
Pengaruh Pariwisata Halal terhadap Pendapatan Daerah pada 10 Provinsi Destinasi Wisata Halal Indonesia

Nur Rahmi Irfaniah^{1*}, Fery Maulana Malik²

^{1,2} Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga, Indonesia

Email: nurrahmiirfaniah197@gmail.com^{1*}, ferymaulanamalik090701@gmail.com²

Alamat: Jl. Laksda Adisucipto, Papingan, Caturtunggal, Kec. Depok, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta 55281

Korespondensi penulis : nurrahmiirfaniah197@gmail.com

Abstract. *Halal tourism is a specialized segment of the travel business that offers services that are in line with sharia or Islamic principles to meet the demand of Muslim tourists. With a large Muslim population and increasing demand for halal tourist locations around the world, halal tourism in Indonesia has great potential for economic growth. However, despite this potential, Indonesia still faces challenges in fully realizing its capacity in the halal tourism sector. Therefore, Indonesia is currently advancing the idea of halal tourism in ten provinces through the Ministry of Tourism and Creative Economy. The purpose of this study is to present data on how halal tourism affects regional income in 10 provinces of halal tourism locations in Indonesia. This study uses a quantitative methodology. With secondary data and panel data regression analysis, which combines data from 2017 to 2023 with provincial data covering 10 provinces in Indonesia that are developing halal tourism sourced from BPS, KEMENPAREKRAF, MINISTRY OF FINANCE, SIMREG, BAPPENAS, as well as the tourism office website in each region that is a Halal tourist destination. The findings of the study show that the Number of Muslim Tourism, the Number of Services and Facilities, and the Number of Tourist Destinations both partially and simultaneously, do not show a significant influence on regional income.*

Keywords: *Halal Tourism, Regional Revenue, Number of Tourist Destinations*

Abstrak. Pariwisata halal adalah segmen khusus dari bisnis perjalanan yang menawarkan layanan yang sejalan dengan syariah atau prinsip-prinsip Islam untuk memenuhi permintaan wisatawan Muslim. Dengan jumlah penduduk Muslim yang besar dan meningkatnya permintaan akan lokasi wisata halal di seluruh dunia, pariwisata halal di Indonesia memiliki potensi yang besar untuk pertumbuhan ekonomi. Namun, meskipun memiliki potensi tersebut, Indonesia masih menghadapi tantangan dalam mewujudkan sepenuhnya kapasitasnya di sektor pariwisata halal. Oleh karena itu saat ini Indonesia memajukan gagasan pariwisata halal di sepuluh provinsi melalui Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menyajikan data tentang bagaimana pariwisata halal mempengaruhi pendapatan daerah di 10 provinsi lokasi wisata halal di Indonesia. Penelitian ini menggunakan metodologi kuantitatif. Dengan data sekunder dan analisis regresi data panel, yang menggabungkan data dari tahun 2017 hingga 2023 dengan data provinsi yang mencakup 10 provinsi di Indonesia yang sedang mengembangkan pariwisata halal yang bersumber dari BPS, KEMENPAREKRAF, KEMENKEU, SIMREG, BAPPENAS, serta situs web dinas pariwisata di masing-masing daerah yang menjadi destinasi wisata Halal. Temuan penelitian menunjukkan bahwa Jumlah Wisata Muslim, Jumlah Layanan dan Fasilitas, dan Jumlah Destinasi Wisata baik secara parsial maupun simultan, Tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan daerah.

Kata kunci: Pariwisata halal, Pendapatan Daerah, Jumlah Destinasi Wisata

1. LATAR BELAKANG

Indonesia adalah negara kepulauan yang dikenal dengan pemandangan alam yang indah. Keindahan tersebut berfungsi sebagai daya tarik wisatawan (Iswanaji et al., 2024). Istilah wisata adalah wahana kebutuhan bagi setiap insan dalam perjalanan hidupnya. Kehadiran pariwisata menjadi arah baru sektor perekonomian dalam mewujudkan berbagai tawaran dalam meraup keuntungan melalui branding destinasi yang baik (Hakim & Sugianto,

2024). Pariwisata halal adalah segmen khusus dalam industri pariwisata yang dikembangkan untuk memenuhi kebutuhan wisatawan Muslim, dengan menyediakan layanan dan fasilitas yang selaras dengan prinsip-prinsip syariah (Sugianto et al., 2024). Konsep ini meliputi berbagai hal seperti penyediaan makanan halal, fasilitas ibadah, serta akomodasi yang menjaga pemisahan antara pria dan Wanita (Slamet et al., 2022).

Pariwisata halal semakin mendapatkan perhatian di berbagai negara, baik Muslim maupun non-Muslim, karena potensi ekonomi yang besar dan kontribusinya dalam mendukung pembangunan berkelanjutan (Azam et al., 2019). Hal ini melibatkan penerapan nilai-nilai Islam dalam proses pengembangan dan promosi destinasi wisata. Selain dari itu, Pariwisata halal dikenal juga sebagai pariwisata Islami atau wisata ramah Muslim. Konsep ini tidak hanya menarik perhatian wisatawan Muslim, tetapi juga wisatawan non-Muslim yang menghargai nilai-nilai moral dan etika yang ditawarkannya (Azam et al., 2019).

Sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, Indonesia memiliki posisi yang sangat strategis dalam pengembangan pariwisata halal dalam komunitas Islam global. Dengan lebih dari 87% penduduknya menganut agama Islam, Indonesia merupakan rumah bagi sekitar 12,7% umat Muslim dunia, menjadikannya pemain penting di dunia Islam. Keunggulan demografis ini membuka peluang besar untuk pengembangan industri halal, khususnya di sektor pariwisata (Yazid et al., 2020).

Sektor pariwisata halal di Indonesia memiliki potensi untuk mencatatkan pertumbuhan ekonomi yang signifikan, mengingat besarnya populasi Muslim di negara ini serta meningkatnya permintaan global terhadap destinasi wisata halal (Sholehuddin et al., 2021). Namun, meskipun memiliki potensi tersebut, Indonesia masih menghadapi tantangan dalam mewujudkan sepenuhnya kapasitasnya di sektor pariwisata halal. Negara ini perlu meningkatkan infrastruktur dan fasilitas untuk memenuhi standar pariwisata halal global serta mengatasi masalah keragaman sosial, budaya, dan lingkungan (Rahmawati et al., 2023).

Pemerintah Indonesia telah mengakui pentingnya industri halal dalam mendukung pertumbuhan ekonomi dan telah mengambil langkah-langkah untuk mempercepat pengembangannya. Langkah-langkah ini meliputi pembentukan komisi nasional yang berfokus pada peningkatan industri halal yaitu badan penyelenggara jaminan produk halal (BPJPH), Indonesia Muslim Travel Index (IMTI) serta memasukkan nilai-nilai halal yang berkelanjutan dalam rencana induk ekonomi nasional (Yazid et al., 2020).

Tabel 1. Peringkat GMTI 2024 10 Destinasi Wisata Terbaik

No	Peringkat	Negara	Skor 2024
1	1	Indonesia	76
2	1	Malaysia	76
3	3	Saudi Arabia	74
4	4	Türkiye	73
5	5	United Arab Emirates	72
6	6	Qatar	71
7	7	Iran	67
8	7	Jordan	67
9	9	Brunei	66
10	9	Oman	66

Sumber : *Global Muslim Travel Index (GMTI) 2024*.

Indonesia memiliki potensi pariwisata halal yang besar, Hal ini ditunjukkan oleh pencapaian pada tahun 2023. Asosiasi Pariwisata Halal Indonesia (PPHI) dan Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah menganugerahi Indonesia penghargaan *Stakeholder Awareness Campaign of the Year*, dan pada tahun 2023 dan 2024, Indonesia dinobatkan sebagai destinasi wisata halal terbaik di dunia. Selain itu, Indonesia juga memajukan gagasan pariwisata halal di sepuluh provinsi melalui Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. Aceh, Riau, Jakarta, Sumatera Barat, Yogyakarta, Jawa Barat, Lombok di Nusa Tenggara Barat, Malang Raya di Jawa Timur, Jawa Tengah, dan Sulawesi Selatan termasuk di antara 10 wilayah tersebut (Zuhriyah, n.d.).

Pada Juli 2024, Indonesia menerima kunjungan 1,31 juta wisatawan mancanegara (wisman). Angka ini menunjukkan peningkatan sebesar 9,42 persen dibandingkan dengan Juni 2024 secara bulanan (month-to-month) dan kenaikan 16,91 persen dibandingkan dengan Juli 2023 secara tahunan (year-on-year). Sebagian besar wisatawan berasal dari Malaysia (13,56 persen), Australia (12,73 persen), dan Tiongkok (9,62 persen). (BPS, 2024).

Pariwisata halal memiliki potensi yang signifikan dalam mendorong pertumbuhan ekonomi dan mendukung pembangunan yang berkelanjutan. Dengan terus bertambahnya jumlah wisatawan Muslim, pariwisata halal telah menjadi tren global yang penting, berperan dalam meningkatkan devisa negara, menciptakan peluang kerja, dan mempercepat pengembangan infrastruktur (Azam & Abdullah, 2020). Selain itu, Pariwisata halal juga turut mendukung pemahaman lintas budaya dan harmoni dengan menyebarkan nilai-nilai Islam yang bersifat inklusif dan penuh keramahan (Azam et al., 2019).

Industri pariwisata menawarkan peluang besar untuk meningkatkan ekonomi baik di tingkat regional maupun global. Seperti yang dijelaskan sebelumnya. Lonjakan jumlah wisatawan membawa tantangan sekaligus peluang untuk mengembangkan industri pariwisata.

Penelitian ini berfokus pada pengaruh jumlah wisatawan muslim, jumlah layanan dan fasilitas dan jumlah destinasi wisata ramah muslim dalam meningkatkan pendapatan daerah pada 10 provinsi destinasi wisata ramah muslim. Penelitian ini berkontribusi memberikan informasi tentang pengaruh pariwisata halal terhadap pendapatan daerah pada 10 destinasi wisata halal di Indonesia.

2. KAJIAN PUSTAKA

Konsep Pariwisata Halal

Global Muslim Travel Index (GMTI), mendefinisikan pariwisata halal sebagai kegiatan perjalanan yang dilakukan sesuai dengan ajaran Islam dan menyediakan fasilitas serta layanan yang ramah bagi wisatawan Muslim. Fasilitas ini mencakup mushalla dan toilet yang bersih, nyaman, serta terpisah berdasarkan jenis kelamin, penyediaan makanan dan minuman halal yang terjamin kehalalannya, ketersediaan air bersih dan toilet umum yang memadai, layanan khusus selama bulan Ramadan, serta larangan terhadap perjudian dan aktivitas yang melibatkan alkohol (Bahardeen, 2024). Selain itu, *Global Muslim Travel Index* menggunakan empat indikator utama dalam menilai Pariwisata yang ramah Muslim mencakup empat aspek utama, yaitu aksesibilitas, komunikasi, lingkungan, dan layanan. Keempat elemen ini merupakan faktor penting yang harus diperhatikan dalam pengembangan pariwisata yang ramah Muslim. (Haris & Nashirudin, 2019).

Landasan Hukum Pariwisata Halal

Dalam Implementasi pariwisata halal di Indonesia, regulasi yang berlaku mencakup beberapa peraturan, di antaranya adalah Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan serta Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal yang mengatur proses sertifikasi halal oleh Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH). Selain mengacu pada peraturan perundang-undangan tersebut, terdapat pula Fatwa DSN-MUI Nomor 108/DSN-MUI/X/2016 yang menjadi pedoman komprehensif mengenai Pelaksanaan pariwisata sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Fatwa ini mencakup sejumlah ketentuan terkait pariwisata halal, seperti aturan bagi pihak-pihak yang terlibat, akad yang digunakan, ketentuan hotel syariah, wisatawan, serta layanan seperti Layanan spa, sauna, pijat, dan agen perjalanan wisata. (Nasution et al., 2022).

Dampak Pariwisata Terhadap Perekonomian

Salah satu alasan utama pemerintah mendukung dan mempromosikan pariwisata adalah karena pariwisata memiliki dampak positif terhadap pertumbuhan dan pembangunan ekonomi. Pariwisata diharapkan dapat menciptakan lapangan pekerjaan dan pendapatan,

menghasilkan neraca pariwisata yang positif, mendorong sektor-sektor pendukung pariwisata, serta meningkatkan tingkat aktivitas ekonomi secara umum di suatu negara (Webster, 2007).

Menurut Pitana (2009) Pariwisata memberikan kontribusi positif terhadap perekonomian, di antaranya: 1) Pemasukan dari pertukaran mata uang asing, 2) Perbaikan neraca perdagangan internasional, 3) Pendapatan dari sektor usaha pariwisata, 4) Penerimaan bagi pemerintah, 5) Penyediaan lapangan pekerjaan, 6) Efek berganda (multiplier effect), dan 7) Pemanfaatan fasilitas pariwisata oleh komunitas lokal. Namun, di samping manfaat positif, pariwisata juga menimbulkan dampak negatif, seperti: 1) Ketergantungan ekonomi yang berlebihan pada sektor pariwisata, 2) Peningkatan inflasi dan lonjakan harga tanah, 3) Meningkatnya impor bahan-bahan untuk industri pariwisata, 4) Sifat musiman pariwisata yang sulit diprediksi, yang mengakibatkan ketidakpastian dalam pengembalian investasi, dan 5) Munculnya biaya tambahan yang harus ditanggung oleh ekonomi lokal (Pitana, 2009).

Penelitian yang dilakukan oleh Wati (2019) menunjukkan bahwa jumlah objek wisata dan jumlah wisatawan tidak memberikan pengaruh positif maupun signifikan terhadap pendapatan. (Wati, 2019). Namun hasil penelitian yang dilakukan oleh Tobing, (2021) Hasilnya mengindikasikan bahwa jumlah wisatawan memiliki pengaruh terhadap pendapatan, demikian pula jumlah objek wisata yang turut memengaruhi pendapatan. Hal ini diperkuat oleh penelitian yang telah dilakukan. Kawuwung et al., (2023) yang menunjukkan Jumlah wisatawan dan jumlah objek wisata berpengaruh positif dan signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi, sedangkan jumlah hotel menunjukkan pengaruh positif namun tidak signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi.

Penelitian Nurainina & Asmara (2022) menunjukkan hasil yang berbeda mereka menyatakan bahwa jumlah wisatawan tidak terdapat pengaruh terhadap pendapatan daerah. Dan penelitian yang dilakukan oleh (Alyani & Siwi, 2020; Hanafi Ahmad, 2022) hasilnya Jumlah objek wisata dinyatakan Tidak memberikan pengaruh terhadap pendapatan daerah.

Berdasarkan uraian di atas, maka hipotesis dalam penelitian ini sebagai berikut :

H1: Jumlah wisata muslim memiliki pengaruh terhadap pendapatan daerah 10 provinsi destinasi wisata Halal.

H2 : Jumlah layanan dan fasilitas memiliki pengaruh terhadap pendapatan daerah 10 provinsi destinasi wisata Halal.

H3 : Jumlah destinasi memiliki pengaruh terhadap pendapatan daerah 10 provinsi destinasi wisata Halal.

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menerapkan pendekatan kuantitatif (*quantitative method*) menggunakan analisis data sekunder sebagai jenis data yang dianalisis. Dengan jenis analisis regresi data panel, yang mengombinasikan data yang mencakup periode waktu dari 2017 hingga 2023 serta data provinsi yang melibatkan 10 provinsi di Indonesia. yang tengah mengembangkan pariwisata halal.

Data yang digunakan merupakan data sekunder yang dikumpulkan dari berbagai sumber, seperti Badan Pusat Statistik (BPS), Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Kementerian Keuangan Republik Indonesia, Sistem Informasi dan Manajemen Data Dasar Regional (SIMREG), BAPPENAS, serta situs web dinas pariwisata di setiap daerah yang merupakan destinasi wisata halal.

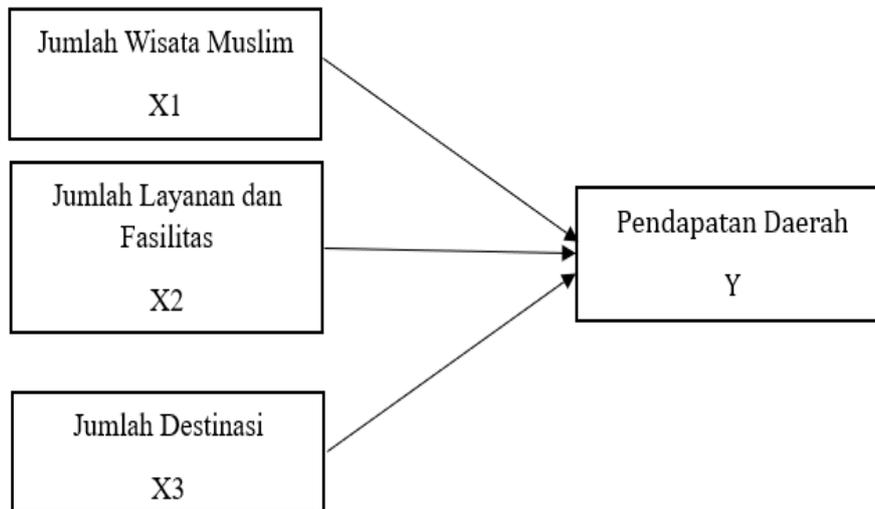
Penelitian ini menerapkan model Analisis Regresi Linier Berganda dengan data panel, yang dianalisis dengan perangkat lunak EViews 12. Persamaan regresi pada penelitian ini adalah sebagai berikut::

$$Y = a + \beta_1X_1 + \beta_2X_2 + \beta_3X_3$$

keterangan:

- Y = Pendapatan daerah (PDRB)
- a = konstanta
- $\beta_1, \beta_2, \beta_3$ = koefisien regresi setiap variabel independen
- X1 = Jumlah Wisatawan Muslim (JWM)
- X2 = Jumlah Layanan dan Fasilitas (JLF)
- X3 = Jumlah Destinasi Wisata (JDW)

Untuk memastikan hasil yang optimal, penelitian ini juga melibatkan uji asumsi klasik pada data, yang meliputi uji normalitas, uji multikolinearitas, uji heteroskedastisitas, dan uji autokorelasi. Untuk pengujian hipotesis, dilakukan melalui model uji koefisien determinasi (R-Square), uji t (pengujian parsial), serta uji F (pengujian simultan).



Sumber : Diolah oleh peneliti

Gambar 1. Kerangka Penelitian

4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Temuan dari uji pemilihan model terbaik untuk analisis akan dipaparkan terlebih dahulu dalam pembahasan ini. *Common Effect Model*, *Fixed Effect Model*, dan *Random Effect Model* adalah tiga model yang akan diuji dalam penelitian ini.

Uji Chow

Uji Chow merupakan pengujian yang membandingkan antara *Common Effect Model* dengan *Fixed Effect Model*, adalah uji pertama yang digunakan untuk menentukan model mana yang paling tepat. Pengujian ini didasarkan pada :

H_0 : *Common Effect Model* merupakan model yang tepat

H_1 : *Fixed Effect Model* merupakan model yang tepat.

Nilai probabilitas cross-section dari uji chi-square menjadi dasar pengambilan keputusan. *Fixed Effect Model* lebih tepat digunakan jika hasilnya kurang dari $< 0,05$ karena H_0 ditolak. Di sisi lain, H_0 diterima dan *Common Effect Model* dianggap lebih sesuai jika nilainya lebih tinggi dari $> 0,05$.

Table. 2 Hasil Uji Chow

<i>Effects Test</i>	<i>Statistic</i>	<i>d.f</i>	<i>Prob</i>
<i>Cross-section F</i>	0.378493	(9,57)	0.9407
<i>Cross-section Chi-square</i>	4.063113	4	0.9072

Sumber : Diolah oleh peneliti

Nilai probabilitas Cross-section F, seperti yang ditentukan oleh temuan Uji Chow yang ditampilkan pada Tabel 2 adalah sebesar 0,9407. Mengingat probabilitas Cross-section F di atas tingkat signifikansi alpha 5% (0,05), hasil ini mengindikasikan bahwa H_0 diterima. Dengan demikian, *Common Effect Model* merupakan model yang paling sesuai, berdasarkan hasil Uji Chow.

Uji Husman

Pengujian ini membandingkan antara *Fixed Effect Model* dengan *Random Effect Model* dalam upaya untuk mengidentifikasi model yang paling tepat, merupakan langkah selanjutnya dalam proses pemilihan model pengujian. Pengujian ini didasarkan pada:

H_0 : *Random Effect Model* adalah Model yang tepat.

H_1 : *Fixed Effect Model* adalah model yang tepat.

Nilai probabilitas cross-section dari uji chi-square menjadi dasar dari keputusan pengujian. *Fixed Effect Model* lebih sesuai apabila nilai Prob Cross-section F kurang dari ambang batas signifikansi alpha 5% (0,05), yang menghasilkan penolakan H_0 . Sebaliknya, H_0 dapat diterima jika nilai prob melebihi alpha 5% (0,05), dalam hal ini *Random Effect Model* dianggap lebih tepat.

Tabel. 3 Hasil Uji Husman

<i>Effects Test</i>	<i>Chi-Sq. Statistic</i>	<i>Chi-Sq d.f.</i>	<i>Prob</i>
<i>Cross-section random</i>	1.724523	3	0.6315

Sumber : Diolah oleh peneliti

Nilai probabilitas Cross-section F, seperti yang ditentukan oleh hasil Uji Hausman pada Tabel 3 adalah 0,6315. Mengingat probabilitas *Cross-section* F di atas tingkat signifikansi 0.05, angka ini menunjukkan bahwa H_0 diterima. Oleh karena itu, temuan dari Uji Hausman menunjukkan bahwa REM merupakan model yang paling tepat. Pengujian tambahan berupa Uji Lagrange Multiplier, yang membandingkan *Common Effect* dan *Random Effect*, tidak diperlukan karena *Common Effect Model* dan *Fixed Effect Model* telah dieliminasi. Oleh karena itu, REM adalah model terbaik untuk dipilih, sehingga pengujian asumsi klasik tidak diperlukan (Wahyuni, 2023).

Uji Hipotesis

setelah melakukan pengujian pemilihan model, selanjutnya melakukan pengujian regresi linear berganda, berikut hasil olah data menggunakan Eviews 12:

Tabel. 4
Hasil Uji Regresi Linear Berganda

Variable	Coefficient	Std. Error	t-Statistic	Prob.
C	5.780493	5.911737	0.977799	0.3317
JWM (Jumlah Wisatawan Muslim)	7.78E-07	4.19E-07	1.856677	0.0678
JLF (Jumlah Fasilitas dan Layanan)	-0.010140	0.007896	-1.284229	0.2036
JDW (Jumlah Destinasi Wilayah)	-0.053349	0.028749	-1.855666	0.0680
R-squared	0.087209	Mean dependent var		1.516857
Adjusted R-squared	0.0045719	S.D dependent var		19.86543
F-statistic	2.101912	Sum squared resid		24855.15
Prob (F-statistic)	0.108376	Durbin-watson stat		2.522674

Sumber : diolah oleh peneliti.

1. Uji R²

Pengujian ini dilakukan untuk mengindisikan sejauh mana variabel independen yaitu jumlah wisatawan muslim (JWM), jumlah layanan dan fasilitas (JLF) dan jumlah destinasi wisata (JDW), mampu menjelaskan variabel dependen yaitu pertumbuhan ekonomi lokal. Berdasarkan tabel. 4 hasil nilai R² yaitu sebesar 0.087209 nilai ini menunjukkan bahwa 8,20% Variabel independen dapat memberikan penjelasan terhadap variabel dependen, sedangkan faktor tambahan yang tidak dimasukkan oleh model berdampak pada 12,80% sisanya.

2. Uji t (Parsial)

Tujuan dari pengujian ini adalah untuk memastikan bagaimana setiap variabel independen mempengaruhi variabel dependen. Hipotesis tersebut dijelaskan sebagai berikut berdasarkan temuan pengujian yang ditampilkan pada Tabel 4:

- a. Jumlah wisata muslim tidak memberikan pengaruh terhadap pendapatan daerah sesuai dengan variabel JWM (X1) yang memiliki nilai probabilitas lebih besar dari signifikansi 5% atau $0,0678 > 0,05$.

- b. Variabel JLF (X2) lebih tinggi dari tingkat signifikansi 5% ($0,2036 > 0,05$), Probabilitas sebesar 0,2036 menunjukkan bahwa bahwa jumlah pelayanan dan fasilitas tidak mempengaruhi pendapatan daerah.
- c. Yang terakhir variable JDW (X3) memiliki nilai probabilitas sebesar 0.0680 lebih tinggi dari tingkat signifikansi 5% ($0.0680 > 0.05\%$). Hasil ini mengindikasikan Jumlah destinasi wisata tidak menunjukkan pengaruh signifikan terhadap pendapatan daerah.

3. Uji F (Simultan)

Pengujian ini bertujuan untuk menentukan apakah seluruh faktor independen secara simultan memiliki pengaruh signifikan terhadap variabel dependen. Nilai probabilitas statistik F adalah 0.108376 nilai lebih tinggi dari kriteria tingkat signifikansi 0,05, hasil ini menunjukkan bahwa tidak terdapat pengaruh yang signifikan secara simultan dari variabel independen jumlah wisatawan muslim, jumlah layanan dan fasilitas, dan jumlah destinasi wisata-terhadap variabel dependen.

Pembahasan

Berdasarkan perolehan hasil analisis yang telah dijelaskan sebelumnya, langkah selanjutnya adalah membahas hasil penelitian serta implikasi yang dapat diambil dari temuan tersebut.

a. Pengaruh Jumlah Kunjungan Wisatawan terhadap Pendapatan Daerah.

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan, diperoleh temuan yang tidak sejalan dengan hipotesis, di mana jumlah wisatawan tidak menunjukkan adanya pengaruh yang signifikan terhadap pendapatan daerah di 10 destinasi wisata halal Indonesia. Hal ini menunjukkan bahwa sebagian besar pengeluaran wisatawan tidak masuk ke kas pemerintah daerah, tetapi mengalir ke sektor informal atau pihak swasta seperti hotel, restoran, atau pedagang lokal, yang tidak semuanya dikenakan pajak atau retribusi resmi, temuan ini memperkuat hasil penelitian yang telah dilakukan Nurainina dan Asmara (2022) Yang menunjukkan bahwa jumlah wisatawan tidak berpengaruh terhadap Pendapatan Daerah (Nurainina & Asmara, 2022).

b. Pengaruh Jumlah layanan dan Fasilitas Terhadap Pendapatan Daerah.

Temuan penelitian ini menunjukkan Jumlah Layanan dan Fasilitas tidak memiliki berpengaruh terhadap pendapatan daerah 10 destinasi wisata halal Indonesia. Hasil penelitian ini mengindikasikan bahwa Pengelolaan layanan dan

fasilitas wisata yang tidak terintegrasi dengan baik ke dalam kebijakan pemerintah daerah dapat mengurangi efektivitasnya dalam meningkatkan pendapatan daerah.

c. Pengaruh Jumlah Destinasi Wisata Terhadap Pendapatan Daerah.

Berdasarkan perolehan hasil analisis, dalam penelitian ini jumlah destinasi wisata tidak memiliki pengaruh terhadap pendapatan daerah. hal ini mengindikasikan bahwa peningkatan pendapatan daerah tidak cukup hanya dengan membangun dan menyediakan fasilitas pada objek wisata. Apabila objek wisata yang dikembangkan tidak selaras dengan permintaan dan preferensi wisatawan, hal ini tidak akan mampu meningkatkan minat wisatawan untuk berkunjung maupun kembali ke destinasi tersebut. Sebaliknya, minat wisatawan yang tinggi untuk berkunjung dan melakukan kunjungan ulang akan mendorong peningkatan retribusi sehingga dapat berkontribusi pada pertumbuhan Pendapatan Asli Daerah. Temuan ini memperkuat hasil penelitian yang telah dilakukan oleh (Alyani & Siwi, 2020; Hanafi Ahmad, 2022) yang mengatakan bahwa jumlah objek wisata tidak memiliki pengaruh terhadap pendapatan daerah.

5. KESIMPULAN

Berdasarkan temuan yang telah dijelaskan, dikatakan bahwa variabel yang menjadi fokus pada artikel ini, yaitu jumlah kunjungan wisatawan, jumlah layanan dan fasilitas, serta jumlah destinasi wisata, baik secara parsial maupun simultan, tidak ditemukan pengaruh signifikan terhadap Pendapatan Daerah di 10 destinasi wisata halal Indonesia.

Untuk meningkatkan kontribusi pariwisata halal terhadap Pendapatan Daerah, pemerintah daerah perlu memastikan fasilitas dan layanan halal yang memadai, seperti restoran halal dan tempat ibadah. Selain itu, promosi yang lebih efektif dan pemanfaatan teknologi digital untuk mempermudah wisatawan juga penting. Kerjasama antara pemerintah, sektor swasta, dan masyarakat lokal akan memperkuat pariwisata halal dan meningkatkan dampak ekonominya bagi daerah.

Penelitian selanjutnya disarankan untuk mengeksplorasi lebih dalam mengenai hubungan antara pariwisata halal dan sektor ekonomi lainnya, seperti industri kreatif, perdagangan lokal, dan investasi di daerah wisata. Penelitian dapat difokuskan pada analisis dampak ekonomi jangka panjang dari pengembangan pariwisata halal terhadap peningkatan lapangan kerja, pendapatan masyarakat lokal, serta pengaruhnya terhadap pendapatan daerah, dengan menggunakan metode yang sesuai dan lebih kompleks.

REFERENSI

- Alyani, F., & Siwi, M. K. (2020). Pengaruh jumlah objek wisata dan jumlah hotel terhadap pendapatan asli daerah (PAD) di Kabupaten/Kota Provinsi Sumatera Barat. *Jurnal Ecogen*, 3(2), 212. <https://doi.org/10.24036/jmpe.v3i2.8763>
- Azam, M. S. E., & Abdullah, M. A. (2020). Global halal industry: Realities and opportunities. *International Journal of Islamic Business Ethics*, 5(1), 47–59. <https://doi.org/10.30659/ijibe.5.1.47-59>
- Azam, M. S. E., Abdullah, M. A., & Razak, D. A. (2019). Halal tourism: Definition, justification, and scopes towards sustainable development. *International Journal of Business, Economics and Law*, 18(3), 23–31.
- Badan Pusat Statistik. (2024). BPS. <https://www.bps.go.id>
- Bahardeen, F., & S. K. (2024). Global Muslim Travel Index (Issue May).
- Hakim, M. F., & Sugianto, S. (2024). Studi library research: Penguatan ekosistem halal value chain di Indonesia untuk industri halal global. *Jurnal Penelitian Inovatif (JUPIN)*, 4(4), 2227–2238. <https://doi.org/10.54082/jupin.787>
- Hanafi Ahmad, A. (2022). Pengaruh jumlah kunjungan wisatawan, objek wisata, dan retribusi pariwisata terhadap pendapatan asli daerah. *Jurnal Sosial Ekonomi Bisnis*, 2(1), 50–61. <https://doi.org/10.55587/jseb.v2i1.34>
- Haris, H., & Nashirudin, M. (2019). Lombok as an Indonesian halal travel destination. *Shirkah: Journal of Economics and Business*, 4(3). <https://doi.org/10.22515/shirkah.v4i3.277>
- Iswanaji, C., Aziz, A., Rizki, M., Zulfkar, A. L., Romli, N. A., Saftri, D., Mahardika, S. G., Kurnia, R., Hasan, D. H., Nurhasanah, S., Nissa, I. K., Huda, M. W. S., Sugianto, S., Susanti, S., & Risya K, E. A. (2024). Perkembangan industri halal & penguatan lembaga keuangan syariah. CV. Adanu Abimata. <https://books.google.co.id/books?hl=en&lr=&id=Eh0QEQAQBAJ>
- Kawuwung, A. S., Kumenaung, A. G., & Tolosang, K. D. (2023). Analisis pengaruh jumlah wisatawan, jumlah objek wisata dan jumlah hotel terhadap perekonomian di Kota Tomohon. *Berkala Ilmiah Efisiensi*, 6(23), 1–12.
- Nasution, A. H., Syafitri, D. A., & Ganda, D. W. (2022). Regulasi wisata halal (Analisis pro dan kontra penerapan wisata halal di Danau Toba). *Altafani*, 2(1), 158–170. <https://doi.org/10.59342/jpkm.v2i1.82>
- Nurainina, F., & Asmara, K. (2022). Jumlah wisatawan, jumlah hotel, dan jumlah objek wisata terhadap pendapatan asli daerah Kabupaten Tuban. *Jurnal Ekobistek*, 11(3), 245–250. <https://doi.org/10.35134/ekobistek.v11i3.364>
- Pitana, I. G. (2009). Pengantar ilmu pariwisata. Andi Publisher.
- Rahmawati, S., Prahadipta, W. E., & Anggahegari, P. (2023). A review of halal tourism implementation in Indonesia towards a global perspective. *Journal of Halal Science, Industry, and Business*, 1(1), 1–14. <https://doi.org/10.31098/jhasib.v1i1.1584>

- Sholehuddin, M. S., Munjin, M., & Adinugraha, H. H. (2021). Islamic tradition and religious culture in halal tourism: Empirical evidence from Indonesia. *IBDA': Jurnal Kajian Islam dan Budaya*, 19(1), 79–100. <https://doi.org/10.24090/ibda.v19i1.4470>
- Slamet, Abdullah, I., & Laila, N. Q. (2022). The contestation of the meaning of halal tourism. *Heliyon*, 8(3), e09098. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2022.e09098>
- Sugianto, S., Zuhra, S. A., & Alim, M. El. (2024). Kontribusi sektor pariwisata halal terhadap produk domestik bruto (PDB) dalam membangun perekonomian berkelanjutan. *Mutawasith: Jurnal Hukum Islam*, 7(2), 118–133. <https://doi.org/10.47971/mjhi.v7i2.969>
- Tobing, M. (2021). Pengaruh jumlah obyek wisata, tingkat penghunian kamar, dan jumlah kunjungan wisatawan terhadap pendapatan asli daerah Kabupaten Simalungun. *Jurnal Ekuilnomi*, 3(2), 127–139. <https://doi.org/10.36985/ekuilnomi.v3i2.263>
- Wahyuni, et al. (2023). Pengaruh faktor makroekonomi dan faktor spesifik bank. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*, 3(2), 216–224.
- Wati, I. (2019). Pengaruh jumlah obyek wisata dan jumlah wisatawan terhadap pendapatan sektor pariwisata dalam perspektif ekonomi Islam. *Jurnal Ekonomi Islam*, 11(1).
- Webster, S. I., & C. (2007). Measuring the impact of tourism on economic growth. *Proceedings of GEOTOUR 2006 Conference*, 21–30.
- Yazid, F., Kamello, T., Nasution, Y., & Ikhsan, E. (2020). Strengthening sharia economy through halal industry development in Indonesia. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 413, 86–89. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.200306.187>
- Zuhriyah, D. A. (n.d.). Kemenparekraf kembangkan wisata halal di 10 destinasi pariwisata. *Bisnis.com*.