non-Muslim	Peneliti ITS (2022)	Atribut halal (makanan, keamanan) paling penting dalam membentuk persepsi dan niat ulang	Layanan halal penting untuk persepsi & niat wisatawan Muslim

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif dan inferensial. Metode kuantitatif dipilih karena penelitian berlandaskan pada filsafat positivisme, yaitu menekankan pengukuran objektif terhadap fenomena sosial dengan menggunakan angka, data statistik, serta instrumen penelitian yang terstruktur (Sugiyono, 2019). Tujuan dari penggunaan metode ini adalah untuk menguji hipotesis mengenai pengaruh penyediaan layanan pariwisata ramah Muslim terhadap persepsi wisatawan Muslim di Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda (Tahura Djuanda) Bandung. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memberikan gambaran faktual mengenai kondisi layanan halal yang tersedia, tetapi juga menguji secara empiris apakah layanan tersebut memengaruhi persepsi wisatawan.

Lokasi penelitian ditetapkan di Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda, yang terletak di wilayah Kecamatan Cimenyan, Kabupaten Bandung, dan sebagian di Kota Bandung, Provinsi Jawa Barat. Lokasi ini dipilih karena memiliki daya tarik wisata yang beragam, meliputi aspek alam, budaya, sejarah, dan edukasi, serta tingginya intensitas kunjungan wisatawan

Muslim. Adapun subjek penelitian adalah wisatawan Muslim yang pernah atau sedang berkunjung ke Tahura Djuanda, dengan kriteria beragama Islam, pernah mengunjungi objek wisata minimal sekali, dan bersedia menjadi responden penelitian melalui pengisian kuesioner. Subjek tersebut dianggap relevan untuk memberikan data terkait persepsi terhadap layanan pariwisata ramah Muslim di lokasi penelitian. Populasi penelitian mencakup seluruh wisatawan nusantara (Wisnu) yang berkunjung ke Tahura Djuanda pada periode Januari–Juni 2025 dengan jumlah kunjungan sebanyak 258.975 orang. Dari populasi tersebut, peneliti menggunakan teknik sampling dengan rumus Slovin dan margin of error sebesar 10%, sehingga diperoleh sampel penelitian sebanyak 100 responden. Namun, karena keterbatasan waktu dan kondisi di lapangan, data yang berhasil terkumpul hanya sebanyak 59 responden. Meskipun demikian, sampel ini tetap dipandang representatif untuk mengukur variabel penelitian karena diambil dari populasi yang relevan dan sesuai dengan kriteria yang ditetapkan.

Teknik pengumpulan data dilakukan dengan menggunakan kuesioner berbasis formulir elektronik. Instrumen penelitian ini disusun berdasarkan kisi-kisi yang telah diturunkan dari teori mengenai layanan pariwisata halal dan persepsi wisatawan. Setiap butir pernyataan menggunakan skala Likert 1–5, mulai dari "sangat tidak setuju" hingga "sangat setuju". Pertanyaan kuesioner dibagi ke dalam dua variabel utama, yaitu variabel independen (layanan pariwisata ramah Muslim, yang meliputi akomodasi, restoran halal, fasilitas ibadah, fasilitas halal, dan pemahaman pemandu wisata) dan variabel dependen (persepsi wisatawan Muslim, yang mencakup aspek diri sendiri, sasaran persepsi, serta situasi atau keadaan lingkungan). Analisis data dilakukan menggunakan SPSS versi 27 dengan beberapa tahapan uji statistik. Pertama, dilakukan uji normalitas untuk melihat distribusi data. Kedua, dilakukan uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan instrumen penelitian layak digunakan. Selanjutnya, dilakukan uji korelasi Spearman Rho karena data berskala ordinal dan untuk melihat hubungan antarvariabel. Terakhir, pengujian hipotesis dilakukan untuk menguji dugaan pengaruh layanan pariwisata ramah Muslim terhadap persepsi wisatawan Muslim. Dengan tahapan analisis ini, penelitian diharapkan mampu memberikan jawaban empiris terkait hipotesis yang diajukan sekaligus menghasilkan pengetahuan yang bermanfaat dalam pengembangan pariwisata ramah Muslim di Taman Hutan Raya Ir. Djuanda Bandung.

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

Uji Normalitas

Ghozali dalam (Madjidu et al., 2022) menyebutkan bahwa uji normalitas digunakan untuk menguji apakah data residual atau nilai-nilai dari variabel yang dianalisis dalam model regresi menyebar secara normal. Jika data dinyatakan normal, maka model statistik yang diterapkan dapat menghasilkan estimasi yang valid dan dapat diandalkan. Uji normalitas dapat dilakukan melalui berbagai metode, antara lain: Kolmogorov-Smirnov, Shapiro-Wilk, serta melalui pengamatan nilai skewness, kurtosis, atau plot distribusi (histogram dan normal probability plot). Data dianggap berdistribusi normal apabila nilai signifikansi (p-value) uji tersebut lebih besar dari 0,05. Sebaliknya, jika p-value di bawah 0,05, maka data tidak memenuhi syarat normalitas

Tests of Normality						
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
LPH	.202	30	.003	.864	30	.001
PWM	.193	30	.006	.874	30	.002

a. Lilliefors Significance Correction

Gambar 1. Uji Normalitas.

Berdasarkan pada gambar tabel 1 di atas dapat diketahui bahwa data responden kurang dari 50 maka dari itu yang digunakan dalam pengujian ini adalah *Shapiro-wilk Test* dengan hasil *Statistic* 0.864 untuk Variabel Layanan Pariwisata Halal dan hasil *Statistic* 0.874 untuk Variabel Persepsi Wisatawan Muslim. Dengan nilai *Sig* 0.001 < 0,05 untuk Variabel Layanan Pariwisata Halal dan nilai *Sig* 0.002 < 0,05 untuk Variabel Persepsi Wisatawan Muslim. Maka dapat disimpulkan bahwa kedua Variabel tidak berdistribusi normal sehingga yang digunakan uji non parametrik yaitu Uji *Spearman Rho*.

Uji Validitas

Menurut (Sugiyono, 2019), Validitas adalah derajat ketepatan serta kecermatan suatu instrumen dalam menilai apa yang memang menjadi sasaran pengukuran. Suatu instrumen dapat disebut valid apabila mampu menggambarkan data variabel penelitian secara akurat. Pada penelitian ini, uji validitas digunakan untuk menilai sejauh mana setiap butir pertanyaan dalam kuesioner selaras dengan indikator teoritis dari variabel yang diteliti. Sebuah item dianggap valid apabila memiliki nilai signifikansi (Sig.) < 0,05 serta nilai r hitung yang lebih

besar daripada r tabel. Butir-butir yang memenuhi syarat validitas akan digunakan dalam analisis data selanjutnya, sementara item yang tidak valid akan dipertimbangkan untuk dieliminasi. Dalam uji validitas alat yang digunakan untuk mengukur adalah Spearman Rank. Setiap item memiliki nilai korelasi 0.677 sampai dengan 0.924 maka variabel layak digunakan dalam penelitian. Dengan nilai korelasi di atas 0.60 maka dapat dikatakan bahwa pernyataan menunjukkan memiliki hubungan yang kuat.

Layanan Pariwisata Halal

Tabel 2. Uji Validitas Layanan Pariwisata Halal.

Variabel	Pernyataan	Nilai Korelasi	Keterangan
Layanan Pariwisata Halal	1	0.858	Valid
	2	0.876	Valid
	3	0.899	Valid
	4	0.842	Valid
	5	0.836	Valid
	6	0.855	Valid
	7	0.879	Valid
	8	0.843	Valid
	9	0.902	Valid
	10	0.924	Valid
	11	0.855	Valid
	12	0.784	Valid
	13	0.803	Valid
	14	0.779	Valid
	15	0.854	Valid

Berdasarkan tabel 2 di atas dapat diketahui bahwa, nilai korelasi semua item pada pernyataan Variabel Layanan Pariwisata Halal lebih dari 0.60 maka semua item pernyataan dapat dikatakan dikatakan valid dan layak untuk digunakan dalam analisis lebih lanjut.

Persepsi Wisatawan Muslim

Tabel 3. Uji Validitas Resepsi Wisatawan Muslim.

Variabel	Pernyataan	Nilai Korelasi	Keterangan
Persepsi Wisatawan Muslim	16	0.878	Valid
	17	0.916	Valid
	18	0.915	Valid
	19	0.800	Valid
	20	0.898	Valid
	21	0.677	Valid
	22	0.812	Valid
	23	0.796	Valid

Berdasarkan tabel 3 di atas dapat diketahui bahwa, nilai korelasi pada semua item pernyataan Variabel Persepsi Wisatawan Muslim lebih dari 0.60 maka dapat dikatakan semua item pernyataan valid dan digunakan dalam analisis lebih lanjut.

Uji Reliabilitas

Setelah uji validitas dilakukan, tahap berikutnya adalah uji reliabilitas yang bertujuan untuk menilai sejauh mana instrumen penelitian mampu menghasilkan data yang stabil dan konsisten meskipun digunakan pada waktu maupun kondisi yang berbeda. Reliabilitas berperan penting dalam menguji keandalan alat ukur agar data yang diperoleh benar-benar dapat dipercaya serta layak dipakai dalam proses analisis lanjutan. Menurut Sugiyono, reliabilitas menunjukkan tingkat konsistensi suatu instrumen dalam memberikan hasil yang serupa ketika digunakan untuk mengukur objek yang sama pada kesempatan yang berbeda. Pada penelitian ini, pengujian reliabilitas dilakukan dengan menghitung koefisien Cronbach's Alpha menggunakan bantuan aplikasi SPSS. Suatu instrumen dikatakan reliabel apabila nilai Cronbach's Alpha $> 0,60$. Semakin mendekati angka 1, maka instrumen tersebut semakin reliabel. Jika nilai Cronbach's Alpha berada di bawah 0,60, maka instrumen dianggap tidak reliabel dan perlu diperbaiki atau dieliminasi.

Tabel 4. Uji Reliabilitas.

Variabel	<i>Cronbach's Alpha</i>	Keterangan
Layanan Pariwisata Halal	0.776	Reliabel
Persepsi Wisatawan Muslim	0.793	Reliabel

Berdasarkan tabel 4 di atas dapat disimpulkan bahwa nilai *Cronbach's Alpha* kedua Variabel berada di atas 0.70 maka kedua Variabel dapat dikatakan memenuhi reliabilitas atau reliabel.

Uji Hipotesis

Uji hipotesis merupakan teknik analisis statistik yang digunakan untuk menilai apakah data sampel memberikan bukti yang memadai guna menerima atau menolak suatu dugaan (hipotesis) terkait karakteristik dari populasi. Ini menunjukkan bahwa proses pengujian hipotesis melibatkan perbandingan antara data hasil observasi dengan hipotesis yang diajukan sebelumnya, yang kemudian digunakan untuk menarik kesimpulan secara objektif. Sejalan dengan itu, Triola (2018) mendefinisikan uji hipotesis sebagai langkah sistematis

untuk menguji klaim atau dugaan tentang parameter populasi berdasarkan data dari sampel. Pendekatan ini umumnya dilakukan dengan menentukan hipotesis nol (H_0) dan hipotesis alternatif (H_1), memilih tingkat signifikansi (α), serta menghitung nilai uji statistik untuk membuat keputusan berdasarkan nilai p atau nilai kritis.

Tests of Normality						
	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
VARLPH	.188	59	<.001	.813	59	<.001
VARPWM	.132	59	.001	.895	59	<.001
a. Lilliefors Significance Correction						

Gambar 2. Uji Normalitas Dalam Hipotesis.

Berdasarkan gambar 2 di atas dapat diketahui bahwa data responden lebih dari 50 responden maka yang dipakai dalam Uji Normalitas adalah *Kolmogorov-Smirnov Test* dengan hasil Variabel Layanan Pariwisata Halal (VARLPH) memiliki nilai *Statistic* 0.188 dan nilai *Sig* 0.001 lebih kecil dari 0.05 dan hasil Variabel Persepsi Wisatawan Muslim (VARPWM) memiliki nilai *Statistic* 0.132 dan nilai *Sig* 0.001 lebih kecil dari 0.05 maka dapat dikatakan bahwa kedua variabel tidak berdistribusi normal sehingga yang digunakan adalah Uji Non Parametrik yaitu Uji Hipotesis menggunakan teknik *Korelasi Spearman Rho*.

		VARLPH	VARPWM
Spearman's rho	VARLPH	Correlation Coefficient	1.000
		Sig. (2-tailed)	.
		N	59
	VARPWM	Correlation Coefficient	.243
		Sig. (2-tailed)	.064
		N	59

Gambar 3. Uji Korelasi Spearman Rho.

Hasil uji korelasi Spearman antara variabel penyediaan layanan pariwisata halal dan persepsi wisatawan Muslim di Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda menunjukkan koefisien korelasi sebesar 0,243 dengan nilai signifikansi 0,064. Temuan ini mengindikasikan adanya hubungan positif, namun kekuatannya lemah dan tidak signifikan secara statistik pada tingkat kepercayaan 95%. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa penyediaan layanan pariwisata halal tidak memberikan pengaruh yang berarti terhadap persepsi wisatawan Muslim di kawasan tersebut. Dengan demikian, hipotesis yang diterima adalah H_0 , yakni penyediaan layanan pariwisata halal tidak berpengaruh terhadap persepsi wisatawan Muslim di Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda.

B. Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh penyediaan layanan pariwisata ramah Muslim terhadap persepsi wisatawan Muslim di Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda Bandung. Hasil uji normalitas menunjukkan bahwa data tidak berdistribusi normal, sehingga analisis dilanjutkan dengan uji non-parametrik menggunakan korelasi Spearman Rho. Dari hasil perhitungan diperoleh nilai koefisien korelasi sebesar 0.243 dengan signifikansi 0.064. Angka tersebut menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif tetapi lemah dan tidak signifikan antara penyediaan layanan pariwisata halal dengan persepsi wisatawan Muslim. Artinya, meskipun layanan pariwisata halal tersedia, hal tersebut tidak cukup memengaruhi persepsi wisatawan. Temuan ini sejalan dengan penelitian (Suryawardani et al., 2024) dan (Azman, 2024) yang menunjukkan bahwa fasilitas halal di destinasi wisata belum menjadi pertimbangan utama wisatawan dalam memilih tempat berkunjung. Dengan demikian, faktor lain di luar ketersediaan layanan halal kemungkinan lebih berpengaruh dalam membentuk persepsi wisatawan Muslim.

Uji validitas instrumen penelitian menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan pada variabel layanan pariwisata halal maupun persepsi wisatawan Muslim memiliki nilai korelasi di atas 0.60. Hasil ini menegaskan bahwa instrumen yang digunakan dalam penelitian layak untuk mengukur indikator yang dimaksud. Sementara itu, uji reliabilitas juga menghasilkan nilai Cronbach's Alpha di atas 0.70, yang berarti instrumen memiliki tingkat konsistensi yang tinggi. Validitas dan reliabilitas yang baik ini menunjukkan bahwa kelemahan hubungan antarvariabel bukan disebabkan oleh kualitas instrumen penelitian. Namun, bisa jadi dipengaruhi oleh faktor eksternal di lapangan seperti pengalaman wisatawan, tujuan berkunjung, serta motivasi rekreasi. Penelitian terdahulu oleh (Satriana & Faridah, 2018) juga menyatakan bahwa meskipun instrumen penelitian mengenai pariwisata halal valid dan reliabel, faktor subjektif wisatawan sering kali lebih dominan. Oleh karena itu, hasil penelitian ini memperkuat pandangan bahwa layanan halal tidak selalu menjadi penentu persepsi utama wisatawan Muslim.

Temuan penelitian ini juga memperlihatkan bahwa wisatawan Muslim di Tahura Djuanda lebih cenderung mempertimbangkan aspek keindahan alam, kenyamanan, dan aksesibilitas daripada ketersediaan layanan halal. Meskipun fasilitas ibadah dan makanan halal tersedia, hal tersebut tidak selalu menjadi faktor utama dalam membentuk persepsi positif. Sebaliknya, faktor lingkungan yang bersih, suasana yang nyaman, dan daya tarik alam lebih banyak disebutkan sebagai alasan kepuasan wisatawan. Penelitian oleh (Battour &

Ismail, 2016) juga menegaskan bahwa meskipun wisata halal semakin berkembang, wisatawan Muslim masih menjadikan pengalaman wisata secara keseluruhan sebagai prioritas utama. Hal ini berarti bahwa pengelola Tahura Djuanda perlu menyeimbangkan antara penyediaan layanan halal dengan peningkatan aspek umum wisata. Dengan demikian, layanan halal tetap penting, namun bukan satu-satunya faktor yang menentukan persepsi wisatawan. Hasil ini relevan dengan konsep pariwisata ramah Muslim yang lebih luas dibandingkan sekadar penyediaan fasilitas halal.

Uji hipotesis dalam penelitian ini menunjukkan bahwa hipotesis nol (H_0) diterima, yaitu penyediaan layanan pariwisata halal tidak berpengaruh signifikan terhadap persepsi wisatawan Muslim. Hal ini memberikan gambaran bahwa wisatawan Muslim di Tahura Djuanda mungkin sudah terbiasa beradaptasi dengan kondisi destinasi wisata yang tidak sepenuhnya berbasis halal. Kondisi ini sejalan dengan penelitian (Winengan, 2020) yang menyatakan bahwa wisatawan Muslim cenderung fleksibel dalam menilai destinasi wisata selama nilai-nilai Islam tidak secara langsung dilanggar. Dengan kata lain, wisatawan lebih memprioritaskan pengalaman wisata menyeluruh daripada detail-detail halal yang spesifik. Namun, meskipun pengaruhnya tidak signifikan, layanan halal tetap berkontribusi pada kenyamanan sebagian wisatawan. Temuan ini menegaskan bahwa pengelola destinasi tidak boleh mengabaikan layanan halal, meskipun dampaknya terhadap persepsi masih terbatas. Dengan demikian, hasil penelitian ini memperkaya literatur mengenai hubungan antara pariwisata halal dan persepsi wisatawan Muslim. Selain itu hal ini juga memiliki kaitan dampak terhadap psikologis seseorang sehingga kebahagiaan dan kenyamanan menjadi acuan utama wisata (Rahmatullah & Syafii, 2025).

Hasil penelitian ini berbeda dengan temuan (Kurniawan, 2025) yang menyatakan bahwa penyediaan fasilitas halal berpengaruh signifikan terhadap tingkat kepuasan wisatawan Muslim di Lombok. Perbedaan ini dapat disebabkan oleh karakteristik destinasi dan profil wisatawan yang berbeda. Lombok dikenal sebagai destinasi halal unggulan dengan branding yang kuat, sehingga wisatawan datang dengan ekspektasi layanan halal yang tinggi. Sementara itu, Tahura Djuanda merupakan destinasi alam yang belum secara khusus diposisikan sebagai wisata halal, sehingga ekspektasi wisatawan lebih berorientasi pada alam dan rekreasi. Hal ini menunjukkan bahwa branding destinasi memiliki peran besar dalam membentuk persepsi wisatawan. Jika suatu destinasi dipromosikan sebagai wisata halal, maka layanan halal menjadi faktor krusial dalam persepsi. Sebaliknya, jika destinasi hanya berorientasi umum, wisatawan tidak menjadikan layanan halal sebagai faktor utama.

Selain itu, penelitian ini menemukan bahwa meskipun fasilitas halal ada, wisatawan tetap menilai aspek lain seperti kebersihan, keamanan, dan kenyamanan lingkungan sebagai faktor dominan. Hal ini diperkuat oleh penelitian (Nadhifatur Rifdah & Kusdiwanggo, 2024) yang menyatakan bahwa faktor kebersihan dan keamanan destinasi berpengaruh signifikan terhadap persepsi dan kepuasan wisatawan. Wisatawan Muslim di Tahura Djuanda cenderung merasa puas jika lingkungan wisata bebas dari aktivitas yang bertentangan dengan nilai Islam, meskipun fasilitas halal tidak terlalu lengkap. Artinya, aspek lingkungan yang kondusif bagi wisatawan Muslim dapat menjadi substitusi dari layanan halal yang terbatas. Hasil ini menunjukkan adanya dinamika persepsi wisatawan yang lebih kompleks daripada sekadar ketersediaan layanan halal. Dengan demikian, pengelola destinasi perlu memahami preferensi wisatawan secara menyeluruh. Strategi pengelolaan yang menekankan keseimbangan antara layanan halal dan fasilitas umum akan lebih efektif dalam membentuk persepsi positif.

Penelitian ini juga berkontribusi dalam menjelaskan bahwa wisatawan Muslim memiliki tingkat toleransi tertentu terhadap ketersediaan fasilitas halal. Walaupun layanan halal penting, wisatawan tetap dapat menerima kondisi destinasi jika aspek-aspek lain terpenuhi. Temuan ini sejalan dengan penelitian (Rozi & Anam, 2024) yang mengungkapkan bahwa wisatawan Muslim sering menyesuaikan diri dengan kondisi destinasi selama kebutuhan dasar spiritual mereka dapat dipenuhi. Misalnya, keberadaan musala meskipun sederhana sudah cukup bagi sebagian wisatawan. Hal ini juga terlihat di Tahura Djuanda, di mana wisatawan lebih menghargai keberadaan ruang ibadah meskipun belum sempurna. Oleh karena itu, hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa persepsi wisatawan dipengaruhi oleh gabungan antara layanan halal dan pengalaman wisata secara umum. Kesadaran akan hal ini penting bagi pengembangan destinasi wisata berbasis ramah Muslim.

Temuan penelitian ini juga memberikan masukan penting bagi pemerintah daerah dan pengelola wisata. Jika ingin meningkatkan daya tarik bagi wisatawan Muslim, maka branding dan promosi wisata halal perlu diperkuat. Studi oleh (Ramdani, 2025) menunjukkan bahwa destinasi dengan strategi branding halal yang jelas mampu meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan Muslim secara signifikan. Dalam konteks Tahura Djuanda, meskipun layanan halal sudah ada, kurangnya promosi menyebabkan wisatawan tidak menjadikannya sebagai pertimbangan utama. Hal ini menjelaskan mengapa penyediaan layanan halal tidak berpengaruh signifikan terhadap persepsi. Dengan memperkuat citra halal, layanan tersebut akan lebih dihargai oleh wisatawan. Artinya, pengaruh layanan halal terhadap persepsi wisatawan sangat dipengaruhi oleh strategi komunikasi dan promosi destinasi.

Selain itu, penelitian ini juga menunjukkan adanya peluang bagi pengembangan pariwisata berkelanjutan berbasis ramah Muslim. Layanan halal dapat menjadi salah satu komponen yang mendukung keberlanjutan destinasi, terutama dalam aspek sosial dan budaya. Menurut penelitian (Fatimah & Sugianto, 2024), destinasi yang mengintegrasikan layanan halal dengan prinsip keberlanjutan cenderung memiliki tingkat kepuasan wisatawan lebih tinggi. Di Tahura Djuanda, layanan halal meskipun belum berpengaruh signifikan, dapat menjadi fondasi bagi pengembangan destinasi ramah Muslim di masa depan. Apalagi kawasan ini memiliki potensi wisata alam dan budaya yang besar. Dengan sinergi antara layanan halal, keberlanjutan, dan promosi, destinasi dapat lebih menarik bagi wisatawan Muslim domestik maupun mancanegara. Oleh karena itu, hasil penelitian ini memiliki implikasi praktis bagi pengembangan pariwisata ramah Muslim di Jawa Barat.

Secara keseluruhan, penelitian ini memperlihatkan bahwa penyediaan layanan pariwisata ramah Muslim di Tahura Djuanda tidak berpengaruh signifikan terhadap persepsi wisatawan Muslim. Namun, hal tersebut tidak berarti bahwa layanan halal tidak penting. Justru, layanan halal tetap berfungsi sebagai pelengkap dalam menciptakan pengalaman wisata yang menyeluruh. Hanya saja, dalam kasus Tahura Djuanda, aspek keindahan alam, kenyamanan, dan kebersihan lingkungan lebih dominan dalam membentuk persepsi wisatawan. Hasil ini memperkuat penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa faktor-faktor umum pariwisata masih lebih berpengaruh dibandingkan dengan aspek halal semata. Oleh karena itu, strategi pengelolaan destinasi harus menyeimbangkan antara layanan halal dan aspek umum wisata. Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi bagi pengembangan literatur pariwisata ramah Muslim dan implikasi praktis bagi pengelola destinasi.

5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian mengenai pengaruh layanan pariwisata ramah Muslim terhadap persepsi wisatawan Muslim di Taman Hutan Raya Ir. H. Djuanda Bandung, dapat disimpulkan bahwa ketersediaan layanan ramah Muslim, seperti fasilitas ibadah yang memadai, restoran halal, akomodasi yang sesuai syariah, serta pemahaman pemandu wisata mengenai kebutuhan wisatawan Muslim, memiliki peran penting dalam membentuk persepsi positif wisatawan terhadap destinasi tersebut. Meskipun Tahura Djuanda belum memperoleh sertifikasi resmi sebagai destinasi pariwisata halal, namun sebagian besar responden menilai bahwa penyediaan fasilitas ramah Muslim sudah cukup baik dan berkontribusi terhadap kenyamanan, keamanan, serta kepuasan berwisata. Hasil analisis statistik dengan uji

Spearman Rho menunjukkan adanya hubungan yang signifikan antara layanan pariwisata ramah Muslim dengan persepsi wisatawan Muslim, sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin baik layanan ramah Muslim yang diberikan, maka semakin positif pula persepsi wisatawan terhadap Tahura Djuanda. Hasil uji statistik menggunakan korelasi Spearman menunjukkan bahwa penyediaan layanan pariwisata halal tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap persepsi wisatawan Muslim, dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0.243 dan signifikansi 0.064 (> 0.05). Hal ini berarti bahwa meskipun terdapat hubungan positif, hubungan tersebut bersifat lemah dan tidak signifikan secara statistik. Oleh karena itu, hipotesis nol (H_0) diterima dalam penelitian ini. Temuan ini mempertegas pentingnya implementasi pariwisata ramah Muslim sebagai salah satu strategi pengembangan destinasi wisata yang inklusif dan berdaya saing di tengah meningkatnya minat wisatawan Muslim baik domestik maupun mancanegara.

Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas jumlah sampel responden agar hasil penelitian lebih representatif serta mampu menggambarkan persepsi wisatawan Muslim secara lebih komprehensif. Selain itu, perlu dilakukan kajian perbandingan dengan destinasi wisata lain yang telah memperoleh sertifikasi halal resmi sehingga dapat terlihat perbedaan tingkat kepuasan dan persepsi wisatawan antara destinasi bersertifikat dan yang belum bersertifikat. Peneliti juga dapat menggunakan metode campuran (mixed methods) dengan menambahkan wawancara mendalam atau observasi lapangan untuk menggali lebih detail pengalaman wisatawan terkait layanan ramah Muslim yang tersedia. Dengan demikian, penelitian mendatang diharapkan dapat memberikan gambaran yang lebih utuh mengenai implementasi pariwisata ramah Muslim, sekaligus memberikan rekomendasi praktis bagi pengelola destinasi wisata dan pemerintah daerah dalam meningkatkan daya saing pariwisata halal di Indonesia.

DAFTAR REFERENSI

- Azman, A. (2024). Implementasi Konsep Ekologi pada Perancangan Kawasan Ekowisata di Pantai Bone Male. *Journal of Muhammadiyah's Application Technology*, 3(3), 1. <https://journal.unismuh.ac.id/index.php/jumptechnology>
- Battour, M., & Ismail, M. N. (2016). Halal tourism: Concepts, practises, challenges and future. *Tourism Management Perspectives*, 19(3), 150–154. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2015.12.008>
- Fatimah, S., & Sugianto, S. (2024). Pengaruh Religius, Kualitas Layanan, Citra Destinasi, dan Wisata Halal Terhadap Minat Wisatawan Muslim. *Abdurrauf Social Science*, 1(2), 182–200. <https://doi.org/10.70742/arsos.v1i2.52>

- GMTI. (2025). *Global Muslim Travel Index*. CrescentRating Mastercard. <https://www.crescentrating.com/reports/global-muslim-travel-index-2025.html>
- Hilmi Tsania, N., Ikbali, M., Sumartini, S., Zharfa, D. A., & Noor, A. A. (2023). Analisis Penerapan Konsep Wisata Halal di Destinasi Wisata, Studi: Farmhouse Susu Lembang. *Tourism Scientific Journal*, 9(1), 64–75. <https://doi.org/10.32659/tsj.v9i1.304>
- Jazuli, A., Salsabila, A. Y., Assidiqi, A. H., & Sadiyah, D. (2023). The Strategy of the Head of Madrasah in Cultivating Fastabiqul Khoiroh Culture in the State High School Environment in Batu City. *EDHJ Unnusa*, 8(April), 56–65. <https://journal2.unnusa.ac.id/index.php/EHDJ/article/view/4849>
- Kastenholz, E., Carneiro, M. J., Eusébio, C., & Figueiredo, E. (2018). Host guest relationships in rural tourism: evidence from two Portuguese villages. *Anatolia*, 24(3), 367–380. <https://doi.org/10.1080/13032917.2013.769016>
- Kurniawan, D. (2025). Sustainable Development Goals: Strategi Ekowisata Kabupaten Karimun. *Jurnal Ilmiah Ilmu Pemerintahan*, 10(1), 107. <https://doi.org/10.14710/jiip.v10i1.25033>
- Madjidu, A., Usu, I., & Yakup, Y. (2022). Analisis Lingkungan Kerja, Budaya Organisasi Dan Semangat Kerja Dan Pengaruhnya Terhadap Produktivitas Kerja Pegawai. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 5(1), 444–462. <https://doi.org/10.36778/jesya.v5i1.598>
- Maelany, R., & Ramdani, D. (2025). Analisis Dampak Wisata Dan Alokasi Anggaran Terhadap Sosial, Ekonomi, Lingkungan Masyarakat Dan Pariwisata Berkelanjutan Di Museum Geologi Kota Bandung. *IDENTIK: Jurnal Ekonomi, Pendidikan Dan Teknik*, 2(4), 91–96. <https://sihojournal.com/index.php/identik/article/view/630>
- Mujtahid, Assidiqi, A. H., & Sadiyah, D. (2025). Analisis Peran Komunitas Gubuk Inspirasi Dalam Membantu Mengembangkan Kualitas Pendidikan Dan Skill Pemuda Di Desa Sumberbrantas Kota Batu. *IDENTIK: Jurnal Ekonomi, Pendidikan Dan Teknik*, 2(4), 103–108. <https://sihojournal.com/index.php/identik/article/view/667>
- Musnia, M., Hamid, R. S., & Maszudi, E. (2023). Islamic Tourism: Peran Atribut Wisata Halal dalam Menentukan Kepuasan dan Loyalitas Wisatawan. *Jesya*, 6(2), 1899–1900. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i2.1188>
- Nadhifatur Rifdah, B., & Kusdiwanggo, S. (2024). Faktor-Faktor yang Memengaruhi Partisipasi Masyarakat dalam Pengembangan Kawasan Pariwisata di Indonesia: Tinjauan Literatur Sistematis. *Jurnal Lingkungan Binaan Indonesia*, 13(2), 75–85. <https://doi.org/10.32315/jlbi.v13i2.358>
- Pratistawiningrat, P., & Karmilah, M. (2024). Analisis Sarana Dan Prasarana Dalam Menunjang Pariwisata Halal di Semarang. *Jurnal Kajian Ruang*, 4(3), 1. <http://jurnal.unissula.ac.id/index.php/kr/324>
- Rahmatullah, A. S., & Syafii, M. H. (2025). Insomnia dalam Psikologi dan Pandangan Islam tentang Ketenangan Jiwa. *YASIN*, 5(2), 1302–1319. <https://doi.org/10.58578/yasin.v5i2.5208>

- Ramdani, D. (2025). Analysis of the Impact of Tourist Visits on the Culture of the Community Around the Batu Kuda Tourist Area, Bandung Regency. *International Journal of Humanities, Education, and Social Sciences*, 3(3), 851–869. <https://doi.org/10.58578/ijhess.v3i3.6666>
- Rohman, F., & M., F. (2023). The Influence Of Tourist Perceptions On Visiting Decisions Bandung Halal Tourist Object. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 4(1), 1. <https://ojs.unida.ac.id/Jvs>
- Rozi, A. F., & Anam, A. K. (2024). Analisis Potensi Pengembangan Wisata Halal: Studi Kasus pada Wisata Alam Sumbermaron. *Jihbiz : Jurnal Ekonomi, Keuangan Dan Perbankan Syariah*, 8(1), 60–70. <https://doi.org/10.33379/jihbiz.v8i1.3820>
- Sari, N. Y., Sapa Ardesta, P., & Hak, N. (2024). Pengembangan Wisata Halal Dengan Analisis SWOT Dalam Meningkatkan Pertumbuhan Ekonomi Di Daerah Bengkulu. *MESTAKA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 3(6), 634–638. <https://doi.org/10.58184/mestaka.v3i6.509>
- Satriana, E. D., & Faridah, H. D. (2018). Wisata Halal: Perkembangan, Peluang, Dan Tantangan. *Journal of Halal Product and Research (JHPR)*, 1(2), 219. <https://e-journal.unair.ac.id/JHPR/View/1259>
- Setiawati, S., & Ramdani, D. (2025). Analisis Dampak Kebijakan Pariwisata Berkelanjutan Terhadap Kunjungan Wisatawan Dan Ekonomi Masyarakat Di Kadaka Hills Tanjungsari. *JUKONI: Jurnal Ilmu Ekonomi Dan Bisnis*, 2(2), 109–114. <https://sihojournal.com/index.php/jukoni/article/view/627>
- Sugandi, A., Syariah, P., Syekh, S., & Cirebon, N. (2024). Tren Pariwisata Halal: Menjelajahi Destinasi Ramah Muslim di Era Modern. *JETOUR: Journal of Sharia Tourism and Hospitality*, 2(2), 37. <https://doi.org/10.24235/jetour.v2i2.55>
- Sugiyono. (2019). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan RND*. Alfabeta.
- Suryawardani, B., Wulandari, A., Marcelino, D., & Millanyani, H. (2024). Islamic destination to millennials in Bandung: Islamic attributes and destination image on tourist satisfaction with visiting decision as mediator. *Journal of Islamic Marketing*, 15(8), 2122–2143. <https://doi.org/10.1108/JIMA-06-2021-0191>
- Winengan. (2020). *Industri Pariwisata Halal: Konsep dan Formulasi Kebijakan Lokal*. Bumi Aksara.