

**PENGEMBANGAN DESTINASI *HALAL TOURISM* DI WILAYAH
MULTIETNIS DAN MULTIAGAMA : STUDI KASUS DI OBJEK WISATA
ASIA HERITAGE**

Fatmawati¹, Halim Fortuna², Bryan Siburian³, Aldeva Ilhami⁴

*Universitas Negeri Sulthan Syarif Kasim Riau
Jl. HR Soebrantas Panam KM 15 No 155 Panam Riau
Email Korespondensi: fatmawati01@uin-suska.ac.id*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan Strategi Pengembangan Destinasi *Halal Tourism* di Wilayah Multi-etnis dan Multi-agama: Studi Kasus di Objek Wisata Asia Heritage Pekanbaru. Jenis penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan metode deskriptif. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Analisis data menggunakan pengumpulan data (*data collection*), mereduksi data (*data reduction*), penyajian data (*data display*), penarikan kesimpulan (*conclusions*). Berdasarkan hasil penelitian diperoleh strategi pengembangan destinasi *halal tourism* objek wisata Asia Heritage 1) Melengkapi fasilitas yang belum tersedia seperti Mushalla, toilet dan arena bermain anak. 2) Peran semua pihak untuk mewujudkan wisata *halal* di objek wisata Asia Heritage. Pengembangan pariwisata yang berkelanjutan erat hubungannya dengan keterlibatan *stakeholders*. Penguatan peran *stakeholders* dalam pengembangan pariwisata memberikan dampak jangka panjang dalam aspek ekonomi, ekologi dan sosial kultural. 3) Meningkatkan promosi objek wisata Asia Heritage untuk menarik wisatawan. Pengelola harus memiliki website yang representatif dan informatif. tentang potensi yang dimiliki objek wisata dan diperbarui secara rutin. 4) Meningkatkan pelayanan terhadap wisatawan yang datang berkunjung.

Kata Kunci: *Halal Tourism*; Asia Heritage

ABSTRACT

This study aims to describe the Development of Halal Tourism Destinations in Multi-ethnic and Multi-religious Regions: A Case Study in the Tourism Object of Asia Heritage Pekanbaru. This research is a qualitative research with descriptive method. Data collection was collected through observation, interviews and documentation. Data were analyzed using data collection, data reduction, data display, and conclusions. Based on the results of research on the development strategy for halal tourism destinations, Asian Heritage attractions 1) Complete facilities that are not yet available, such as prayer rooms, toilets and children's play areas. 2) The role of all parties to realize halal tourism in Asia Heritage tourist objects. Sustainable tourism development is closely related to stakeholder involvement. Strengthening the role of stakeholders in tourism development has long-term impacts in economic, ecological and socio-cultural aspects. 3) Increasing the promotion of Asia Heritage tourism objects to attract tourists. Managers must have a representative and informative website. about the potential of tourist objects and is updated regularly. 4) Improving services for tourists who come to visit.

Keywords: *Halal Tourism*; Asia Heritage

PENDAHULUAN

Wisata halal (*halal tourism*) saat ini mengalami perkembangan yang sangat signifikan dibandingkan dengan sektor pariwisata lainnya. Istilah wisata halal baru diperkenalkan lima tahun terakhir yaitu pada kegiatan *World Halal Tourism Summit* (WHTS) 2015. Wisata halal merupakan bagian dari industri pariwisata yang bertujuan untuk memfasilitasi kebutuhan wisata muslim seperti makanan, akomodasi, transportasi dan fasilitas lainnya. Perkembangan wisata halal tidak hanya terjadi pada negara mayoritas muslim tetapi juga pada negara dengan mayoritas non-muslim seperti Singapura, Thailand, Inggris, Jepang, Taiwan, Afrika Selatan, Hongkong, Korea Selatan, Prancis, Spanyol dan Filipina. Negara tersebut dikelompokkan sebagai negara non-OIC (*non-Organization of Islamic Cooperation*) yang ramah terhadap wisatawan muslim (Mastercard-crescentrating, 2019a). Beberapa strategi dan kebijakan terkait wisata halal telah diterapkan pada beberapa negara- negara di dunia antara lain: agen pariwisata nasional Jepang telah menyediakan informasi makanan halal dan restoran halal asli jepang diantaranya Minokichi dan Kyokaiseki bagi wisatawan muslim yang berkunjung ke Jepang (Kodir, 2019); pemerintah Thailand menerapkan sertifikasi halal sebagai kebijakan yang mendukung sektor pariwisata halal (Nurdiansyah, 2018); Malaysia aktif mengembangkan wisata islami dengan mempromosikannya dalam agenda pariwisata nasional (Kelana, 2019); pemerintah Singapura serius meminta pihak pengelola hotel untuk menyediakan fasilitas sholat dan restoran bersertifikasi halal dari Majelis Ulama Singapura (Ulfa, 2019).

Indonesia memiliki prestasi yang baik dalam pengembangan sektor wisata halal. Hasil laporan Kementerian Pariwisata RI tahun 2018 menunjukkan bahwa wisata halal memiliki pertumbuhan terbesar dibandingkan dengan sektor pariwisata lainnya. Jumlah wisatawan muslim yang cukup tinggi dibandingkan dengan tahun sebelumnya yaitu sebanyak 140 juta orang (Sasongko, 2019). Kementerian Pariwisata menunjuk beberapa provinsi sebagai destinasi wisata halal yaitu : Aceh, Sumatra Barat, Riau, Lampung, Banten, Jakarta, Jawa Barat, Jawa Timur, Jawa Tengah, Yogyakarta, Nusa Tenggara Barat dan Sulawesi Selatan merupakan provinsi yang dipersiapkan menjadi destinasi wisata halal (Kurniawan et al., 2019). Provinsi Riau masuk dalam daftar daerah wisata halal unggulan Kementerian Pariwisata Republik Indonesia. Hasil *Indonesia Muslim Travel Index* (IMTI) tahun 2019 menunjukkan Provinsi Riau dan Kepulauan Riau memperoleh peringkat ketiga pada sektor wisata halal (Mastercard-crescentrating, 2019b). Hal ini membuktikan bahwa Provinsi Riau tidak hanya maju dalam sektor industri akan tetapi juga di sektor pariwisata melalui keindahan alam dan kekhasan budaya.). Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif (Kemenparekraf) telah mempersiapkan strategi pariwisata Indonesia di era new normal atau normal baru selama pandemi Covid-19 melalui program CHS (*Cleanliness, Health, and Safety*). Hal ini tentu menjadi perhatian bagi sektor pengelola wisata di kota Pekanbaru khususnya di Asia Heritage. Disamping memenuhi tuntutan global akan halal tourism, strategi pengembangan wisata halal di masa pandemi sangat penting dilakukan. Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian Analisis Pengembangan Destinasi *Halal Tourism* di Wilayah Multietnis dan Multiagama: Studi Kasus di Objek Wisata Asia Heritage Pekanbaru agar tidak menimbulkan konflik sosial yang merusak keharmonisan antar umat beragama dan dapat diimplementasikan

METODE PENELITIAN

Jenis penelitian ini Kualitatif dengan metode Deskriptif, yaitu penelitian yang berusaha mengungkapkan bagaimana keberadaan objek wisata Danau Buatan Kualo Mudo di Kelurahan Balai Makam Kecamatan Mandau Kabupaten Bengkalis Duri-Riau secara apa adanya sesuai dengan kenyataan yang terjadi di lapangan. Informan penelitian dalam penelitian kualitatif bukan dinamakan responden, tetapi sebagai nara sumber atau informan. Dalam penelitian ini teknik yang digunakan adalah *purposive sampling*. Menurut Saebani (2008:179) *purposive sampling* yaitu pemilihan sekelompok subjek didasarkan atas ciri-ciri atau sifat-sifat tertentu tertentu yang dipandang mempunyai sangkut-paut yang erat dengan ciri-ciri atau sifat-sifat populasi yang sudah diketahui sebelumnya. Sebutan *purposive* menunjukkan bahwa teknik ini digunakan untuk mencapai tujuan-tujuan tertentu. Informan dalam penelitian ini Dinas Pariwisata Kota Pekanbaru, MUI Kota Pekanbaru, Pengunjung, pedagang dan pengelola Objek Wisata Asia Heritage, Akademisi dan Agen travel. Dalam pengumpulan data penulis menggunakan beberapa teknik pengumpulan data yaitu observasi, wawancara dan dokumentasi.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

1. Atraksi

Atraksi merupakan komponen yang signifikan dalam menarik wisatawan. Suatu daerah dapat menjadi tujuan wisata jika kondisinya mendukung untuk dikembangkan menjadi sebuah atraksi wisata. Apa yang dikembangkan menjadi atraksi wisata, itulah yang disebut modal atau sumber kepariwisataan. Untuk menemukan potensi kepariwisataan di suatu daerah orang harus berpedoman kepada apa yang dicari oleh wisatawan. Modal atraksi yang menarik kedatangan wisatawan itu ada tiga, yaitu 1) *Natural Resources* (alami), 2) Atraksi wisata budaya, dan 3) Atraksi buatan manusia itu sendiri.

Berdasarkan penelitian bahwa objek wisata Asia Heritage mempunyai atraksi yang akan membuat daya tarik pengunjung untuk datang berkunjung menikmati atraksi tersebut. Keberadaan atraksi menjadi alasan serta motivasi wisatawan untuk mengunjungi suatu daya tarik wisata (DTW). Untuk kedepannya perlu adanya atraksi yang bisa ditampilkan pada setiap weekend Karen biasanya pengunjung ramai diwaktu weekend.Selain adanya Atraksi factor penarik objek wisata Asia Heritage untuk dikunjungi karena banyaknya spot foto yang membuat pengunjung merasa diluar negeri.

2. Amenitas

Amenitas merupakan segala macam sarana dan prasarana yang diperlukan oleh wisatawan selama berada di suatu daerah tujuan wisata. Sarana dalam hal ini yang dimaksud adalah tempat penginapan, rumah makan, tempat ibadah, agen perjalanan. Prasarana lain yang dibutuhkan seperti sarana air bersih, tenaga listrik, tempat pembuangan sampah, koneksi internet, teknologi telekomunikasi dan lain-lain.. Destinasi wisata, restoran, dan makanan yang dikonsumsi wisatawan harus benar-benar halal. Tentunya biro perjalanan ini menjadi subjek utama dimana wisatawan bisa nyaman dan aman dalam berwisata merupakan bagian terdekat yang langsung bersentuhan langsung dengan wisatawan perlu untuk memberikan pemahaman tentang nilai-nilai

Objek wisata Asia Heritage sudah menjual makanan yang halal, toilet pria dan wanita sudah dipisah dan juga sudah disediakan mesjid untuk shalat walaupun letak mesjidnya jauh yang disebabkan oleh lokasi objek wisata yang luas, perlu juga ditambahkan TOA sehingga sura azan bisa terdengar.

3. Akseibilitas

Akseibilitas adalah segala hal yang menyangkut masalah akses dalam menjangkau daerah wisata tersebut. Segala macam transportasi umum ataupun jasa transportasi menjadi akses penting dalam pariwisata. Tidak hanya itu, di sisi lainnya akses ini dimaksud dengan tranferabilitas yaitu kemudahan untuk bergerak dari daerah yang satu ke daerah yang lain. Ketika suatu daerah masih minim akan ketersediaan aksesibilitas yang baik seperti bandara, pelabuhan, stasiun dan jalan raya, maka akan sulit untuk para wisatawan menjangkau daerah wisata tersebut. Jika suatu daerah tersebut sudah memiliki potensi pariwisata, maka harus diseduakan aksesibilitas yang sudah memadai sehingga daerah tersebut akan mudah dikunjungi oleh wisatawan.

Akseibilitas Objek wisata Asia Heritage yang mudah dijangkau oleh wisatawan karena lokasinya yang terletak ditepi jalan raya dan juga dekat dengan jalan Pekanbaru-Dumai selain itu Kota Pekanbaru juga berdekatan dengan Negara Malaysia dan Singapura, tetapi perlu ditambahkan plang supaya lebih jelas, yang perlu ditambahkan itu akses untuk mengelilingi objek wisata yang luas.

4. Ancillary

Ancillary (Pelayanan Tambahan) Pelayanan tambahan harus disediakan oleh Pemda dari suatu daerah tujuan wisata baik untuk wisatawan maupun untuk pelaku pariwisata. Pelayanan yang disediakan termasuk pemasaran, pembangunan fisik (jalan raya, rel kereta, air minum, listrik, telepon, dan lain-lain) serta mengkoordinir segala macam aktivitas dan dengan segala peraturan perundang-undangan baik di jalan raya maupun di objek wisata. *Ancillary* juga merupakan hal-hal yang mendukung sebuah kepariwisataan, seperti lembaga pengelolaan, *Tourist Information*, *Travel Agent* dan *stakeholder* yang berperan dalam kepariwisataan.

Pelayanan Tambahan yang sangat penting adalah kebijakan Pemerintah Kota Pekanbaru tentang wisata halal. Untuk itu perlunya koordinasi berbagai pihak dalam membuat kebijakan sehingga bisa bekerjasama dalam menerapkan wisata halal di Kota Pekanbaru dengan multietnis dan multiagama.

Tabel 1. Analisis SWOT Objek Wisata Asia Heritage

Kekuatan (S)	Kelemahan (W)
<ol style="list-style-type: none">1. Atraksi wisata2. Suasannya seperti diluar negeri3. Akses jalan menuju objek wisata sangat baik.4. Terletak di daerah yang strategis karena masih di dalam Kota Pekanbaru	<ol style="list-style-type: none">1. Sarana dan prasarana bermain untuk anak-anak perlu ditambahkan2. Mesjidnya jauh

Peluang (O)	Ancaman (T)
<ol style="list-style-type: none"> 1. Objek wisata baru yang terdapat di Kota Pekanbaru 2. Banyaknya spot foto yang membuat pengunjung tertarik untuk berkunjung 3. Terletak di rute Tol Dumai-Pekanbaru 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Terdapatnya objek wisata yang lebih terkenal sebelumnya seperti Asia Farm, Revi dan Bukit Pelanggi 2. Timbulnya rasa bosan para pengunjung karena suasana panas sebab sedikitnya pepohonan

Kekuatan

Objek wisata Asia Heritage memiliki konsep negara-negara di Asia seperti Korea, Jepang dan Cina. Dengan mengusung konsep negara-negara Asia maka pengunjung seperti berada diluar negeri. Konsep negara-negara Asia ini bukan hanya berupa bangunan saja tetapi pengunjung juga bisa menyewa pakaian tradisional negara-negara Korea, Jepang ataupun Cina. Adanya atraksi wisata seperti Festival Lampu Seribu Bintang pada hari raya Idul Fitri dan Festival Salju yang pada tahun baru menjadi penarik pengunjung apalagi didukung akses jalan yang mudah dijangkau dan lokasi objek wisata yang tidak terletak dipeti jalan akan memudahkan dalam pengembangan objek wisata Asia Heritage ini karena akses jalan juga sangat berpengaruh dalam meningkatkan minat pengunjung.

Akses jalan yang baik akan memudahkan pengunjung untuk berkunjung tetapi akses jalan yang buruk akan menyulitkan pengunjung untuk datang. Hal ini sesuai dengan pendapat Tuwuntjaki (2013) yang mengemukakan bahwa jalan merupakan hal terpenting dalam sebuah proses pengembangan, jalan merupakan infrastruktur yang harus dipenuhi karena jalan merupakan sarana utama yang harus disediakan. Apabila kondisi jalan sudah terpenuhi dengan baik, akan menjadi daya tarik bagi wisatawan yang akan berkunjung, sebab dengan kondisi jalan yang baik akan menimbulkan kenyamanan.

Kelemahan

Objek wisata Asia Heritage. Lokasi mesjid yang jauh menyulitkan dijangkau oleh pengunjung. Arena bermain untuk anak juga perlu ditambahkan supaya anak-anak betah untuk lama-lama dan mau berkunjung kembali ke objek wisata Asia Heritage. Kurangnya sarana pendukung pariwisata ini akan membuat pengunjung tidak betah berlama-lama apalagi untuk datang kembali. Perlu ditambahkan mushalla kecil di beberapa titik yang dilengkapi dengan toilet dan juga penunjuk arah karena luasnya lokasi objek wisata membuat lokasi mesjid jauh.

Menurut Sumarabawa (2013) mengemukakan suatu daerah dapat dikembangkan menjadi objek wisata atau menjadi desa wisata perlu adanya unsure-unsur yang mendukung, tidak hanya mengandalkan keindahan alamnya saja tetapi sarana dan prasarana pendukung juga merupakan hal yang sangat penting guna menunjang kegiatan pariwisata.

Peluang

Objek wisata Asia Heritage. Objek wisata baru yang ada di Kota Pekanbaru yang memiliki banyak spot foto menjadikan objek wisata Asia Heritage menjadi tujuan wisatawan. Apalagi objek wisata Asia Heritage berada dekat jalan tol Pekanbaru-Dumai dan juga dekat dengan fasilitas umum lainnya yang dibutuhkan oleh wisatawan.

Ancaman

Objek wisata Asia Heritage. Adanya objek wisata yang lebih terkenal sebelumnya seperti objek wisata asia farm, refi dan alam mayang akan mengancam objek wisata Asia Hertige. Objek wisata Asia Farm mengusung konsep negara-negara asia dan eropa sedangkan objek wisata refi mengusung konsep taman. Dengan adanya objek wisata yang lebih terkenal sebelumnya, seharusnya objek wisata Asia Heritage mampu memberikan daya tarik tersendiri atau bisa memberikan ciri khusus yang bisa menarik pengunjung sehingga pengunjung yang datang bukan hanya local tetapi juga internasional

Tabel 2. Strategi SWOT Objek Wisata Asia Heritage.

Kekuatan (S)	Kelemahan (W)	Strategi S-W
<ol style="list-style-type: none"> 1. Atraksi wisata 2. Suasannya seperti diluar negeri 3. Akses jalan menuju objek wisata sangat baik. 4. Terletak di daerah yang strategis karena masih di dalam Kota 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Mesjidnya jauh 2. Belum adanya sosialisasi wisata halal 3. Sarana dan prasarana bermain untuk anak-anak perlu ditambahkan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Menambahkan mushalla dan toilet dibeberapa titik lokasi. 2. Peran semua pihak untuk mewujudkan wisata halal di Kota Pekanbaru khususnya Asia Heritage 3. Menambah fasilitas arena bermain anak-anak dan pohon pelindung supaya tidak panas
Peluang (O)	Ancaman (T)	Strategi O-T
<ol style="list-style-type: none"> 1. Objek wisata baru yang terdapat di Kota Pekanbaru 2. Banyaknya spot foto yang membuat pengunjung tertarik untuk berkunjung 3. Letak yang strategis terletak di rute Tol Dumai-Pekanbaru dan juga berdekkan dengan Negara Malsisya dan Singapura 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Terdapatnya objek wisata yang lebih terkenal sebelumnya seperti Asia Farm dan Revi 2. Timbulnya rasa bosan para pengunjung karena suasana panas sebab sedikitnya pepohonan 	<ol style="list-style-type: none"> 1. Meningkatkan promosi untuk menarik wisatawan 2. Meningkatkan fasilitas sarana prasaranan dan pelayanan terhadap wisatawan yang datang berkunjung.

Dari tabel analisis SWOT di atas, dapat dilihat bahwa strategi yang dapat dilakukan untuk pengembangan Objek Wisata Asia Heritage adalah:

Pertama, Melengkapi fasilitas yang belum tersedia seperti Mushalla, toile dan arena bermain anak. Dengan menyediakan sarana dan prasarana yang dibutuhkan akan membuat pengunjung semakin betah bahkan membuat pengunjung berkeinginan untuk

datang kembali. Melengkapi sarana dan prasarana yang belum ada, akan menjadi penarik pengunjung.

Kedua, Peran semua pihak untuk mewujudkan wisata halal di objek wisata Asia Heritage. Belum optimalnya proses koordinasi yang terjadi di antara seluruh instansi terkait mengakibatkan pelaksanaan kegiatan yang belum terarah dengan baik. Alonso (2015) menyatakan bahwa pengembangan pariwisata yang berkelanjutan erat hubungannya dengan keterlibatan *stakeholders*. Penguatan peran *stakeholders* dalam pengembangan pariwisata memberikan dampak jangka panjang dalam aspek ekonomi, ekologi dan sosial kultural (Firdaus, 2015).

Ketiga, Meningkatkan promosi objek wisata Asia Heritage untuk menarik wisatawan. Pengelola harus memiliki website yang representatif dan informatif. tentang potensi yang dimiliki objek wisata dan diperbarui secara rutin. Website inilah yang menjadi salah satu rujukan utama wisatawan domestik dan mancanegara sebelum memilih destinasi wisata. Selain website, media sosial dan efek word of mouth nya saat ini juga menjadi faktor yang menentukan keberhasilan promosi.

Sukmasakti (2012) menjelaskan bahwa promosi merupakan langkah-langkah yang bertujuan untuk menarik wisatawan agar berkunjung ke objek wisata. Dalam hal ini aspek promosi melakukan promosi melalui paket wisata, kerjasama dengan pihak swasta, menggelar pameran atau festival, mengadakan penta seni

Keempat, Meningkatkan pelayanan terhadap wisatawan yang datang berkunjung, seperti membedakan pintu masuk antara pria dan wanita, membedakan kereta atau perahu antara pengunjung pria dan wanita atau memberi pembatas sehingga memberikan kenyamanan bagi pengunjung

KESIMPULAN

Pertama, Melengkapi fasilitas yang belum tersedia seperti Mushalla, toile dan arena bermain anak. Dengan menyediakan sarana dan prasarana yang dibutuhkan akan membuat pengunjung semakin betah bahkan membuat pengunjung berkeinginan untuk datang kembali. Melengkapi sarana dan prasarana yang belum ada, akan menjadi penarik pengunjung karena biasanya pengunjung yang datang untuk menikmati hari libur atau melepas lelah dari rutinitas yang padat. Kedua, Peran semua pihak untuk mewujudkan wisata halal di objek wisata Asia Heritage. Belum optimalnya proses koordinasi yang terjadi di antara seluruh instansi terkait mengakibatkan pelaksanaan kegiatan yang belum terarah dengan baik, pengembangan pariwisata yang berkelanjutan erat hubungannya dengan keterlibatan *stakeholders*. Penguatan peran *stakeholders* dalam pengembangan pariwisata memberikan dampak jangka panjang dalam aspek ekonomi, ekologi dan sosial kultural. Ketiga, Meningkatkan promosi objek wisata Asia Heritage untuk menarik wisatawan. Pengelola harus memiliki website yang representatif dan informatif. tentang potensi yang dimiliki objek wisata dan diperbarui secara rutin. Website inilah yang menjadi salah satu rujukan utama wisatawan domestik dan mancanegara sebelum memilih destinasi wisata. Selain website, media sosial dan efek word of mouth nya saat ini juga menjadi faktor yang menentukan keberhasilan promosi. Keempat, Meningkatkan pelayanan terhadap wisatawan yang datang berkunjung, seperti membedakan pintu masuk antara pria dan wanita, membedakan kereta atau perahu antara pengunjung pria dan wanita atau memberi pembatas sehingga memberikan kenyamanan bagi pengunjung.

DAFTAR PUSTAKA

- Ala-Hamarneh. (2011). Islamic tourism: A Long Term Strategy of Tourist Industries in the Arab World After 9/11, Centre for Research on The Arab World. Diakses 1 Desember , 2019, dari <http://www.staff.uni-mainz.de/alhamarn>
- Amrial. (9 Desember 2018). Rohil Sukses Majukan Pariwisata Religi dan Kepulauan. *Goriau*. Diakses dari www.goriau.com
- Ananda, P. (2019, April 8). Wisatawan Muslim Lebih Royal Belanjakan Uang Saat Wisata. *Okezone*. Diakses dari www.okezone.com
- Battour, M., & Ismail, M. (2016). Halal Tourism: Concepts, Practises, Challenges and Future. *Tourism Management Perspective*. *Tourism Analysis*, 19(1).
- Battour, M., Ismail, M., & Battor, M. (2010). Toward a Halal Tourism Market. *Tourism Analysis*, 15(4).
- BBC. (5 April 2017). Islam akan menjadi agama terbesar pada 2075. *BBC Indonesia*.
- Center, P. R. (2017). The Changing Global Religious Landscape. diakses 5 Desember, 2019, dari <http://www.pewforum.org/2017/04/05/the-changing-global-religious-landscape/>.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design*. California: SAGE Publication.
- Dahmudi, D. (19 Mei 2019). Pemkab Wisata Asia Heritage Pekanbaru kembangkan objek wisata religi. *Antara*. Diakses dari <https://riau.antaranews.com/berita/117644/pemkab-rokan-hilir-kembangkan-objek-wisata-religi>
- Detik. (2015, April 30). Gaet Wisatawan Muslim, Korsel Gandeng Garuda Indonesia Holidays. *Detik Finance*. Diakses dari www.detik.com
- Eddahar, N. (2018). *Muslim Friendly Tourism Branding in The Global Market*. Casablanca. Diakses dari www.oic-oci.org
- El-Gohary, H. (2016). Halal Tourism, is it Really Halal? *Tourism Management Perspective*, 19(1).
- Fraenkel, J. R., Wallen, N. E., & Hyun, H. H. (2012). *How to design and Evaluate Research in education* (8th ed.). New York: Mc. Graw-Hill.
- Halbase. (2015). Halal Tourism. Diakses dari <http://www.halbase.com/articles?content=11>
- Kelana, I. (12 Oktober 2019). Wisata Halal Malaysia Melesat. *Republika*. Diakses dari www.republika.co.id
- Kim, S., Im, H., & King, B. (2015). Muslim Travelers in Asia: The Destination Preferences and Brand Perceptions of Malaysian Tourists. *Journal of Vacation Marketing*, 21(1).
- Kodir, A. (2019). Current Issues Of Halal Tourism Case Study In Japan. In *Advance in Social Science, Education and Humanities Research* (Vol. 320, pp. 13–18).
- Mastercard-crescentrating. (2019a). *Global Muslim Travel Index 2019*. Jakarta. Mastercard-crescentrating. (2019b). *Indonesia Muslim Travel Index (IMTI)*. Jakarta.
- Mohsin, A., Ramli, N., & Alkhulayfi, B. . (2016). Halal Tourism: Emerging Opportunities. *Tourism Management Perspective*, 19.
- Nurdiansyah, A. (2018me). Halal Certification and Its Impact on Tourism in Southeast Asia: A Case Study Halal Tourism in Thailand. *KnE Social Science*, 2018, 26–43. <https://doi.org/10.18502/kss.v3i5.2323>
- Prodjo, W. (2017, March 17). Gencar Tarik Pelancong, Ini Tiga Festival Unggulan

- Riau. *Kompas*. Diakses dari www.kompas.com
- Razalli, M., Abdullah, S., & Hassan, M. (2012). *Developing a Model for Islamic Hotels: Evaluating Opportunities and Challenges*. Kedah.
- Reuters, T. (2018). *State of The Global Islamic Economy*. Londo. Diakses dari www.thomsonreuters.com
- Sasongko, D. (2019, April 30). Pemerintah Sebut Pertumbuhan Wisata Halal Jadi Paling Pesat di Indonesia dan Dunia. *Merdeka*. Diakses dari www.merdeka.com
- Tempo. (2015, October 21). World Halal Travel Award 2015, Indonesia Raih 3 Penghargaan. *Tempo*. Diakses dari www.nasional.tempo.co.id
- Thana. (2019). Thailand Launches Smartphone App For Muslims. Diakses dari www.aa.com
- Ulfa, F. (4 September 2019). Saingan Indonesia, Singapura Bakal Jadi Calon Destinasi Halal Favorit di Asia. *Kompas*. Diakses dari www.kompas.com
- Vargas-sánchez, A., & Moral, M. (2019). Halal tourism: literature review and experts ' view. *Journal of Islamic Marketing*, 1. <https://doi.org/10.1108/JIMA-04-2017-0039>
- Wahidin. (2016). Potret Kerukunan Masyarakat Etnis Melayu-China dalam Bingkai Negeri Seribu Kubah Kabupaten Rokan Hilir. *Hukum Islam*, 16(1), 94–103