

## Strategi Daya Saing Destinasi Wisata Halal Dengan Pendekatan Analisis Bibliometric

Dita Hendriani<sup>a\*</sup>, Dwi Junianto<sup>b</sup>

<sup>a</sup> Universitas Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung,

<sup>b</sup> Program Studi Teknik Industri Universitas Bhinekka PGRI,

Email: DitaHendriani@uinsatu.ac.id\*

### INFO ARTIKEL

**Riwayat Artikel:**

Received : 19 November 2025

Revised : 14 Desember 2025

Accepted : 20 Desember 2025

**Keywords:**

Halal Tourism,  
Competitiveness, Tourist  
Destination, Bibliometrics

**Kata Kunci:**

Wisata Halal, Daya Saing,  
Destinasi Wisata,  
Bibliometrics

**DOI: 10.62335**

### ABSTRACT

*The bibliometric analysis objectives to map the development of research on halal tourism. Furthermore, it seeks to explore various indicators that can function as determining factors for the competitiveness of tourist destinations. In this study, the bibliometric method is employed to evaluate bibliographic data, including journal volume, author networks, country affiliations, journal rankings, and article keywords. The data collected for this research consists of article publications from 2016 to 2024 that address the subject of halal tourism. Data collection was conducted via the Scopus database, downloaded as extension files such as csv and ris formats. The results indicate that articles on halal tourism were first published in Scopus-indexed journals in 2016, with the highest number of publications occurring in 2020. Based on the identified metrics, keywords related to destination competitiveness include halal tourism, tourist visit intention, halal food, accommodation, halal knowledge, halal certification, and tourism websites. These findings can be utilized by stakeholders in the halal tourism industry to enhance destination appeal and competitiveness.*

### ABSTRAK

Analisis bibliometric pada penelitian ini bermaksud untuk mengidentifikasi peta perkembangan penelitian tentang pariwisata halal. Selain itu, akan dieksplorasi mengenai berbagai indikator yang dapat berfungsi sebagai faktor penentu daya saing wisatawan di lokasi wisata. Dalam penelitian ini, metode bibliometrik digunakan untuk mengevaluasi data bibliografi, termasuk jumlah jurnal, jaringan penulis, tempat negara, peringkat jurnal dan kata kunci artikel. Data yang dikumpulkan dari penelitian ini terdiri dari publikasi artikel dari tahun 2016 hingga 2024 yang membahas subjek pariwisata halal atau "wisata halal". Pengumpulan data dilakukan melalui database Scopus

yang diunduh dalam bentuk ekstensi file dengan format csv dan ris. Hasil penelitian menunjukkan bahwa artikel tentang pariwisata halal pertama kali diterbitkan dalam jurnal yang terindeks Scopus pada tahun 2016 dan paling banyak diterbitkan pada tahun 2020. Berdasarkan metrik yang ditemukan, kata-kata yang terkait dengan daya saing destinasi wisata termasuk pariwisata halal, keinginan wisatawan untuk berkunjung, makanan halal, akomodasi, pengetahuan tentang halal, sertifikasi halal, dan situs web pariwisata yang dapat dipergunakan pelaku usaha di sektor industri wisata halal guna peningkatan daya tarik dan daya saing.

## LATAR BELAKANG

Pariwisata halal dewasa ini telah mendapatkan perhatian yang serius dari berbagai kalangan negara baik negara muslim ataupun nonmuslim. Kegiatan wisata halal sangat dipengaruhi oleh kultur konsep islam yang kini kian pesat dan didukung adanya era informasi. Artinya, sektor ini wisata tersebut telah menjadikan pusat kegiatan ekonomi baru bagi peningkatan kesejahteraan negara-negara muslim dan berdampak pada cara orang-orang berpergian, membeli barang atau jasa pariwisata. Sektor wisata halal kini menjadi bisnis global industri halal yang menjanjikan dengan pangsa pasar sekitar 1,8 miliar konsumen dunia dengan potensi pendapatan USD 2,1 triliun (Hardiana, *et al.* 2023). Berlandaskan pemikiran tersebut pengembangan wisata halal untuk menarik wisatawan baik domestik maupun luar negeri diberbagai negara telah menjadi fokus yang utama dalam proses pengakuan halal.

Konsep wisata Islami dan halal ini meningkat sejalan dengan jumlah populasi penduduk muslim yang mengalami pertumbuhan cukup besar. Dengan demikian, guna mengambil kontribusi positif adanya permintaan konsumen terhadap wisata halal maka tentunya dari sisi manajemen terhadap pengelolaan hubungan yang menguntungkan antara pengunjung dan penyedia layanan menjadi hal yang penting (Irwansyah dan Zaenuri, 2021). Selain itu, maraknya penelitian atau publikasi yang mengulas pariwisata halal ini terus meningkat. Namun, masih terdapat sedikit penelitian yang menjelaskan praktek wisata halal yang menggambarkan secara holistik bagaimana industri ini berkembang dan strukturnya.

Untuk itu ukuran kemajuan wisata halal memerlukan alat ukur dalam memetakan daya saing sehingga memiliki daya jual yang kompetitif. Oleh karena itu, strategi peningkatan daya saing akan wisata halal tidak hanya ditinjau dari sisi perbaikan objek wisata namun keseluruhan aktifitas yang berafiliasi wisata halal seperti kebutuhan tempat ibadah, transportasi yang halal dan nyaman, kuliner, tempat hiburan dan tempat menginap. Selain itu, agar dapat bersaing maka harus dilakukan upaya-upaya kegiatan pemasaran melalui media sosial agar menarik lebih banyak pengunjung setiap tahunnya. Media promosi tersebut dapat dilakukan melalui kanal-kanal youtube, instagram, facebook sehingga berbagai umpan balik dapat diperbaiki atau ditingkatkan layanannya (Kurniawan, *et al.* 2023). Dengan demikian, penelitian ini menjadi penting karena akan menyelidiki faktor-faktor

yang memengaruhi daya saing destinasi wisata halal.

Perkembangan kemajuan teknologi yang dinamis dan pengembangan ruang lingkup bisnis saat ini bahwa literasi halal menjadikan isu penting dalam berwisata. Perspektif mengenai terminologi halal, sertifikasi halal, makanan halal dan bahan manajemen rantai pasokan halal akan memainkan kunci sukses keberhasilan industri halal (Hasnan, *et al.* 2024). Dengan adanya permintaan terhadap akomodasi wisata halal yang berdasarkan prinsip-prinsip Syariah memacu ekspansi industri ini dimasa depan yang luar biasa sehingga investigasi ilmiah yang berkaitan dengan pengalaman religious wisatawan memainkan peran penting untuk dikaji agar dapat meningkatkan daya tarik dan daya saing (Alam, *et al.* 2023).

## **KAJIAN PUSTAKA DAN PERUMUSAN HIPOTESIS**

Wisata halal merupakan suatu produk baru pada bidang pariwisata yang menawarkan dan memasukan disain islami dimana segmentasi dari pasar masih dapat dieksplorasi secara berkelanjutan. Pariwisata tersebut juga mendapatkan respon positif yang sudah diterapkan diberbagai negara sehingga dapat memberikan jaminan halal walaupun berada dinegara non muslim (Rachim dan Santoso, 2021). Pada akhirnya dengan peningkatan jumlah wisatawan yang menginginkan wisata halal memberikan kekuatan perekonomian bagi industri usaha kecil dan menengah serta sektor-sektor lainnya yang terlibat (Mujiatun, *et al.* 2023).

Secara etimologi, istilah "halal" jika merujuk pada aktifitas yang berdasarkan syariat islam. Perpektif tersebut akan berkorelasi dengan berbagai kegiatan antara lain terdapat tempat ibadah, kuliner halal, moda transportasi halal, hotel halal, sistem logistik halal, lembaga keuangan syariah, paket wisata syariah. Konsep wisata halal diwajibkan menganut pada penggunaan produk atau aktivitas pariwisata yang diizinkan sesuai hukum Islam. Dengan demikian, pariwisata halal menggabungkan konsep ekonomi, budaya, dan agama.

Daya saing wisata halal sebagai kemampuan suatu tujuan wisata dalam mempertahankan kedudukannya dan memperluas pangsa pasarnya secara bertahap. Adapun maksud adanya daya saing wisata halal akan menciptakan dan mengintegrasikan nilai tambah suatu produk yang oleh kekuatan sumber daya dan sehingga mampu mempertahankan pada tingkat persaingan pasar yang kian kompetitif (Khaeril, *et al.* 2020).

Kesuksesan ekonomi negara ada kalanya dikaitkan dengan memberikan layanan berbasis destinasi wisata halal. Hal ini cukup beralasan pengembangan potensi pasar ini dan menjadikan pertimbangan bagi negara-negara untuk bersaing di pasar pariwisata global khususnya wisata halal. Menurut World Economic Forum salah satu focus utama akan daya saing wisata halal adalah pertumbuhan ekonomi untuk kemakmuran masyarakat secara jangka panjang. Pemikiran tersebut objek wisata halal yang paling kompetitif menciptakan kesejahteraan ekonomi yang berkelanjutan bagi penduduknya (Nasution, 2020).

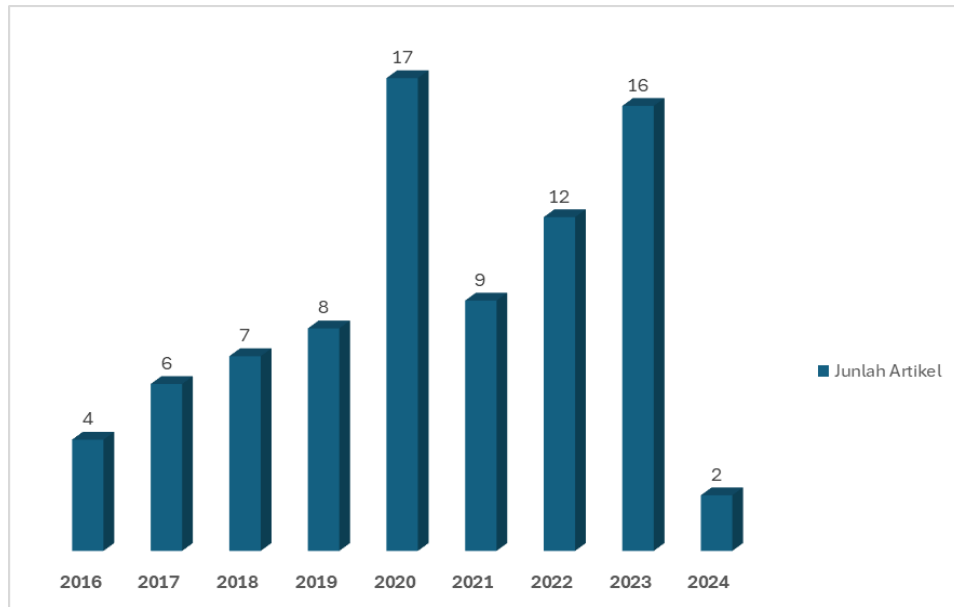
## **METODE PENELITIAN**

Pada penelitian ini mempergunakan metode bibliometrik untuk menilai data bibliografi yang mencakup jumlah jurnal, jumlah penulis, jumlah artikel, dan kata kunci artikel (Karim, 2021). Konsep bibliometrik akan memberikan informasi yang mengulas penelitian berbasis dokumen, penelitian literatur, atau berbagai rujukan informasi yang berkaitan pada permasalahan penelitian. Menurut (Effendy, *et al.* 2021) menerangkan bahwa tercakup dua studi pada analisis bibliometrik yaitu studi deskriptif dan studi evaluatif. Gambaran terhadap pola pengaruh seperti gender peneliti, jenis artikel, tingkat kolaborasi, produktivitas dan afiliasi tempat peneliti bekerja dan subjek artikel merupakan scope dari studi deskriptif. Sedangkan studi evaluatif akan lebih menjelaskan tentang penggunaan literatur yang dibuat dengan menghitung referensi atau kutipan dalam penelitian artikel, buku, atau format lainnya.

Adapun data pada penelitian bersumber artikel yang terindeks Scopus dengan kata kunci *halal tourism marketing* yang dikumpulkan dari tahun 2016-2024. Pada mesin pencarian tersebut telah ditemukan sebanyak 81 artikel yang diterbitkan dari tahun 2016-2024 pada sejumlah penerbit yang bereputasi. Berdasarkan penelusuran dari 81 artikel terdapat 6 artikel yang berbentuk *proceeding*, namun keseluruhan artikel tersebut akan diolah dan dianalisis lebih lanjut dengan mempergunakan alat bantu perangkat lunak VOSViewer untuk dibahas tren perkembangan artikel wisata halal dan jaringan bibliometrik

## **ANALISIS DAN PEMBAHASAN**

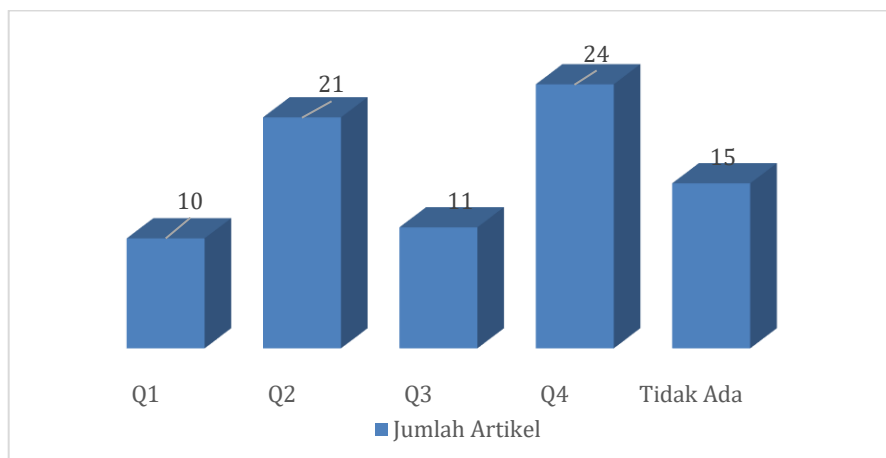
Perkembangan publikasi *halal tourism marketing* telah diterbitkan dikumpulkan dari database Scopus dari tahun 2016-2024. Gambar 1 menunjukkan bahwa jumlah artikel yang terkait dengan tema *halal tourism marketing* mengalami fluktuasi namun memiliki kecenderungan meningkat. Gambaran lebih lanjut menunjukkan bahwa jumlah terbitan artikel terbesar terjadi pada tahun 2020 dengan pencapaian 17 artikel atau 20,99% dari total. Pada tahun berjalan yaitu 2024 didapatkan sebanyak 2 artikel pada *Paper Asia* dan *Journal of Islamic Marketing* Bila dianalisis lebih lanjut perkembangan jumlah artikel di tahun 2016 sebanyak 4 artikel, kemudian ada 6 artikel di tahun 2017, artinya jumlah terbitan tahun 2017 mengalami peningkatan bila dibandingkan pada tahun 2016. Laju positif terus beranjak naik mulai tahun 2016 hingga puncak tertinggi artikel yang diterbitkan sebanyak 17 di tahun 2020. Walaupun di tahun 2021 mengalami penurunan pada kisaran 9 artikel yang terbit namun mengalami perkembangan positif pada dua tahun berikutnya. Secara keseluruhan selama periode analisis kajian yang berkaitan wisata halal masih mendapatkan respon yang positif.



**Gambar 1. Jumlah Artikel Terbit Berdasarkan Tahun**

**Sumber: Data Diolah Peneliti (2025)**

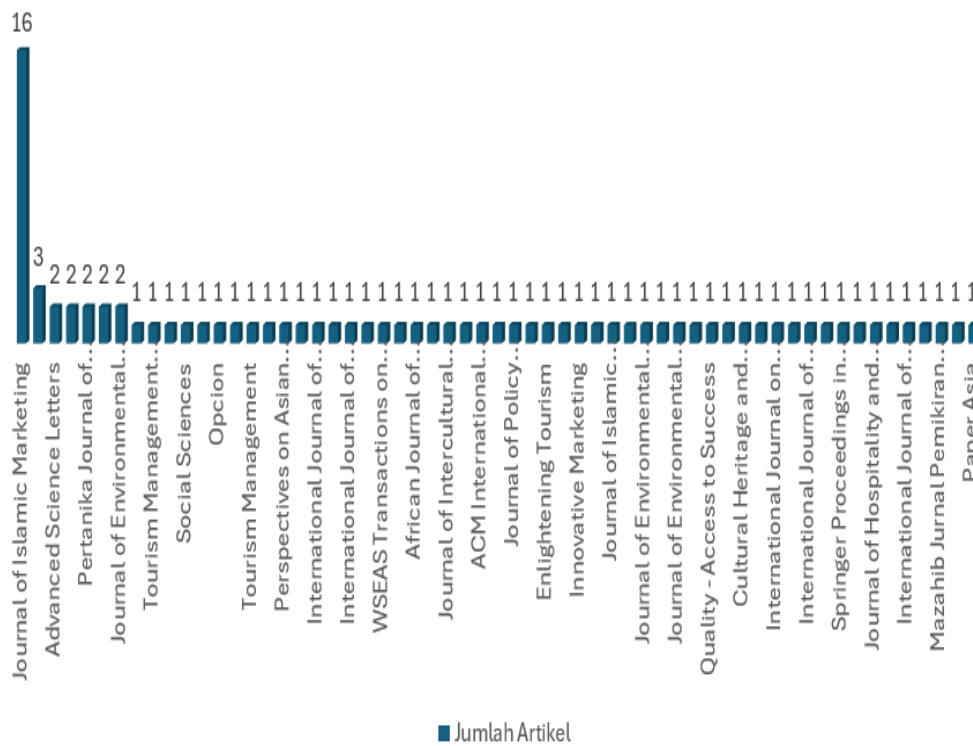
Selanjutnya, berdasarkan Gambar 2, menjelaskan bahwa jurnal dengan terbitan terbanyak yang membahas tentang wisata halal berada pada kuartil 4 (Q2) yaitu 24 artikel atau 29,63%. Selanjutnya pada peringkat kedua jumlah artikel berada pada peringkat di jurnal kuartil 2 (Q2) yaitu 21 artikel atau 25,92%. Sedangkan, artikel tentang wisata halal yang terbit di jurnal kategori 1 (Q1) dan kategori 4 (Q3) berturut-turut 10 artikel (12,35 %) dan 11 artikel (13,58 %). Sedangkan artikel yang terbit di jurnal dan *conference paper* yang tidak masuk dalam kuartil 1 – 4 sebanyak 15 artikel (18,52%).



**Gambar 2. Jumlah Sesuai Peringkat Jurnal**

**Sumber: Data Diolah Peneliti (2025)**

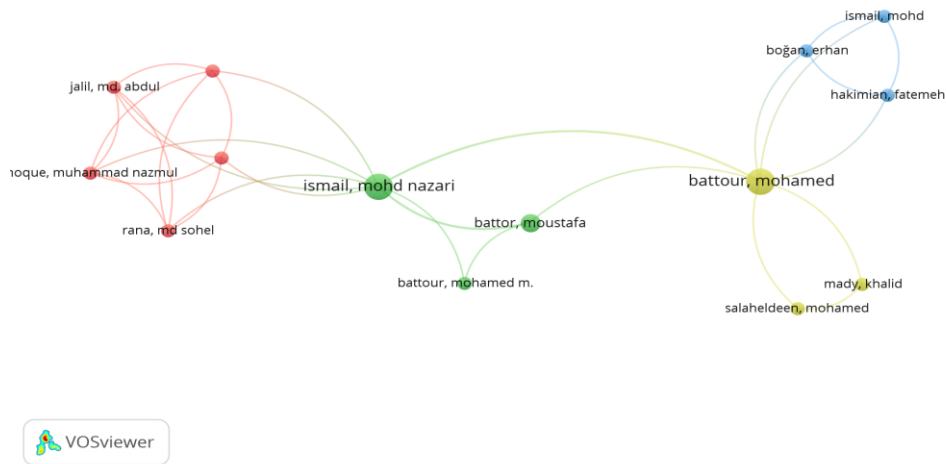
Jika dikaji pada pembahasan yang berdasarkan pada kuartilnya maka *Journal of Islamic Marketing* di Gambar 3 maka jurnal yang menerbitkan artikel paling banyak tentang wisata halal dengan total perolehan 16 artikel. Pada *Journal of Islamic Marketing* hampir setiap tahun menerbitkan tulisan yang berkaitan pada wisata halal kecuali pada tahun 2017. Sedangkan penerbitan artikel lainnya terdistribusi pada jurnal antara lain *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, *Tourism Management Perspectives*, *Business Horizons*, *Tourism Management*, *International Journal of Tourism Research*, *Journal of Hospitality and Tourism Management* dan *Journal of Destination Marketing and Management* yang termasuk dalam kuartil pertama (Q1).



**Gambar 3. Jumlah Penelitian Berdasarkan Nama Jurnal**

**Sumber: Data Diolah Peneliti (2025)**

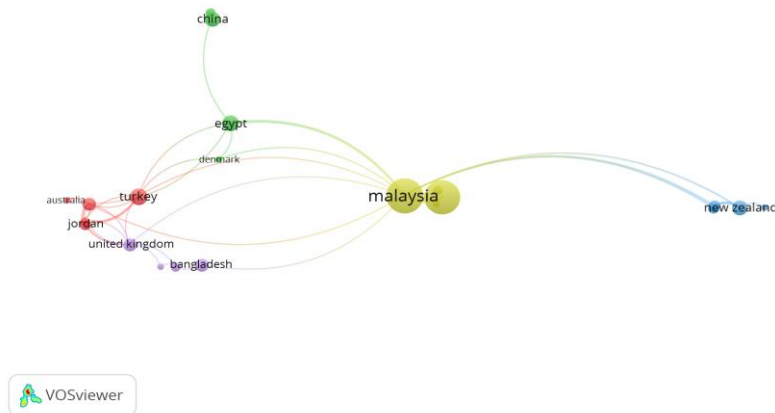
Pada Gambar 4 menjelaskan berdasarkan jaringan visualisasi untuk kolaborasi pengarang yang terhubung terdiri dari 4 kluster dengan 14 item di 30 jaringan. Dengan demikian, analisis pada sebaran peneliti terdapat satu pengarang yang paling berpengaruh yaitu battour dimana paling produktif dalam melakukan penelitian yang berkaitan dengan dengan tema wisata halal.



**Gambar 4. Data Sebaran Peneliti**

**Sumber: Data Diolah Peneliti (2025)**

Hasil visualisasi jaringan dari VosViewer sesuai Gambar 5, Malaysia dan Indonesia menjadi pusat jaringan *co-authorship*. Jika merujuk pada titik data (*nodes*), Malaysia dan Indonesia memiliki jumlah dokumen artikel yang terpublikasi yang hampir sama dan diikuti oleh beberapa negara. Jarak antar titik data mendeskripsikan kedekatan hubungan atau afiliasi.

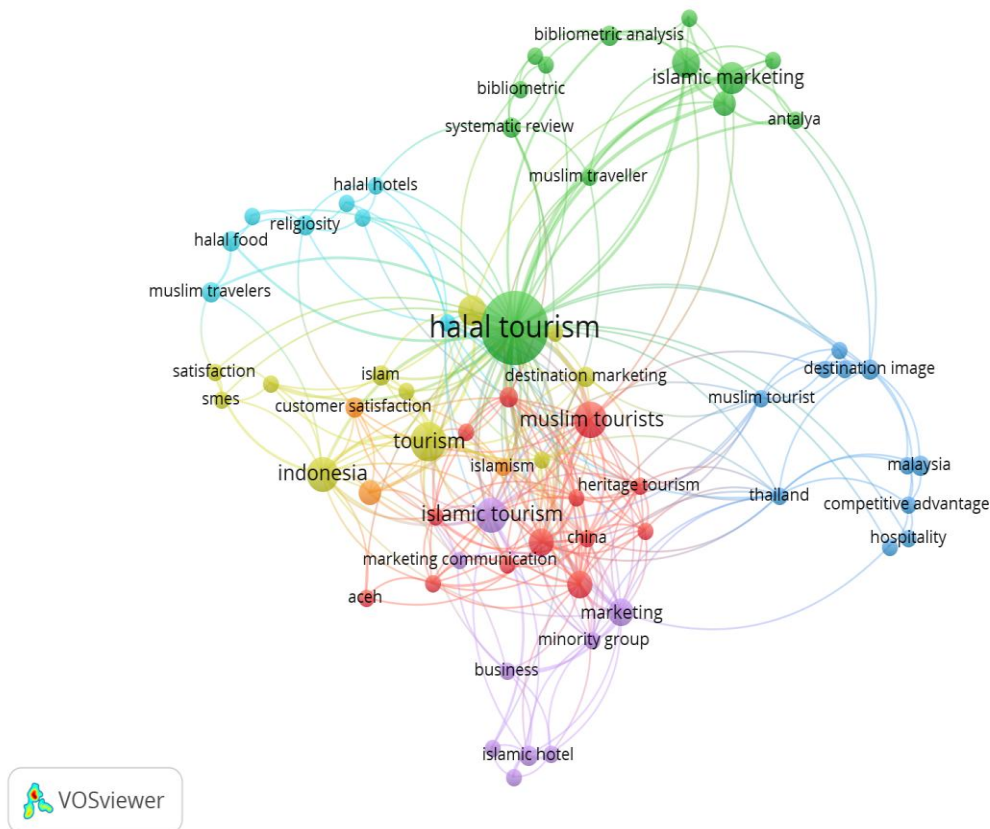


**Gambar 5. Jaringan *co-authorship* wisata halal**

**Sumber: Data Diolah Peneliti (2025)**

Pada Gambar 6 menunjukkan penyebaran kata kunci dalam visualisasi *network* berdasarkan kriteria *co-occurrence*. Gambar tersebut menampilkan tujuh warna berbeda yang menunjukkan klaster kata kunci penelitian. Kata kunci menunjukkan klaster pertama dalam lingkaran merah (*muslim tourism*). Klaster kedua memiliki kata kunci di lingkaran hijau (*halal tourism*). Klaster ketiga memiliki kata kunci di lingkaran biru tua (*competitive advantage*). Klaster keempat memiliki kata kunci di lingkaran kuning (*tourism*). Klaster kelima memiliki kata kunci di lingkaran ungu (*Islamic tourism*). Klaster keenam memiliki kata kunci di lingkaran biru muda (*halal food dan halal hotel*). Klaster ketujuh memiliki kata kunci di lingkaran orange (*tourism marketing*).

Kata kunci yang paling sering muncul pada artikel yang berkaitan dengan pariwisata halal dalam publikasi yang terindeks Scopus adalah *halal tourism*. Hal ini terlihat dari besarnya ukuran huruf dan ukuran lingkaran pada kata kunci *halal tourism*. Kata kunci lain yang juga sering muncul selain *halal tourism* antara lain *islamic tourism*, *religiosity*, *muslim tourist*, *muslim travelers*, dan *halal hospitality*. Hal tersebut menunjukkan bahwa penelitian dengan kata kunci di atas sudah banyak dilakukan dalam penelitian sebelumnya



**Gambar 5. Berdasarkan Sebaran Kata Kunci**

**Sumber: Data Diolah Peneliti (2025)**

Dengan destinasi wisata yang menyediakan layanan wisata halal agar dapat memiliki daya saing yang kompetitif tidak hanya didasarkan oleh kerahmatan tetapi berkaitan juga dengan isu-isu yang terlibat dalam pengembangan, pengelolaan, pemasaran, perhotelan merupakan tugas suci dalam memberikan jaminan sesuai kaidah-kaidah islam (Michael Hall, *et al.* 2019). Pengembangan wisata halal yang berkesan dapat menumbuhkan niat berwisata pada masa yang akan datang sehingga menciptakan pengalaman wisata yang unik dan berkesan dapat sebagai pemicu daya tarik dan daya saing akan wisata halal (Hurriyati, *et al.* 2020). Untuk memperkuat wisata halal di industri pariwisata dengan menargetkan wisatawan muslim sebagai segmen pasar yang potensial pada akhirnya dengan melakukan sertifikasi halal menjadi keharusan guna meningkatkan kinerja strategi pemasaran yang efektif (Katuk, *et al.* 2021). Artinya bagi pelaku bisnis pada industri pariwisata halal berbagai layanan seperti akomodasi, makanan, minuman, tempat rekreasi, sarana transportasi menjadikan isu utama yang memberikan kontribusi penting peningkatan daya saing (Pamukcu dan Sariisik, 2021). Persepsi akan wisata halal dipengaruhi oleh kualitas perjalanan (Rahman, *et al.* 2022) , kerahmatan (Alhammad, 2022), reputasi halal (Wardi dan Trinanda, 2022) yang dapat menimbulkan kepuasan bagi wisatawan dan bahkan akan berkunjung kembali.

## **PENUTUP / KESIMPULAN**

Pada Jurnal *Journal of Islamic Marketing* merupakan tempat artikel tentang pariwisata halal paling banyak pada tahun melakukan publikasi sejak tahun 2016-2024. Terdapat tujuh kluster untuk kata kunci penelitian dan satu kluster peneliti yang berfokus pada tema pariwisata halal. Menurut metrik yang ditemukan, kata-kata yang terkait dengan daya saing destinasi wisata termasuk pariwisata halal, keinginan wisatawan untuk berkunjung, makanan halal, akomodasi, pengetahuan tentang halal, sertifikasi halal, dan situs web pariwisata. Penelitian ini membantu mengembangkan strategi untuk meningkatkan daya saing destinasi wisata.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Alam, A., Sukmana, R., Ratnasari, R.T., Arfiatin, I., Mellinia, R., 2023. Exploring the spiritual and experiential dimensions of Sharia-compliant hotels in Indonesian halal tourism: A netnographic analysis of TripAdvisor reviews. *Int. J. Adv. Appl. Sci.* 10, 121–131.
- Alhammad, F.A., 2022. Has “Islamic Tourism” Emerged After Over Fifty Decades of Publications? A Systematic Review. *African J. Hosp. Tour. Leis.* 11, 1953–1968.
- Alam, A., Sukmana, R., Ratnasari, R.T., Arfiatin, I., Mellinia, R., 2023. Exploring the spiritual and experiential dimensions of Sharia-compliant hotels in Indonesian halal tourism: A netnographic analysis of TripAdvisor reviews. *Int. J. Adv. Appl. Sci.* 10, 121–131.
- Alhammad, F.A., 2022. Has “Islamic Tourism” Emerged After Over Fifty Decades of Publications? A Systematic Review. *African J. Hosp. Tour. Leis.* 11, 1953–1968.
- Effendy, F., Gaffar, V., Hurriyati, R., Hendrayati, H., 2021. Analisis bibliometrik perkembangan

- penelitian penggunaan pembayaran seluler dengan vosviewer. *Jurnal Interkom: Jurnal Publikasi Ilmiah Bidang Teknologi Informasi Dan Komunikasi*. J. Publ. Ilm. Bid. Teknol. Inf. Dan Komun. 16, 10–17.
- Hardiana, D., Mainata, D., Nuryadin, M.B., 2023. Halal Industry: A Literature Bibliometric Analysis on Halal Studies. *Maz. J. Pemikir. Huk. Islam* 22, 175–211.
- Hasnan, N., Kohda, Y., Saad, S., 2024. Mapping the Future of Halal Supply Chain Management: A Biblioshiny R Application. *Pap. Asia* 40, 39–50.
- Hurriyati, R., Wibowo, L.A., Gaffar, V., 2020. The impact of memorable Halal travel experience. *J. Environ. Manag. Tour.* 11, 1407–1415.
- Irwansyah, I., Zaenuri, M., 2021. Wisata Halal: Strategi dan Implementasinya di Kota Banda Aceh. *J. Gov. Soc. Policy* 2, 41–55.
- Karim, A., 2021. Analisis bibliometrik menggunakan VOSviewer terhadap trend riset matematika terapan di Google Scholar. *J. Ris. Pendidik. Mat. Jakarta* 3, 23–33.
- Katuk, N., Ku-Mahamud, K.R., Kayat, K., Abdul Hamid, M.N., Zakaria, N.H., Purbasari, A., 2021. Halal certification for tourism marketing: the attributes and attitudes of food operators in Indonesia. *J. Islam. Mark.* 12, 1043–1062.
- Khaeril, K., Muis, M., Jusni, J., Madris, M., 2020. Daya Saing Tujuan Wisata: Kajian Pustaka Sistematis. *Indones. J. Tour. Leis.* 1, 103–117.
- Kurniawan, R., Iskandar, I., Lestari, F., Harpizon, H.A.R., Husti, I., 2023. Exploring Tourist Feedback on Riau Attractions Through Indonesian Language YouTube Opinion Using Naïve Bayes Algorithm. In: *Proceedings of the 2023 IEEE International Conference on Industry 4.0, Artificial Intelligence, and Communications Technology, IAICT 2023*. Institute of Electrical and Electronics Engineers Inc., Faculty of Mathematics and Natural Sciences, Universitas Riau, Department of Computer Science, Pekanbaru, Indonesia, pp. 415–419.
- Michael Hall, C., Razak, N.H.A., Prayag, G., 2019. Introduction to halal hospitality and islamic tourism. In: *The Routledge Handbook of Halal Hospitality and Islamic Tourism*. Taylor and Francis, Department of Management, Marketing and Entrepreneurship, University of Canterbury, Christchurch, New Zealand, pp. 1–18.
- Mujiatun, S., Trianto, B., Cahyono, E.F., 2023. The Impact of Marketing Communication and Islamic Financial Literacy on Islamic Financial Inclusion and MSMEs Performance: Evidence from Halal Tourism in Indonesia. *Sustain.* 15.
- Nasution, L.Z., 2020. Penguatan Industri Halal bagi Daya Saing Wilayah: Tantangan dan Agenda Kebijakan. *J. Reg. Econ. Indones.* 1, 33–57.
- Pamukcu, H., Sariisik, M., 2021. Suggestions for standardization of halal tourism in hospitality industry. *J. Islam. Mark.* 12, 389–407.
- Rachim, H.A., Santoso, M.B., 2021. Mainstreaming The Halal Lifestyle: Between Opportunities And Challenges Of Social Protection Capacity In Global Trends. *AdBispreneur J. Pemikir. Dan Penelit. Adm. Bisnis Dan Kewirausahaan* 8, 151–161.
- Rahman, M.K., Rana, M.S., Ismail, M.N., Muhammad, M.Z., Hoque, M.N., Jalil, M.A., 2022. Does the

perception of halal tourism destination matter for non-Muslim tourists' WOM? The moderating role of religious faith. *Int. J. Tour. Cities* 8, 478–496.

Wardi, Y., Trinanda, O., 2022. Halal tourism and coronavirus: understanding the influence of halal reputation and fear of COVID-19 on tourist's revisit intention. *J. Islam. Account. Bus. Res.* 13, 1095–1109