

PEMETAAN STRUKTUR INTELEKTUAL DAN TRANSFORMASI DIGITAL PARIWISATA HALAL GLOBAL : TINJAUAN LITERATUR SISTEMATIS DAN ANALISIS BIBLIOMETRIK

Kuncoro Budi Riyanto¹; Indah Purnomowati²; Arwan Junianto³;
Mardiah Kenamon⁴

Universitas Muhammadiyah Metro, Kota Metro^{1,3}; Universitas Baturaja, Baturaja^{2,4}
Email : kuncorobudi@ummetro.ac.id¹; indahpurnomowati@pasca.unbara.ac.id²;
arwanjunianto@ummetro.ac.id³; mardiah_kenamon@unbara.ac.id⁴

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memetakan perkembangan, struktur intelektual, dan transformasi digital dalam pariwisata halal global. Meskipun industri ini berkembang pesat, terdapat kesenjangan literatur yang signifikan terkait integrasi teknologi mutakhir dan dominasi penelitian yang masih terpusat pada wilayah tertentu. Dengan menggunakan pendekatan *mixed-methods* yang menggabungkan *Systematic Literature Review* (SLR) dan analisis bibliometrik, penelitian ini menyaring 377 artikel ilmiah dari basis data Scopus (hingga Januari 2026) mengikuti protokol PRISMA. Analisis data dilakukan secara kuantitatif menggunakan VOSviewer untuk pemetaan jaringan, serta diperkuat dengan analisis isi (*qualitative content analysis*) pada artikel-artikel kunci untuk mengekstraksi nuansa teoritis yang lebih dalam. Temuan menunjukkan lonjakan signifikan publikasi sejak 2016, dengan Indonesia dan Malaysia sebagai kontributor utama. Hasil analisis kualitatif mengungkap pergeseran paradigma dari layanan fisik tradisional menuju ekosistem digital yang dipersonalisasi melalui AI, *blockchain* untuk transparansi halal, dan *virtual halal tourism*. Penelitian ini memberikan kontribusi orisinal dengan menawarkan model konseptual baru yang mengintegrasikan atribut inti pariwisata halal dengan transformasi digital, sekaligus memberikan peta jalan bagi peneliti masa depan untuk mengeksplorasi pariwisata halal di destinasi minoritas Muslim.

Kata Kunci : Pariwisata Halal; Transformasi Digital; Analisis Bibliometrik; SLR; Kecerdasan Buatan (AI)

ABSTRACT

This study aims to map the development, intellectual structure, and digital transformation in global halal tourism. Although this industry is growing rapidly, there is a significant literature gap regarding the integration of cutting-edge technology and the dominance of research that is still centered on certain regions. Using a mixed-methods approach that combines Systematic Literature Review (SLR) and bibliometric analysis, this study screened 377 scientific articles from the Scopus database (up to January 2026) following the PRISMA protocol. Data analysis was conducted quantitatively using VOSviewer for network mapping, and reinforced with qualitative content analysis on key articles to extract deeper theoretical nuances. Findings show a significant surge in publications since 2016, with Indonesia and Malaysia as the main contributors. Qualitative analysis revealed a paradigm shift from traditional physical services to a personalized digital ecosystem through AI, blockchain for halal transparency, and virtual halal tourism. This research makes an original contribution by offering a new conceptual model that integrates the core attributes of halal tourism with digital transformation, while providing a roadmap for future researchers to explore halal tourism in destinations with Muslim minorities.

Keywords : Halal Tourism; Digital Transformation; Bibliometric Analysis; SLR; Artificial Intelligence (AI)

PENDAHULUAN

Pelaksanaan *Systematic Literature Review* (SLR) terhadap variabel-variabel pariwisata halal menjadi semakin penting seiring dengan pesatnya pertumbuhan, kompleksitas, dan sifat multidisipliner pariwisata halal dalam industri pariwisata global. Pariwisata halal secara umum didefinisikan sebagai bentuk kegiatan pariwisata yang menyediakan produk, layanan, dan pengalaman wisata yang selaras dengan prinsip-prinsip Islam, termasuk kepatuhan terhadap hukum syariah dalam aspek makanan, akomodasi, fasilitas ibadah, serta praktik layanan yang menghormati nilai dan norma religius wisatawan Muslim (Alam et al., 2024; Eka, 2024). Perluasan pasar perjalanan wisata Muslim, yang didorong oleh peningkatan tingkat pendapatan dan pertumbuhan demografis, menempatkan pariwisata halal sebagai kontributor strategis bagi pembangunan ekonomi dan daya saing pariwisata internasional (Hendrik et al., 2024; Ruiz-Muñoz et al., 2025). Namun demikian, meskipun jumlah penelitian terus meningkat, literatur yang ada masih bersifat terfragmentasi, ditandai oleh inkonsistensi konseptual, keragaman pendekatan metodologis, serta keterbatasan cakupan empiris, terutama di destinasi dengan mayoritas penduduk non-Muslim (Mohsin et al., 2024; Supardin et al., 2025).

SLR berperan krusial dalam menyintesis pengetahuan yang ada secara sistematis, fenomena di lapangan saat ini menunjukkan adanya transformasi radikal dalam industri pariwisata halal global. Pertama, terjadi pergeseran pasar di mana destinasi dengan mayoritas penduduk non-Muslim semakin agresif mengadopsi fasilitas ramah Muslim untuk menangkap peluang ekonomi. Kedua, pariwisata halal tengah menghadapi disrupsi teknologi melalui integrasi kecerdasan buatan (AI), asisten digital, dan realitas virtual (*virtual tourism*).

Meskipun realitas industri bergerak sangat cepat ke arah digitalisasi dan ekspansi wilayah non-Muslim, tinjauan terhadap penelitian-penelitian terdahulu menunjukkan bahwa literatur akademik yang ada masih sangat tertinggal dan terfragmentasi. Kajian-kajian sebelumnya ditandai oleh inkonsistensi konseptual, keragaman pendekatan metodologis yang belum terstandar, serta sangat bias atau terbatas pada cakupan empiris di negara-negara mayoritas Muslim saja. Kesenjangan antara pesatnya transformasi digital dan geografis di industri dengan lambatnya konsolidasi teori di ranah akademik inilah yang menjadikan pemetaan struktur intelektual melalui Tinjauan Literatur Sistematis (SLR) dan analisis bibliometrik sangat mendesak untuk dilakukan, guna menjembatani *gap* tersebut dan menyusun agenda penelitian masa depan yang relevan.

Penelitian ini berfokus pada eksplorasi lanskap terkini kajian pariwisata halal serta mengevaluasi relevansi berkelanjutan topik ini sebagai fokus penelitian di masa depan. Studi ini juga menelaah perkembangan wacana akademik dalam pariwisata halal dan bertujuan untuk mengidentifikasi bagaimana kajian tersebut dapat berkontribusi terhadap pengembangan teori

pariwisata dan praktik pengelolaan destinasi. Pertanyaan penelitian yang diajukan adalah sebagai berikut:

PP1: Apakah kajian pariwisata halal masih memiliki signifikansi untuk penelitian di masa depan?

PP2: Bagaimana distribusi dan fokus penelitian pariwisata halal berdasarkan tema dan periode waktu?

PP3: Apa implikasi teoretis dan praktis yang dapat ditarik sebagai arah pengembangan penelitian selanjutnya dalam kajian pariwisata halal?

Penelitian ini menggunakan *Mixed-methode systematic review* yang dipadukan dengan analisis bibliometrik, dan mengadopsi pendekatan kualitatif melalui analisis isi (*content analysis*) guna menjawab pertanyaan penelitian yang telah dirumuskan dalam konteks pariwisata halal. Metode tinjauan literatur sistematis dinilai tepat untuk menyintesis penelitian-penelitian terdahulu mengenai pariwisata halal serta membantu mengidentifikasi kesenjangan penelitian, tren perkembangan, dan arah penelitian di masa depan, sekaligus menyediakan wawasan berbasis bukti yang dapat memengaruhi perumusan kebijakan, praktik pengelolaan destinasi, dan pengembangan industri pariwisata halal. Pendekatan ini memastikan bahwa kesimpulan ditarik dari sampel studi yang luas dan representatif serta menyoroti area-area yang memerlukan kajian lebih lanjut (Mathew, 2022).

Analisis bibliometrik melengkapi SLR dengan mengidentifikasi distribusi, pola, dan dampak publikasi yang berkaitan dengan pariwisata halal. Dengan menggunakan basis data Scopus dan perangkat lunak VOSviewer peneliti juga menggunakan *Qualitative Content Analysis* dengan teknik kodifikasi manual pada artikel yang paling sering disitasi untuk menangkap kedalaman narasi teoritis yang tidak terdeteksi oleh perangkat lunak, penelitian ini menganalisis artikel jurnal yang diterbitkan hingga 15 Januari 2025. Berbeda dengan tinjauan literatur sebelumnya yang cenderung bersifat deskriptif-parsial, penelitian ini menawarkan kebaruan melalui pendekatan *mixed-methods* yang mengintegrasikan pemetaan bibliometrik dengan analisis konten kualitatif untuk mengungkap dinamika transformasi digital dalam ekosistem pariwisata halal.

TINJAUAN PUSTAKA DAN FOKUS STUDI

Dalam dikursus pariwisata kontemporer, pariwisata halal berkembang dari sekadar kategori layanan “ramah Muslim” menjadi paradigma pengelolaan destinasi yang mengintegrasikan nilai-nilai Islam ke dalam desain produk, pengalaman, dan tata kelola pariwisata. Sejumlah studi menegaskan bahwa fondasi pariwisata halal terletak pada kepatuhan syariah yang diwujudkan melalui penyediaan layanan dan fasilitas yang sesuai hukum Islam, misalnya makanan halal, minuman non alkohol, fasilitas ibadah, serta paket perjalanan yang

selaras dengan keyakinan dan norma Islam (Putaran, 2024; Tediana et al., 2025). Dalam perspektif konseptual, kepatuhan ini tidak hanya dipahami sebagai atribut operasional, tetapi juga sebagai logika nilai (volume logis) yang membentuk persepsi kualitas destinasi, rasa aman religius, dan legitimasi sosial destinasi halal.

Selanjutnya, literatur menyoroti bahwa pariwisata halal beroperasi sebagai sistem rantai nilai (*Tourism alue kain*) yang mensyaratkan kesesuaian prinsip Islam dari hulu ke hilir, mulai dari pengadaan, standardisasi, hingga penyampaian layanan (*servis dilever*). Orientasi rantai nilai ini memperluas fokus dari “produk halal” menuju “pengalaman halal” yang mencakup dimensi fungsional, simbolik, dan emosional (Chetioui et al., 2024; Teviana et al., 2025). Dalam konteks ini, atribut seperti akomodasi halal, restoran halal, arsitektur Islami, dan pengalaman budaya Islami menjadi elemen pembentuk destination experience yang meningkatkan kepuasan serta niat kunjungan ulang (Abror, Patrisia, Enggriani, Linda, et al., 2025; Chetioui et al., 2024). Temuan ini sejalan dengan perkembangan riset Scopus yang memodelkan pariwisata halal sebagai konstruk berjenjang (second-order construct), menghubungkan atribut destinasi halal dengan outcome wisatawan seperti kepuasan, nilai yang dipersepsikan, dan intensi perilaku (Qureshi et al., 2025).

Dari sisi perilaku wisatawan, determinan pariwisata halal tidak dapat dilepaskan dari variabel psikologis dan sosio-kultural. Sejumlah penelitian menegaskan bahwa religiositas, litegasi halal termasuk litegasi halal digital serta mekanisme pengaruh sosial seperti *Electronic Word of mouth (eWoM)* berperan dalam membentuk sikap, kepercayaan, kepuasan, dan keputusan wisata (Abbasian et al., 2024; Abror, Patrisia, Enggriani, Hafizh, et al., 2025). Literatur Scopus juga menunjukkan penguatan landasan teoritis perilaku melalui integrasi kerangka seperti *Theory of Planned Behavior* dan variabel pemasaran destinasi untuk menjelaskan intensi perjalanan, termasuk pada konteks destinasi non-Muslim yang mulai mengadopsi fasilitas ramah Muslim (Al Arif et al., 2026). Selain itu, riset terbaru menyoroti bahwa teknologi informasi semakin menjadi variabel strategis dalam ekosistem halal tourism, misalnya melalui pemanfaatan AI dan asisten digital untuk pengalaman wisata dan promosi destinasi (Hoang & Nguyen, 2025), maupun eksplorasi peran ChatGPT yang berimplikasi pada kepuasan, eWoM, dan niat kunjungan ulang (Salaheldeen, et al., 2025).

Dalam perspektif tata kelola, pariwisata halal dipahami sebagai domain kebijakan publik dan pengelolaan multi-aktor, karena implementasinya membutuhkan koordinasi pemerintah, pelaku usaha, komunitas lokal, dan wisatawan. Tabel 1 menegaskan pentingnya keterlibatan pemangku kepentingan, penguatan regulasi, dan integrasi nilai sosial-ekonomi berbasis syariah (Arissaputra et al., 2025; Pratiwi et al., 2024). Literatur Scopus juga menguatkan bahwa kompetitivitas destinasi halal berkaitan dengan kualitas layanan halal

(khususnya layanan makanan halal dan lingkungan sosial), yang memengaruhi nilai yang dipersepsikan, kepuasan, kepercayaan, dan loyalitas destinasi yang selaras dengan perspektif *Resource-Based View (RBV)* yang menekankan kapabilitas unik destinasi sebagai sumber keunggulan bersaing (Hariani et al., 2026). Karena itu, pengembangan desa wisata halal tidak sekadar program destinasi, melainkan strategi institusional yang menuntut desain kolaborasi (misalnya model penta-helix), standardisasi, dan legitimasi sosial untuk menciptakan pengalaman wisata yang autentik sekaligus sesuai syariah (Pratiwi et al., 2024).

Dimensi keberlanjutan juga menjadi arus utama dalam riset pariwisata halal. Sejumlah studi menekankan bahwa pariwisata halal dapat diletakkan dalam kerangka *sustainable development*, melalui integrasi kearifan lokal, prinsip etika Islam, dan orientasi kesejahteraan komunitas (Jaelani et al., 2025). Literatur Scopus terbaru bahkan mengarah pada pengembangan kriteria evaluasi destinasi halal (misalnya konteks Vietnam) yang menekankan kebutuhan standardisasi indikator halal dan tata kelola destinasi secara lebih operasional (Lê Khang, 2025). Di sisi lain, pendekatan kebutuhan wisatawan juga mulai dielaborasi secara teoritis, misalnya integrasi prinsip halal dengan *Maslow's Hierarchy of Needs* untuk menangkap motivasi wisatawan Muslim secara lebih komprehensif. Dengan demikian, pariwisata halal semakin mapan sebagai bidang kajian yang bergerak dari “atribut layanan” menuju “arsitektur sistem” yang memadukan kepatuhan syariah, perilaku wisatawan, tata kelola, dan keberlanjutan.

Dalam perkembangan pariwisata global saat ini, pariwisata halal semakin mendapatkan perhatian sebagai sektor strategis yang menekankan penyelarasan aktivitas pariwisata dengan prinsip, nilai, dan etika Islam. Berbagai studi menunjukkan bahwa pariwisata halal berlandaskan pada kepatuhan terhadap hukum Islam melalui penyediaan produk dan layanan yang sesuai syariah, seperti makanan halal, fasilitas keagamaan, serta paket perjalanan ramah Muslim, guna memenuhi kebutuhan spiritual, sosial, dan budaya wisatawan Muslim (Abror, Patrisia, Engriani, Hafizh, et al., 2025; Teviana et al., 2025). Konsep ini juga menekankan pentingnya integrasi nilai religius, keberlanjutan, dan kearifan lokal dalam pengelolaan destinasi, yang tidak hanya meningkatkan pengalaman dan kepuasan wisatawan, tetapi juga mendorong kesejahteraan masyarakat dan pertumbuhan ekonomi berbasis syariah (Jabeen et al., 2025).

Penelitian terkait pariwisata halal berkembang dalam berbagai konteks geografis dan tematik, mulai dari pengembangan desa wisata halal, pariwisata ramah Muslim, hingga tata kelola destinasi yang selaras dengan regulasi dan nilai Islam (Pratiwi et al., 2024; Suaidi et al., 2025). Selain itu, faktor-faktor seperti pertumbuhan pasar wisatawan Muslim global, peningkatan kesadaran terhadap produk halal, peran *electronic word of mouth (eWoM)*, serta keterkaitan pariwisata halal dengan industri halal yang lebih luas turut memperkuat posisi pariwisata halal sebagai sektor yang kompetitif dan berkelanjutan (Jabeen et al., 2025). Dengan

demikian, pariwisata halal tidak hanya dipahami sebagai bentuk wisata religius semata, tetapi sebagai pendekatan holistik dalam pembangunan pariwisata yang mengintegrasikan nilai etika, spiritual, sosial, dan ekonomi secara berkelanjutan. (Lihat Tabel 1).

METODE PENELITIAN

Metode adalah suatu cara kerja yang dapat digunakan untuk memperoleh sesuatu. Sedangkan metode penelitian dapat diartikan sebagai tata cara kerja di dalam proses penelitian, baik dalam pencarian data ataupun pengungkapan fenomena yang ada (Zulkarnaen, W., et al., 2020). Penelitian ini menggunakan pendekatan *Mixed-methode systematic review* yang dipadukan dengan analisis bibliometrik, dan mengadopsi pendekatan kualitatif melalui analisis isi (*content analysis*) terhadap 10 artikel dengan sitasi tertinggi. Langkah ini bertujuan untuk mengekstraksi nuansa teoretis, perdebatan konseptual, dan konteks spesifik yang tidak tertangkap sepenuhnya melalui pemetaan perangkat lunak VOSviewer, sehingga memberikan pemahaman yang lebih holistik mengenai arah transformasi digital dalam pariwisata halal. Pendekatan bibliometrik digunakan untuk melakukan penilaian literatur secara kuantitatif, dan melakukan pembacaan mendalam (*in-depth reading*) pada artikel kunci guna mengidentifikasi tren penelitian, pola publikasi, serta entitas kunci dalam suatu bidang kajian. Dalam memperbarui pedoman 2009 dengan menyesuaikan kemajuan metode identifikasi, seleksi, penilaian kualitas, dan sintesis studi; termasuk checklist utama, checklist abstrak, dan diagram alur baru. Penggunaan PRISMA 2009/2020 dikaitkan dengan pelaporan telaah yang lebih lengkap dan transparan oleh (Parums, D. 2021).

Proses pencarian literatur dilakukan melalui basis data Scopus pada tanggal 15 Januari 2026. Penelusuran artikel dilakukan dengan menggunakan kombinasi kata kunci yang dicantumkan pada judul artikel, abstrak, dan kata kunci penulis. Pada tahap awal pencarian (*search*), diperoleh sebanyak 720 artikel. Selanjutnya dilakukan penyaringan awal dengan menggunakan kata kunci spesifik “pariwisata halal”, sehingga jumlah artikel yang relevan berkurang menjadi 532 artikel, sementara 188 artikel dikeluarkan karena tidak menggunakan kata kunci yang sesuai.

Tahap berikutnya adalah proses *screening*, yaitu penyaringan berdasarkan jenis dokumen. Artikel yang tidak sesuai dengan kriteria penelitian dikeluarkan, meliputi bab buku, makalah konferensi, artikel tinjauan (*review*), tinjauan konferensi, editorial, catatan (*note*), buku, dan surat (*letter*). Dari tahap ini, sejumlah 150 dokumen dikeluarkan, sehingga tersisa 382 artikel yang memenuhi kriteria awal kelayakan (*eligible*).

Pada tahap selanjutnya dilakukan seleksi berdasarkan bahasa publikasi. Artikel yang tidak menggunakan bahasa Inggris, seperti bahasa Spanyol, Rusia, Portugis, Italia, Indonesia,

dan Arab, dikeluarkan dari analisis. Setelah proses ini, diperoleh sebanyak 377 artikel yang dinyatakan layak dan selanjutnya disertakan dalam tinjauan literatur (*included*).

Kriteria inklusi yang digunakan dalam penelitian ini meliputi:

1. Artikel yang dipublikasikan hingga Januari 2026,
2. Artikel yang ditulis dalam bahasa Inggris, dan
3. Artikel yang secara substansial membahas topik pariwisata halal.

Analisis bibliometrik dilakukan dengan menggunakan perangkat lunak VOSviewer untuk memvisualisasikan data bibliografis, termasuk analisis jaringan sitasi, kolaborasi penulis, serta kemunculan bersama kata kunci (*co-occurrence keywords*). Analisis ini bertujuan untuk mengungkap struktur intelektual bidang penelitian, dinamika perkembangan topik, aktor utama dalam bidang kajian, serta tren penelitian yang sedang berkembang.

Penggabungan antara *systematic literature review*, analisis bibliometrik, dan mengadopsi pendekatan kualitatif melalui analisis isi (*content analysis*) terhadap 10 artikel dengan sitasi tertinggi memungkinkan peneliti tidak hanya mensintesis temuan empiris dari penelitian sebelumnya, tetapi juga memetakan lanskap penelitian secara komprehensif. Pendekatan ini memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai perkembangan historis, arah penelitian masa depan, serta kontribusi ilmiah utama dalam kajian pariwisata halal. Dengan demikian, metode ini sangat bermanfaat untuk memberikan gambaran menyeluruh dan objektif mengenai perkembangan penelitian dalam bidang yang dikaji. (Lihat gambar 1)

Berdasarkan hasil penelusuran literatur yang dilakukan melalui basis data Scopus pada 15 Januari 2026 dengan menggunakan kata kunci pada judul artikel, abstrak, dan kata kunci penulis, diperoleh sejumlah publikasi yang membahas topik pariwisata halal sejak awal kemunculannya hingga tahun 2026. Distribusi publikasi berdasarkan tahun menunjukkan bahwa penelitian pada topik ini mengalami perkembangan yang relatif lambat pada periode awal (2010-2015), dengan jumlah publikasi yang masih sangat terbatas. Namun, sejak tahun 2016 terjadi peningkatan jumlah artikel secara bertahap, yang semakin signifikan setelah tahun 2019. Puncak jumlah publikasi tercatat pada periode 2024-2025, yang mengindikasikan meningkatnya perhatian akademik terhadap pariwisata halal sebagai bidang kajian yang relevan dan berkembang pesat. Penurunan jumlah publikasi pada tahun 2026 tidak mencerminkan penurunan minat penelitian, melainkan disebabkan oleh keterbatasan periode pengambilan data yang hanya mencakup sebagian tahun berjalan.

Selanjutnya, dokumen yang diperoleh melalui proses pencarian tersebut diseleksi melalui tahapan penyaringan berdasarkan kriteria tertentu. Artikel yang dikeluarkan meliputi dokumen yang tidak relevan berdasarkan jenis publikasi, seperti bab buku, buku, artikel tinjauan, makalah konferensi, editorial, dan dokumen non-artikel lainnya, serta artikel yang tidak ditulis

dalam bahasa Inggris. Setelah proses penyaringan dilakukan, artikel yang memenuhi kriteria inklusi dianalisis lebih lanjut untuk menjawab pertanyaan penelitian, yaitu: (1) apakah kajian pariwisata halal masih memiliki signifikansi untuk penelitian di masa depan, (2) bagaimana distribusi dan fokus penelitian pariwisata halal berdasarkan tema dan periode waktu, serta (3) apa implikasi teoretis dan praktis yang dapat ditarik sebagai arah pengembangan penelitian selanjutnya. Analisis ini memberikan gambaran komprehensif mengenai dinamika perkembangan penelitian pariwisata halal serta kontribusinya terhadap pengembangan ilmu pengetahuan dan praktik di bidang terkait.

HASIL PENELITIAN DAN DISKUSI

Penelitian ini menganalisis artikel terindeks Scopus tentang pariwisata halal dengan fokus pada jumlah publikasi, tren perkembangan dari waktu ke waktu, serta jurnal utama sebagai media publikasi. Hasilnya menunjukkan pertumbuhan kajian dan meningkatnya perhatian akademik dalam beberapa tahun terakhir. Melalui analisis bibliometrik, studi ini juga mengidentifikasi elemen berpengaruh seperti penulis produktif, afiliasi institusi, dan negara kontributor, serta memetakan pola kolaborasi dan struktur intelektual sebagai dasar arah dan peluang penelitian ke depan

PP1: apakah kajian pariwisata halal masih memiliki signifikansi untuk penelitian di masa depan

Berdasarkan data Scopus, publikasi pariwisata halal pada periode awal masih terbatas dan muncul sporadis sebelum 2015, sebagaimana ditunjukkan pada (Gambar 2). Salah satu artikel fundamental yang menjadi tonggak awal kajian ini adalah penelitian (M. M. Battour et al., 2010) berjudul *Toward a Halal Tourism Market*, yang memperkenalkan konsep pariwisata halal sebagai segmen pasar dengan karakteristik, kebutuhan, dan potensi ekonomi tersendiri.

Sejak 2016, kajian pariwisata halal berkembang lebih progresif dan meningkat signifikan dalam beberapa tahun terakhir, sejalan dengan pertumbuhan industri halal global dan meningkatnya mobilitas wisatawan Muslim. Fokus penelitian juga meluas dari aspek konseptual menuju isu aplikatif seperti pengembangan destinasi halal, kualitas layanan, kepuasan wisatawan Muslim, strategi pemasaran, serta kontribusi terhadap pembangunan ekonomi dan keberlanjutan destinasi (Vargas-Sánchez & Moral-Moral, 2020). Hal ini menunjukkan pariwisata halal semakin relevan dan strategis dalam penguatan daya saing sektor pariwisata global (Gambar 2).

PP2: bagaimana distribusi dan fokus penelitian pariwisata halal berdasarkan tema dan periode waktu

Alokasi penelitian pariwisata halal dianalisis berdasarkan 377 artikel yang diperoleh melalui Systematic Literature Review (SLR) berbasis PRISMA dari basis data Scopus. Artikel

diklasifikasikan ke dalam empat dimensi utama, yaitu negara/wilayah, afiliasi institusi, sumber publikasi, dan penulis, dengan pembatasan pada sepuluh kontributor teratas pada tiap kategori. Analisis ini bertujuan memetakan pola kontribusi penelitian global sekaligus menjadi dasar konseptual dalam merumuskan agenda riset pariwisata halal yang lebih terarah dan berkelanjutan.

Alokasi Geografis

Berdasarkan klasifikasi geografis, Indonesia menjadi kontributor dominan dengan jumlah publikasi tertinggi, diikuti Malaysia, sementara kontribusi lainnya berasal dari Turki, Selandia Baru, Thailand, Bangladesh, Uni Emirat Arab, India, Mesir, dan Spanyol meskipun intensitasnya lebih rendah (Lihat grafik 1). Temuan ini menunjukkan bahwa kajian pariwisata halal tidak hanya berkembang di negara mayoritas Muslim, tetapi juga mendapat perhatian di negara non-Muslim sehingga menegaskan karakternya sebagai fenomena global. Analisis keterkaitan antarnegara menggunakan VOSviewer memperlihatkan jaringan kolaborasi internasional yang kuat dengan Indonesia dan Malaysia sebagai simpul utama (Lihat gambar 4), serta keterlibatan berbagai kawasan yang menegaskan pariwisata halal semakin dipandang sebagai konsep yang inklusif, aplikatif, dan berpotensi mendukung model pariwisata global yang berkelanjutan berbasis nilai.

Alokasi Berdasarkan Afiliasi Institusi

Berdasarkan afiliasi institusional, Universitas Airlangga menjadi kontributor paling dominan (26 dokumen), diikuti Universiti Teknologi MARA (20 dokumen) dan Universitas Pendidikan Indonesia (15 dokumen), sementara institusi lain turut berkontribusi dengan jumlah lebih rendah (Lihat grafik 2). Pola ini menunjukkan bahwa penelitian pariwisata halal masih terkonsentrasi di perguruan tinggi negara mayoritas Muslim, khususnya Indonesia dan Malaysia, namun keterlibatan institusi dari berbagai konteks geografis menegaskan bahwa kajian ini bersifat lintas wilayah dan semakin diakui sebagai topik global yang mendukung pariwisata inklusif dan berkelanjutan.

Alokasi Berdasarkan Sumber Publikasi

Berdasarkan sumber publikasi, kajian pariwisata halal didominasi oleh Journal of Islamic Marketing (sekitar 68 artikel) dengan peningkatan publikasi yang sangat signifikan pada tahun-tahun terakhir, sehingga menegaskan perannya sebagai media utama pengembangan kajian ini. Kontributor lain meliputi Journal of Environmental Management and Tourism (sekitar 14 artikel) dan International Journal of Religious Tourism and Pilgrimage (sekitar 11 artikel), serta Sustainability (Switzerland) dan Journal of Islamic Accounting and Business Research (masing-masing sekitar 10 artikel) yang juga menunjukkan tren peningkatan pada periode akhir (Lihat gambar 6). Distribusi tersebut mengindikasikan bahwa kajian pariwisata

halal bersifat multidisipliner, mencakup pariwisata, pemasaran Islam, keberlanjutan, manajemen, dan studi bisnis berbasis nilai.

Alokasi Berdasarkan Penulis

Distribusi penelitian berdasarkan penulis menunjukkan adanya kontributor utama namun tidak terpusat pada satu penulis. Ratnasari, R.T. menjadi penulis paling produktif dengan 16 artikel, diikuti Abror, A. dengan 11 artikel. Selanjutnya, Alam, A.; Gaffar, V.; Han, H.; dan Suhartanto, D. masing-masing berkontribusi 8 artikel, sementara Al-Ansi, A. dan Battour, M. masing-masing menghasilkan 7 artikel. Penulis lainnya yaitu Patrisia, D. dan Abdullah, M. menyumbangkan 6 dan 5 artikel (Lihat grafik 3). Pola ini menegaskan bahwa kajian pariwisata halal berkembang melalui kontribusi kolektif dan kolaboratif dari berbagai peneliti.

RQ3: Apa implikasi teoretis dan praktis dari perspektif penelitian masa depan dalam kajian pariwisata halal?

Kajian ini menganalisis 377 artikel Scopus menggunakan Systematic Literature Review (SLR) berbasis PRISMA dan pemetaan bibliometrik dengan VOSviewer untuk mengidentifikasi struktur intelektual, keterkaitan tematik, serta pola kolaborasi riset pariwisata halal. Temuan memberikan implikasi teoretis dalam memetakan tema dominan dan area yang masih kurang dieksplorasi, serta implikasi praktis bagi pemangku kepentingan dalam merancang strategi pengembangan pariwisata halal yang adaptif terhadap dinamika industri pariwisata global terdigitalisasi.

Berdasarkan analisis ko-occurrence (Gambar 7), “halal tourism” (250) menjadi simpul utama yang berasosiasi kuat dengan muslim tourists (21), halal certification (12), halal hotels (3), tourism marketing (5), dan Islamic marketing (8). Tema perilaku dan pengalaman wisatawan juga dominan melalui kata kunci *tourist satisfaction* (17), *perceived value* (12), *destination image* (11), *trust*, *service quality*, dan *tourist behavior*. Sementara itu, klaster kelembagaan/regulasi seperti halal industry, halal services, sharia tourism, sharia hotel, dan Islamic law/regulation menegaskan perhatian pada kebijakan dan tata kelola. Kemunculan deep learning, sentiment analysis, dan bibliometric analysis menunjukkan peluang integrasi teknologi dan AI dalam kajian pariwisata halal, meskipun isu transformasi digital, AI, dan virtual halal tourism masih terbatas (Mohamed Battour et al., 2017).

Pemetaan bibliometrik (lihat Gambar 2, Gambar 4, dan Gambar 6) menunjukkan riset masih terkonsentrasi di negara mayoritas Muslim, khususnya Indonesia dan Malaysia, sehingga konteks destinasi non-Muslim masih kurang dieksplorasi. Namun, pariwisata halal mulai berkembang di Jepang, Korea Selatan, dan Eropa sebagai pendekatan inklusif (Carboni & Janati, 2016; Samori et al., 2016). Literatur juga menegaskan penerapan prinsip halal berkontribusi

pada daya saing destinasi, kepercayaan wisatawan, dan keberlanjutan industri (Mohamed Battour et al., 2018; Han et al., 2019).

Secara konseptual, struktur dominan literatur menunjukkan hubungan antara atribut inti destinasi halal (kepatuhan syariah, kualitas layanan, pemahaman wisatawan Muslim), mekanisme psikologis (trust, perceived value, destination image, tourist satisfaction), dan hasil perilaku (revisit intention, tourist loyalty, word-of-mouth intention) dalam kerangka value-based tourism. Integrasi teknologi digital, AI, dan virtual tourism dipandang penting sebagai agenda riset masa depan (Filimonau et al., 2024; Gretzel et al., 2020) dengan penekanan pada Core Halal Tourism Attributes sebagai fondasi struktural (Gambar 7).

Atribut Fundamental Pariwisata Halal

Pariwisata halal adalah pariwisata berbasis nilai yang memenuhi kebutuhan wisatawan Muslim melalui penerapan prinsip Islam sepanjang perjalanan, mencakup aspek religius, etika, kualitas layanan, dan fasilitas pendukung gaya hidup Islami. Literatur mengelompokkan atribut fundamentalnya ke dalam tiga dimensi: kepatuhan syariah, kualitas layanan dan destinasi, serta fasilitas berorientasi wisatawan Muslim (Qureshi et al., 2025). Kepatuhan syariah mencakup makanan-minuman bersertifikat halal, fasilitas ibadah yang mudah diakses, serta lingkungan bebas alkohol dan perjudian (Nugroho et al., 2025; Alam et al., 2025; Qureshi et al., 2025). Kualitas layanan dan destinasi ditunjukkan oleh profesionalisme, keramahan, sensitivitas budaya terhadap nilai Islam, aktivitas wisata ramah keluarga, serta jaminan keamanan dan privasi (Qureshi et al., 2025; Adham, Munawar, et al., 2025). Fasilitas ramah Muslim meliputi akomodasi halal, toilet ramah air untuk berwudu, dan informasi sertifikasi halal yang jelas untuk memperkuat kepercayaan, (Hamid et al., 2023; Shekhar, 2025). Ketiga dimensi tersebut membentuk pengalaman wisata halal yang mendorong kepuasan, loyalitas, dan WOM positif serta memperkuat daya saing dan keberlanjutan destinasi (Qureshi et al., 2025).

Mekanisme Psikologis Wisatawan

Mekanisme psikologis wisatawan menjelaskan bagaimana pengalaman wisata membentuk evaluasi, sikap, dan niat perilaku masa depan melalui proses kognitif dan afektif. Konstruk utama yang banyak diteliti mencakup kepercayaan, nilai yang dirasakan, citra destinasi, dan kepuasan wisatawan, yang saling terkait dan memengaruhi loyalitas, niat kunjungan ulang, serta WOM positif (Q. Wang et al., 2020).

Kepercayaan adalah keyakinan bahwa destinasi mampu memberikan layanan yang andal dan etis, dipengaruhi nilai yang dirasakan dan kepuasan, serta dapat diperkuat keterikatan emosional yang memediasi hubungan keaslian destinasi dan kepuasan (Aguilar-rivero et al., 2025). Nilai yang dirasakan merupakan perbandingan manfaat dan biaya yang berdampak langsung pada kepuasan dan loyalitas, dibentuk oleh kualitas layanan, citra destinasi, dan

pengalaman wisata, serta sering berperan sebagai variabel mediasi (M. Ahmed, 2023; Moghavvemi et al., 2025). Citra destinasi mencakup komponen kognitif dan afektif, meningkatkan nilai yang dirasakan dan kepuasan serta mendorong niat kunjungan ulang dan WOM positif; citra dipengaruhi daya tarik alam, budaya, kualitas layanan, dan strategi pencitraan (Ahmed, 2023; Moghavvemi et al., 2025; Li & Jiang, 2025). Kepuasan wisatawan mencerminkan terpenuhinya harapan, dipengaruhi nilai dan citra destinasi, serta mendorong kunjungan ulang dan perilaku positif; kepuasan juga memediasi hubungan pengalaman dan niat perilaku (Moghavvemi et al., 2025; Ahmed, 2023).

Secara keseluruhan, citra destinasi yang positif meningkatkan nilai yang dirasakan, yang kemudian memperkuat kepuasan dan kepercayaan sehingga menghasilkan loyalitas dan perilaku wisatawan yang lebih positif; keterikatan emosional turut memperkuat hubungan tersebut (Moghavvemi et al., 2025; Aguilar-rivero et al., 2025; Thi Kim et al., 2025).

Konteks Pariwisata Halal Berbasis Nilai

Pariwisata halal berbasis nilai merupakan pendekatan integratif yang menginternalisasikan etika Islam dalam strategi destinasi yang kompetitif dan berkelanjutan. Berbeda dari pariwisata halal konvensional yang berfokus pada standar halal, pendekatan ini menekankan nilai-nilai Islam, daya saing destinasi, dan orientasi keberlanjutan (Jabeen et al., 2025; Qureshi et al., 2025).

Nilai-nilai Islam mengarahkan layanan pariwisata agar selaras syariah melalui makanan halal, fasilitas ibadah, kesopanan, serta penghindaran alkohol dan perjudian, sehingga meningkatkan kenyamanan spiritual, kesejahteraan psikologis, kepuasan, kepercayaan, dan loyalitas wisatawan Muslim (Qureshi et al., 2025; Adham, Mahmad Nasir, et al., 2025; Primadona et al., 2025). Daya saing destinasi meningkat ketika kebutuhan religius-kultural wisatawan Muslim terpenuhi melalui layanan syariah, sertifikasi halal, dan lingkungan sensitif budaya, sehingga destinasi dipersepsikan lebih tepercaya dan bernilai; loyalitas turut memperkuat daya saing serta WOM positif didukung konsistensi standar melalui rantai pasok halal (Lê Khang, 2025; Primadona et al., 2025; Teviana et al., 2025). Orientasi keberlanjutan menyelaraskan etika Islam dengan pengelolaan lingkungan, inklusivitas sosial, dan tanggung jawab ekonomi melalui prinsip mizan, amanah, pencegahan mafsadah, serta penerapan maqashid syariah untuk melindungi alam, budaya, dan kesejahteraan masyarakat (Jaelani et al., 2025; Jabeen et al., 2025; Timur et al., 2025).

Secara keseluruhan, ketiga aspek tersebut membentuk kerangka holistik pariwisata halal berbasis nilai sebagai strategi yang etis, kompetitif, dan berkelanjutan (Qureshi et al., 2025; Jabeen et al., 2025).

Pemberdayaan Teknologi Digital dan Kecerdasan Buatan (Artificial Intelligence/AI) dalam Pariwisata

Teknologi digital dan AI mentransformasi pariwisata melalui penguatan layanan, keterlibatan pelanggan, dan pengalaman wisata berbasis data. Dalam pariwisata halal, AI berkontribusi meningkatkan kepuasan, kepercayaan, dan niat perilaku wisatawan melalui personalisasi layanan, analisis sentimen, dan pariwisata halal virtual.

Personalisasi layanan berbasis AI melalui machine learning, NLP, dan predictive analytics memungkinkan pemetaan preferensi dan perilaku perjalanan wisatawan sehingga meningkatkan kepuasan serta loyalitas melalui itinerary personal, harga dinamis, dan chatbot, meskipun tetap menghadapi tantangan privasi, etika data, dan integrasi yang menuntut tata kelola AI yang transparan dan etis (Govindaraj et al., 2025; Manoj et al., 2025). Analisis sentimen dengan Bi-LSTM, deep learning, dan regresi logistik mengekstraksi persepsi wisatawan dari media sosial dan ulasan daring untuk mengidentifikasi ketidakpuasan serta memperkuat rekomendasi perjalanan (Jonnala et al., 2025), sementara integrasi AI dan VR dalam pariwisata halal virtual menghadirkan pengalaman imersif yang membantu evaluasi kesesuaian destinasi sebelum kunjungan dan meningkatkan kepuasan, kepercayaan, serta niat kunjungan khususnya Generasi Z (Abas et al., 2025; M Battour et al., 2023; M Battour, Mady, et al., 2025; Susilowati et al., 2025).

Hasil Perilaku Wisatawan (Tourist Behavioral Outcomes)

Hasil perilaku wisatawan merupakan indikator keberhasilan destinasi yang tercermin melalui niat kunjungan ulang (revisit intention), loyalitas wisatawan (tourist loyalty), dan komunikasi dari mulut ke mulut (word-of-mouth/WOM). Ketiga konstruk ini merepresentasikan respons wisatawan terhadap pengalaman wisata serta keberlanjutan hubungan wisatawan dengan destinasi (Eviana, 2025; Marpaung et al., 2024).

Niat kunjungan ulang mencerminkan keinginan wisatawan untuk kembali yang dipengaruhi atribut destinasi dan kualitas pengalaman (daya tarik, lingkungan, kenyamanan), dengan kepuasan sebagai determinan utama yang diperkuat nostalgia dan keterikatan lokal, namun dapat melemah karena novelty seeking dalam jangka menengah–panjang (Eviana, 2025; Wei et al., 2024;). Loyalitas wisatawan merupakan komitmen jangka panjang melalui kunjungan ulang dan rekomendasi yang terbentuk dari kepuasan dan kepercayaan; kepuasan memediasi pengaruh kualitas layanan, citra destinasi, dan nilai yang dirasakan, serta loyalitas dipengaruhi pengalaman berkesan, keamanan, keterikatan psikologis, dan persepsi risiko terutama pada destinasi alam-budaya (Marpaung et al., 2024; Nasution et al., 2025; Al Mahruqi et al., 2025). WOM (konvensional maupun eWOM) adalah penyebaran pengalaman/opini yang membentuk keputusan calon wisatawan dan citra destinasi; WOM konvensional lebih kredibel,

eWOM lebih luas khususnya bagi wisatawan muda, dan efektivitasnya dipengaruhi saluran komunikasi termasuk konten visual (Atnan & Hidayat, 2025).

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa pariwisata halal masih merupakan bidang kajian yang sangat relevan dan berkembang pesat dalam literatur akademik global. Melalui pendekatan SLR dan analisis bibliometrik, penelitian ini berhasil memetakan struktur intelektual, tren penelitian, serta aktor utama dalam kajian pariwisata halal. Hasil analisis menunjukkan bahwa fokus penelitian masih didominasi oleh atribut halal, perilaku wisatawan Muslim, dan kualitas layanan destinasi. Namun, penelitian ini juga mengungkap adanya pergeseran penting menuju digitalisasi pariwisata halal, yang ditandai dengan meningkatnya perhatian terhadap AI, eWoM, analisis sentimen, dan *virtual halal tourism*. Selain itu, masih terdapat kesenjangan penelitian yang signifikan pada konteks destinasi non-Muslim dan pendekatan lintas disiplin berbasis teknologi. Oleh karena itu, pariwisata halal perlu dipahami tidak hanya sebagai segmen wisata religius, tetapi sebagai pendekatan pariwisata berbasis nilai yang inklusif dan berorientasi keberlanjutan.

Saran

Penelitian Selanjutnya Disarankan untuk mengeksplorasi pariwisata halal di negara-negara dengan mayoritas penduduk non-Muslim guna memperluas pemahaman global mengenai implementasi dan adaptasi konsep halal. Selain itu, integrasi teknologi digital seperti kecerdasan buatan, *big data analytics*, dan *virtual tourism* perlu dikembangkan lebih lanjut untuk meningkatkan pengalaman wisatawan dan daya saing destinasi halal. Dari sisi praktis, pembuat kebijakan dan pengelola destinasi perlu memanfaatkan temuan bibliometrik ini sebagai dasar perumusan strategi pengembangan pariwisata halal yang adaptif terhadap transformasi digital, kolaboratif, dan berorientasi keberlanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abas, H. M., Khamitdkhanovich, N. A., Sayfullaev, D., & Raghatate, K. S. (2025). Metaverse Travel: The Role of Virtual reality and Artificial Intelligence in the Future of Tourism. *2025 International Conference on Computational Innovations and Engineering Sustainability, ICCIES 2025*. <https://doi.org/10.1109/ICCIES63851.2025.11032793>
- Abbasian, S., Onn, G., & Nordberg, D. (2024). The perception of halal concept of hoteliers in the light of social exchange theory: a Swedish study. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 7(4), 2403–2421. <https://doi.org/10.1108/JHTI-01-2023-0038>
- Abror, A., Patrisia, D., Engriani, Y., Hafizh, M. A., Gaffar, V., Qoriah, Q., Achmad, N., Wusqa, U., & Abdullah, M. S. (2025). Antecedents of tourist citizenship behavior: the role of digital halal literacy and religiosity. *Journal of Islamic Marketing*, 16(1), 65–81. <https://doi.org/10.1108/JIMA-11-2023-0376>
- Abror, A., Patrisia, D., Engriani, Y., Linda, M. R., Mulyani, E., Firman, n., Anuar, M. M., & Saputra, J. (2025). Does Theory of Planned Behavior Explain the Link Between Memorable Tourist Experience and Revisit Intention? A Halal Tourism Perspective. *International*

-
- Review of Management and Marketing*, 15(5), 375–382.
<https://doi.org/10.32479/irmm.19538>
- Adham, K. A., Mahmad Nasir, N., Muhamad, N. S., Sarkam, S. F., & Ramli, R. (2025). Halal tourism with the family: destination – local islands of the Maldives. *Journal of Islamic Marketing*, 16(8), 2321–2346. <https://doi.org/10.1108/JIMA-03-2024-0117>
- Adham, K. A., Munawar, A., Shihama, M., & Mahmad Nasir, N. (2025). Government support for halal tourism: a viable system model analysis of the Maldives. *Journal of Islamic Marketing*. <https://doi.org/10.1108/JIMA-10-2024-0455>
- Aguilar-rivero, M., Orgaz-agüera, F., & Moral-cuadra, S. (2025). *The Mediating Role of Place Attachment , Attitudes , and Satisfaction in Loyalty to Film Tourism Destinations*. 21(2), 67–81.
- Ahmed, M. (2023). Destination image and revisit intention: the case of tourism in Egypt. *PASOS Revista de Turismo y Patrimonio Cultural*, 21(4), 681–697. <https://doi.org/10.25145/j.pasos.2023.21.047>
- Aimon, H., Zulvianti, N., & Abror, A. (2023). Do Sustainable Tourism Development, Psychological Safety, and Halal Friendly Destination Performance Lead to Tourist Electronic Word of Mouth? the Role of Tourist Satisfaction. *International Journal of Sustainable Development and Planning*, 18(4), 1167–1178. <https://doi.org/10.18280/ijstdp.180421>
- Al Mahruqi, A., Al Abri, I., Ramayah, T., & Zaibet, L. (2025). The Impact of Psychological and Risk Factors on Tourists' Loyalty Toward Nature-Based Destinations. *Tourism and Hospitality*, 6(4). <https://doi.org/10.3390/tourhosp6040197>
- Alam, A., Ratnasari, R. T., Prasetyo, A., Hapnitasari, I., & Rahmawati, E. (2024). Systematic Literature Review on Halal Label Studies of Halal Tourism. *TEM Journal*, 13(1), 635–645. <https://doi.org/10.18421/TEM131-66>
- Alam, A., Salsabila, N. N., & Isman, n. (2025). The Impact of Islamic Local Wisdom on Attachment to Halal Tourism Destinations and Return Visit Intentions: A Netnographic Study in Indonesia. *African Journal of Religion, Philosophy and Culture*, 6(1), 41–65. <https://doi.org/10.31920/2634-7644/2025/v6n1a3>
- 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. *International Journal of Advanced and Applied Sciences*, 10, 121–131. <https://doi.org/10.21833/ijaas.2023.10.014>
- Arissaputra, R., Gaffar, V., Sultan, M. A., Andriana, D., Abror, A., Sentika, S., & Christiyanto, W. W. (2025). Muslim tourists as role models for environmental responsibility: key factors in memorable nature-based tourism, place attachment, and environmental concern. *Journal of Islamic Marketing*, 16(12), 3657–3681. <https://doi.org/10.1108/JIMA-11-2024-0541>
- Atnan, N., & Hidayat, A. (2025). Conventional Word of Mouth (WOM) versus WOM through Instagram: a case study of religious tourism at the Mataram Kings' Cemetery, Imogiri, Bantul, Yogyakarta, Indonesia. *Media Asia*. <https://doi.org/10.1080/01296612.2025.2579751>
- Battour, M. M., Ismail, M. N., & Battor, M. (2010). Toward a halal tourism market. *Tourism Analysis*, 15(4), 461–470.
- Battour, M, Hakimian, F., Ismail, M. N., & Boğan, E. (2018). The perception of non-Muslim tourists towards halal tourism: Evidence from Turkey and Malaysia. *Journal of Islamic Marketing*, 9(4), 823–840. <https://doi.org/10.1108/JIMA-07-2017-0072>
- Battour, M, Mady, K., Aghbari, S. A., Abdelfattah, F., & Ratnasari, R. T. (2025). AI-Enhanced Halal Tourism Services, Trust and Satisfaction: The Mediating and Moderating Role. *Lecture Notes in Networks and Systems*, 1575 LNNS, 278–286. https://doi.org/10.1007/978-3-032-00450-5_29
- Battour, M, Salaheldeen, M., Anwar, I., Ratnasari, R. T., Hamid, A., & Mady, K. (2025). Integrating ChatGPT in halal tourism: impact on tourist satisfaction, e-WoM and revisit
-

- intention. *Journal of Islamic Marketing*, 16(10), 2781–2805. <https://doi.org/10.1108/JIMA-10-2024-0470>
- Battour, Mohamed, Hakimian, F., Ismail, M., & Boğan, E. (2018). The perception of non-Muslim tourists towards halal tourism: Evidence from Turkey and Malaysia. *Journal of Islamic Marketing*, 9(4), 823–840. <https://doi.org/10.1108/JIMA-07-2017-0072>
- Battour, Mohamed, Ismail, M. N., Battor, M., & Awais, M. (2017). Islamic tourism: an empirical examination of travel motivation and satisfaction in Malaysia. *Current Issues in Tourism*, 20(1), 50–67.
- Carboni, M., & Janati, M. I. (2016). Halal tourism de facto: A case from Fez. *Tourism Management Perspectives*, 19, 155–159.
- Chetioui, Y., Lebdaoui, H., Belouali, Z., & Sarea, A. (2024). Antecedents of Murabaha home financing among Muslim household – an integrated framework. *International Journal of Social Economics*, 51(12), 1646–1661. <https://doi.org/10.1108/IJSE-10-2022-0680>
- Devi, A., & Firmansyah, I. (2019). Developing Halal Travel And Halal Tourism To Promote Economic Growth: A Confirmatory Analysis. *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance*, 5(1), 193–214. <https://doi.org/10.21098/jimf.v5i1.1054>
- Eviana, N. (2025). The effects of service quality and memorable tourism experience toward revisit intentions: Investigating the mediating role of tourist satisfaction. *Turyzm/Tourism*, 35(1), 149–159. <https://doi.org/10.18778/0867-5856.2025.14>
- Filimonau, V., Ashton, M., & Stankov, U. (2024). Virtual spaces as the future of consumption in tourism, hospitality and events. *Journal of Tourism Futures*, 10(1), 110–115. <https://doi.org/10.1108/JTF-07-2022-0174>
- Govindaraj, M., Khan, P., Lawrence, J., & Islam, Q. (2025). Revolutionizing consumer engagement AI-driven personalization in modern marketing. In *AI Marketing and Ethical Considerations in Consumer Engagement* (pp. 123–142). <https://doi.org/10.4018/979-8-3373-3476-9.ch007>
- Gretzel, U., Fuchs, M., Baggio, R., Hoepken, W., Law, R., Neidhardt, J., Pesonen, J., Zanker, M., & Xiang, Z. (2020). e-Tourism beyond COVID-19: a call for transformative research. *Information Technology and Tourism*, 22(2), 187–203. <https://doi.org/10.1007/s40558-020-00181-3>
- Hamid, M., Ng, S. I., Ann, H. J. A. J., & Rahman, A. A. R. A. (2023). How Memorable is Halal Tourism in Japan and the United Kingdom? *Electronic Journal of Applied Statistical Analysis*, 16(1), 139–164. <https://doi.org/10.1285/i20705948v16n1p139>
- Hariani, D., Hanafiah, M. H., Anuar, N. A. M., & Ahmad, K. N. (2026). Promoting halal tourism in sharia-compliant destination: Insights on aceh competitiveness and tourist perceived value and behavior. *Tourism and Hospitality Research*, 26(1), 159–175. <https://doi.org/10.1177/14673584241283902>
- Hendrik, H., Kusumawardani, S. S., & Permanasari, A. E. (2024). The emerging landscape of halal tourism in the digital era: an IT perspective. *Journal of Islamic Marketing*, 15(8), 1995–2015. <https://doi.org/10.1108/JIMA-04-2023-0130>
- Hoang, D. S., & Nguyen, D. T. A. (2025). The role of AI assistants in promoting sustainable Halal tourism in non-Muslim destinations. *Discover Sustainability*, 6(1). <https://doi.org/10.1007/s43621-025-01640-9>
- Idris, I., Soetjipto, B. E., & Kurniawati, E. (2022). A Systematic Review and Thematic Analysis of the Halal Tourism Strategy. *African Journal of Hospitality, Tourism and Leisure*, 11(2), 694–709. <https://doi.org/10.46222/ajhtl.19770720.251>
- Islam, M. (2026). Integrating halal tourism principles into Maslow's Hierarchy of needs. *Tourism and Hospitality Research*, 26(1), 187–192. <https://doi.org/10.1177/14673584241287508>
- Jabeen, S., Khan, N., Bhatti, S. H., Falahat, M., & Qureshi, M. I. (2025). Towards a Sustainable Halal Tourism Model: A Systematic Review of the Integration of Islamic Principles with Global Sustainability Goals. *Administrative Sciences*, 15(9). <https://doi.org/10.3390/admsci15090335>

- Jaelani, A. K., Kusumaningtyas, R. O., Sarjiyanto, S., & Baxtishodovich, B. (2025). Sustainable halal tourism regulation based on local wisdom in indonesia and uzbekistan. *Journal of Human Rights, Culture and Legal System*, 5(1), 351–377. <https://doi.org/10.53955/jhcls.v5i1.671>
- Jameel, A., Hussain, A., Kanwel, S., Guo, W., & Khan, S. (2025). Impact of pull–push motivations on tourist satisfaction and loyalty: the moderating role of Islamic attributes in shaping destination image. *Humanities and Social Sciences Communications*, 12(1). <https://doi.org/10.1057/s41599-025-05622-0>
- Jonnala, N. S., Ram Teja, A. V. S., Rajeswari, S. R., Jakeer, S., Dheeraj, A., Bansal, S., Prakash, K., Singh, S., Faruque, M. R. I., & Al-mugren, K. S. (2025). Leveraging hybrid model for accurate sentiment analysis of Twitter data. *Scientific Reports*, 15(1). <https://doi.org/10.1038/s41598-025-09794-2>
- Lê Khang, C. (2025). Applying the Delphi and AHP Methods to Develop Evaluation Criteria for Halal Tourism Destinations in Vietnam. *International Journal of Islamic Thought*, 28, 24–36. <https://doi.org/10.24035/ijit.28.2025.332>
- Manoj, G., Arockia Juliet, P., Mege, V. S., Geetha Devi, K. V, Gnanasekaran, C., & Indira, P. (2025). AI for personalization: Transforming customer journeys in self-service technology. In *Practical Applications of Self-Service Technologies Across Industries* (pp. 255–286). <https://doi.org/10.4018/979-8-3373-4667-0.ch010>
- Marlina, L., Juliana, J., Nasrullah, A. A., Suhud, U., Inomjon, Q., Sutianah, C., & Nuryanti, B. L. (2024). A bibliometric review on halal tourism development. *Edelweiss Applied Science and Technology*, 8(6), 8848–8859. <https://doi.org/10.55214/25768484.v8i6.3881>
- Marpaung, H. S., Syaifuddin, S., & Toni, N. (2024). Impact of price fairness, service quality, and destination image on tourist loyalty and satisfaction: A case study of Lake Toba, North Sumatra. *International Journal of Advanced and Applied Sciences*, 11(5), 1–11. <https://doi.org/10.21833/ijaas.2024.05.001>
- Mathew, J. L. (2022). Systematic Reviews and Meta-Analysis: A Guide for Beginners. *Indian Pediatrics*, 59(4), 320–330. <https://doi.org/10.1007/s13312-022-2500-y>
- Moghavvemi, S., Abdrakhmanova, S., & Umirzakov, S. (2025). Exploring the impact of destination image components on tourist satisfaction and perceived value in Kazakhstan. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*. <https://doi.org/10.1080/10941665.2025.2587679>
- Moher, D., Liberati, A., Tetzlaff, J., & Altman, D. G. (2009). Preferred reporting items for systematic reviews and meta-analyses: The PRISMA statement. *BMJ (Online)*, 339(7716), 332–336. <https://doi.org/10.1136/bmj.b2535>
- Mohsin, A., Rodrigues, H., Penela, D., & Luz, A. (2024). Is halal tourism taking off in OIC and non-OIC countries? A systematic study of published research. *Journal of Islamic Marketing*, 15(4), 990–1012. <https://doi.org/10.1108/JIMA-03-2023-0077>
- Nasution, F. A., Ginting, P., Silalahi, A. S., & Situmorang, S. H. (2025). Attractive Inbound Marketing On Tourist Loyalty At Tourism Destination In Indonesia. *Innovative Marketing*, 21(2), 93–104. [https://doi.org/10.21511/im.21\(2\).2025.08](https://doi.org/10.21511/im.21(2).2025.08)
- Nugroho, M. A., Manzilati, A., Ekawaty, M., & Badriyah, N. (2025). Islamic attributes and religiosity: a meta-analysis of their influence on halal tourism preferences. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*. <https://doi.org/10.1108/JIABR-01-2025-0023>
- Pattaray, A. (2024). Travel Expectations and Experiences: Evaluating the Satisfaction of International Muslim Travelers in the Super Priority Destination of Mandalika, Lombok, Indonesia. *International Journal of Sustainable Development and Planning*, 19(9), 3485–3493. <https://doi.org/10.18280/ijstdp.190917>
- Parums, D. (2021). Editorial: Review Articles, Systematic Reviews, Meta-Analysis, and the Updated Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses (PRISMA) 2020 Guidelines. *Medical Science Monitor : International Medical Journal of Experimental and Clinical Research*, 27, e934475-1 - e934475-3. <https://doi.org/10.12659/msm.934475>.
- Pratiwi, R., Takhim, M., Wardhani, W. N. R., Ragimun, R., Sonjaya, A., Rahman, A., Basmar, E., & Pambudi, B. (2024). The Collaboration of Penta Helix to Develop Halal Tourism

- Villages in Batang, Cental Java. *International Journal of Sustainable Development and Planning*, 19(7), 2753–2761. <https://doi.org/10.18280/ijstdp.190732>
- Primadona, F., Hartoyo, H., Yuliati, L. N., & Arsyianti, L. D. (2025). Perceived Value, Satisfaction, Trust, And Tourist Loyalty In Halal Tourism: An Islamic Legal Perspective From Lombok. *Syariah: Jurnal Hukum Dan Pemikiran*, 25(1), 23–42. <https://doi.org/10.18592/sjhp.v25i1.16346>
- Qureshi, R. A., Ahmad Dada, Z. A., Bhat, W. A., & Soudager, M. A. (2025). Modelling halal tourism as a reflective–reflective second-order construct: linking attributes to tourist outcomes using structural model analysis. *Journal of Islamic Marketing*, 16(10), 2733–2780. <https://doi.org/10.1108/JIMA-07-2024-0289>
- Ruiz-Muñoz, D., Sánchez-Sánchez, A. M., & Sánchez-Sánchez, F. J. (2025). Challenges and opportunities for halal tourism. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*. <https://doi.org/10.1108/JIABR-07-2024-0276>
- Samori, Z., Md Salleh, N. Z., & Khalid, M. M. (2016). Current trends on Halal tourism: Cases on selected Asian countries. *Tourism Management Perspectives*, 19, 131–136. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2015.12.011>
- Shekhar, S. K. (2025). Investigating the patterns in halal tourism and marketing: sentiment analysis and topic modelling using Latent Dirichlet Allocation. *International Journal of Tourism Policy*, 15(6), 490–511. <https://doi.org/10.1504/IJTP.2025.150637>
- Suaidi, S., Anjum, R., Nasrudin, M., Maksum, M., & Astuti, S. D. (2025). Halal Food Development in Bali: Dynamics of Muslim Beliefs, State Regulations, and Local Culture. *Al-Ahkam*, 35(1), 147–178. <https://doi.org/10.21580/ahkam.2025.35.1.25732>
- Supardin, L., Suyanto, M., Hidayat, A., & Wijaya, T. (2025). A bibliometric analysis of halal tourism: future research agenda. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 16(3), 566–584. <https://doi.org/10.1108/JIABR-01-2023-0028>
- Susilowati, F. D., Ridlwan, A. A., Timur, Y. P., Fikriyah, K., Mardhiyah, D., Ismail, A., & Rofiqo, A. (2025). How virtual reality can affect gen Z tourists' intention to visit halal tourism: a TAM-SOR approach. *Journal of Islamic Marketing*, 1–43. <https://doi.org/10.1108/JIMA-05-2025-0309>
- Teviana, T., Rahman, H., Siregar, Z., & Syahreza, D. S. (2025). The impact of Islamic attributes and motivations on visitor satisfaction and word of mouth in halal supply chain management. *Journal of Project Management (Canada)*, 10(1), 119–128. <https://doi.org/10.5267/j.jpm.2024.10.003>
- Thi Kim, T. N., Thi Hai, H. L., & Huy, H. P. (2025). Emotional engagement as a mediator between perceived authenticity and tourist satisfaction at cultural festivals. *Multidisciplinary Science Journal*, 7(11). <https://doi.org/10.31893/multiscience.2025534>
- Timur, Y. P., Ridlwan, A. A., Suryaningsih, S. A., Fikriyah, K., Susilowati, F. D., & Rofiqo, A. (2025). Exploring tourist switching intention to halal tourism with the push-pull-mooring theory. *Journal of Islamic Marketing*, 16(8), 2347–2371. <https://doi.org/10.1108/JIMA-09-2024-0415>
- Vargas-Sánchez, A., & Moral-Moral, M. (2020). Halal tourism: literature review and experts' view. *Journal of Islamic Marketing*, 11(3), 549–569. <https://doi.org/10.1108/JIMA-04-2017-0039>
- Wang, Q., Long, X., Li, L., Kong, L., Zhu, X., & Liang, H. (2020). Engagement factors for waste sorting in China: The mediating effect of satisfaction. *Journal of Cleaner Production*, 267, 122046. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2020.122046>
- Wei, J., Zhou, L., & Li, L. (2024). A study on the impact of tourism destination image and local attachment on the revisit intention: The moderating effect of perceived risk. *PLoS ONE*, 19(1 January). <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0296524>
- Xu, H., Cheung, L. T. O., Lovett, J., Duan, X., Pei, Q., & Liang, D. (2023). Understanding the influence of user-generated content on tourist loyalty behavior in a cultural World Heritage Site. *Tourism Recreation Research*, 48(2), 173–187. <https://doi.org/10.1080/02508281.2021.1913022>

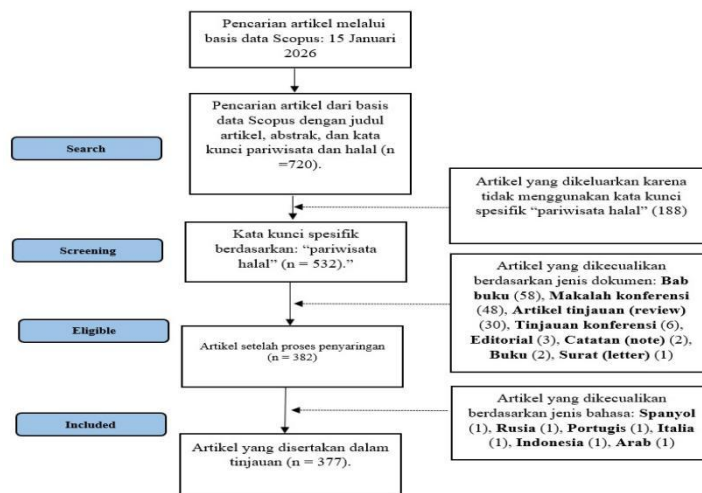
Zulkarnaen, W., Fitriani, I., & Yuningsih, N. (2020). Pengembangan Supply Chain Management Dalam Pengelolaan Distribusi Logistik Pemilu Yang Lebih Tepat Jenis, Tepat Jumlah Dan Tepat Waktu Berbasis Human Resources Competency Development Di KPU Jawa Barat. *Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen, Ekonomi, & Akuntansi)*, 4(2), 222-243. <https://doi.org/10.31955/mea.vol4.iss2.pp222-243>.

GAMBAR, GRAFIK DAN TABEL

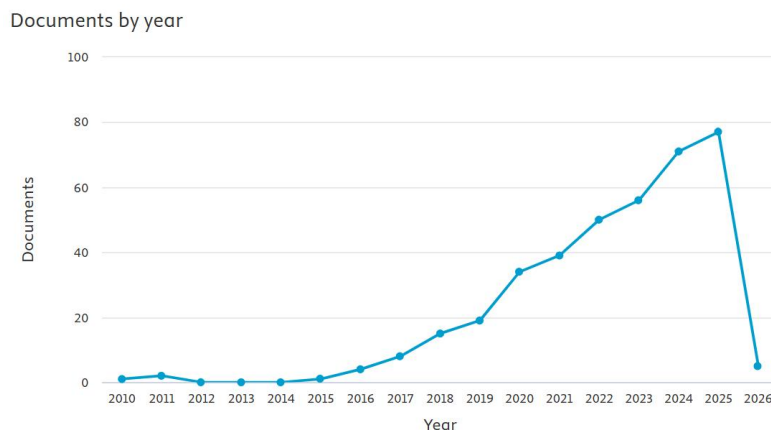
Tabel 1. Unsur-Unsur Pendefinisi Pariwisata Halal

No	Faktor-faktor Penentu Pariwisata Halal	Referensi
1.	Pariwisata halal ditentukan oleh kepatuhan terhadap hukum Islam melalui penyediaan layanan dan fasilitas yang sesuai syariah, seperti makanan halal, minuman nonalkohol, serta paket perjalanan yang selaras dengan keyakinan dan adat istiadat Islam. Selain itu, potensi pertumbuhan dan kontribusinya terhadap industri pariwisata global menjadi faktor pendukung penting.	(Jameel, Arif, et al., 2025)
2.	Pariwisata halal ditentukan oleh kesesuaian dengan keyakinan agama wisatawan Muslim, penyediaan atribut pendukung seperti makanan halal, arsitektur Islam, dan pengalaman budaya Islami, serta tingkat religiositas dan literasi halal digital yang memengaruhi perilaku dan kepuasan wisatawan.	(Abror, A, et al., 2025)
3.	Pariwisata halal ditentukan oleh kepatuhan terhadap prinsip-prinsip Islam dalam seluruh rantai layanan pariwisata, mulai dari penyediaan hingga pelayanan, serta kemampuan destinasi dalam memenuhi kebutuhan dan meningkatkan kepuasan wisatawan Muslim melalui pengalaman yang selaras dengan nilai-nilai mereka.	(Teviana, T., et al., 2025)
4.	Pariwisata halal dicirikan oleh ketersediaan produk dan layanan yang sesuai dengan prinsip Islam, seperti hotel halal, makanan halal, dan paket perjalanan halal, serta dukungan terhadap wisata keluarga dan kunjungan ke destinasi budaya dan sejarah. Selain itu, pertumbuhan pasar wisatawan Muslim, meningkatnya kesadaran terhadap produk halal, serta pengalaman wisata yang berkesan yang dipengaruhi oleh budaya lokal dan keterikatan terhadap tempat turut memengaruhi perkembangan pariwisata halal.	(Sthapit,E, et al., 2024)
5.	Pariwisata halal ditandai oleh kesesuaian produk dan aktivitas wisata dengan hukum syariah, pemenuhan kebutuhan khusus wisatawan Muslim, serta penyelenggaraan kegiatan rekreasi, sosial, dan budaya yang tetap selaras dengan keyakinan Islam. Selain itu, pengelolaan pariwisata yang berlandaskan aturan Islam, kontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi dan kesejahteraan masyarakat, serta peran electronic word of mouth (eWoM) dalam memengaruhi persepsi dan keputusan wisatawan turut memengaruhi pengembangan pariwisata halal.	(Aimon, H., & Zulvianti, N., 2023)
6.	Pariwisata halal berbasis pada kesesuaian dengan prinsip-prinsip Islam yang memungkinkan wisatawan Muslim menjalankan praktik keagamaannya selama perjalanan, serta mencakup pengalaman wisata alam, budaya, dan kreativitas. Selain itu, keterkaitannya dengan industri halal, kontribusinya terhadap pertumbuhan ekonomi, dan dukungannya terhadap keberlanjutan menjadi faktor penting dalam pengembangan pariwisata halal.	(Marlina, L, et al., 2024)
7	Pariwisata halal dipengaruhi oleh besarnya pasar wisatawan Muslim global, peluang diversifikasi ekonomi dan keunggulan daya saing destinasi, serta penyediaan layanan halal seperti makanan halal dan fasilitas keagamaan yang mampu meningkatkan minat perjalanan wisatawan Muslim.	(Hoang, D. S., & Nguyen, D. T. A., 2025).
8	Pariwisata halal berbasis pada kepatuhan terhadap prinsip Islam dalam produk dan layanan wisata, pemenuhan kebutuhan wisatawan Muslim, penerapan keberlanjutan, serta tata kelola yang selaras dengan nilai-nilai Islam.	Pattaray, A. (2024).
9	Pariwisata halal dipengaruhi oleh kesesuaian dengan prinsip-prinsip Islam, penyediaan produk dan layanan yang kompatibel dengan halal, serta pertumbuhan wisatawan Muslim yang mendorong meningkatnya permintaan terhadap pariwisata ramah Muslim.	(Abbasian, S., Onn, G., & Nordberg, D., 2024)
10	Pariwisata halal dipengaruhi oleh penyediaan produk dan layanan wisata yang sesuai dengan hukum Islam, integrasi nilai religius dalam aspek sosial dan ekonomi berbasis syariah, serta pengembangan destinasi atau desa wisata halal	(Pratiwi, Ratih, et al, 2024)

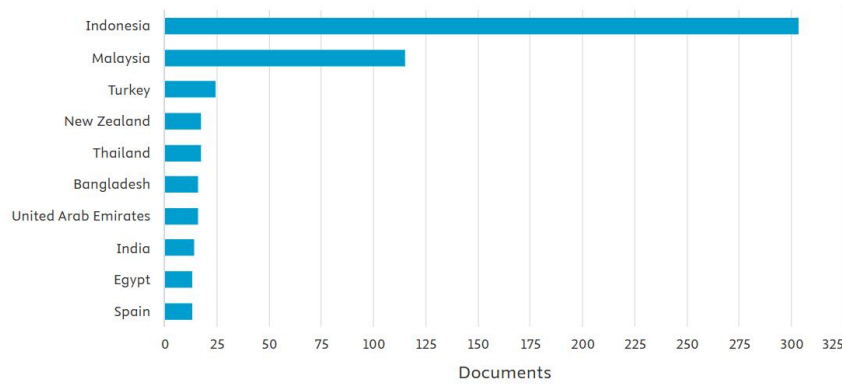
No	Faktor-faktor Penentu Pariwisata Halal	Referensi
	untuk meningkatkan pengalaman wisatawan Muslim.	
11	Pariwisata halal ditopang oleh penerapan prinsip, nilai, dan etika Islam dalam pengelolaan destinasi, integrasi kearifan lokal dan praktik berkelanjutan, dukungan kerangka hukum dan etika, serta kontribusinya terhadap kesejahteraan masyarakat dan tujuan pembangunan berkelanjutan.	(Jaelani, Abdul Kadir, et al., 2025)
12	Pariwisata halal dibentuk oleh kesesuaian aktivitas dan layanan wisata dengan prinsip-prinsip Islam, keterkaitannya dengan industri halal yang lebih luas, potensi ekonomi sebagai industri nasional, serta faktor-faktor yang memengaruhi niat pembelian halal wisatawan Muslim.	(Devi, A., & Firmansyah, I., 2019)
13	Pariwisata halal dibangun melalui penyediaan fasilitas dan layanan yang sesuai dengan prinsip Islam, keterlibatan berbagai pemangku kepentingan, pemenuhan kebutuhan perjalanan wisatawan Muslim, serta besarnya permintaan pasar yang didorong oleh ketersediaan produk halal seperti makanan halal.	(Perbawasari, Susie, et al., 2019)
14	Pariwisata halal berbasis pada penerapan prinsip dan etika Islam dalam pengelolaan destinasi, penyediaan fasilitas halal dan layanan ramah Muslim, peningkatan daya saing destinasi, serta keterlibatan masyarakat dan kepatuhan terhadap regulasi lokal.	(Muslimin, M., 2025).
15	Pariwisata halal dibangun melalui integrasi layanan keagamaan dalam infrastruktur pariwisata, dukungan kebijakan dan kerangka kelembagaan, serta pelestarian nilai pendidikan Islam dan identitas budaya lokal.	(Wazin, Wazin, et al., 2025)



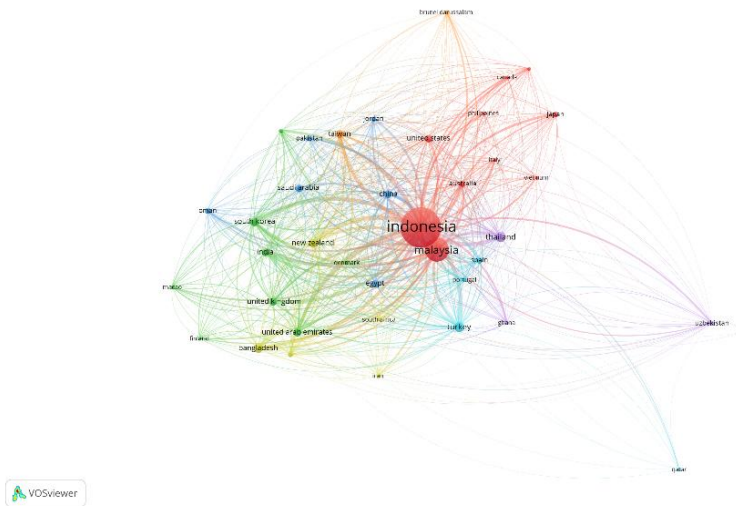
Gambar 1: Diagram alur PRISMA
Sumber: Moher dkk, (2009)



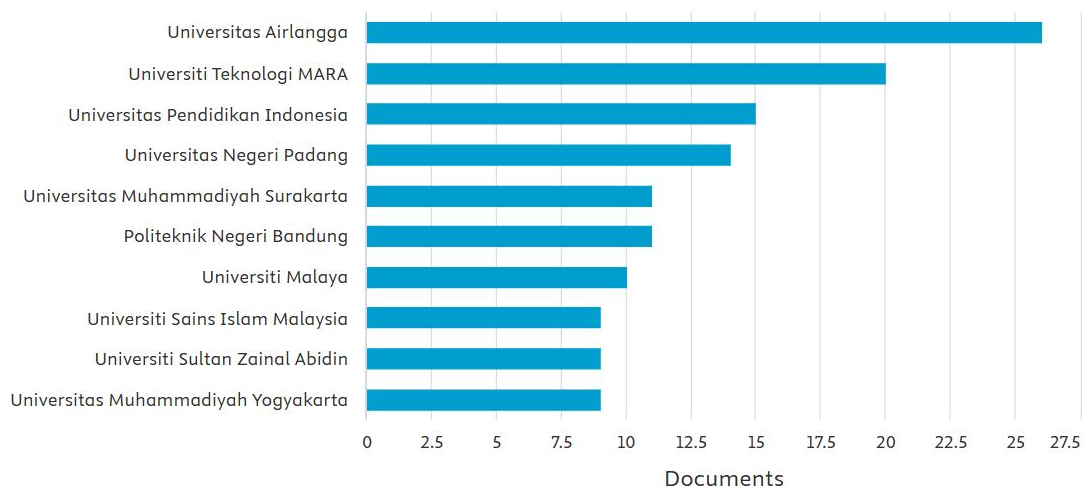
Gambar 2. Jumlah publikasi Pariwisata Halal.
Sumber: Scopus Database



Grafik 1. Jumlah artikel berdasarkan negara atau wilayah (10 negara teratas)
Sumber: Scopus Database



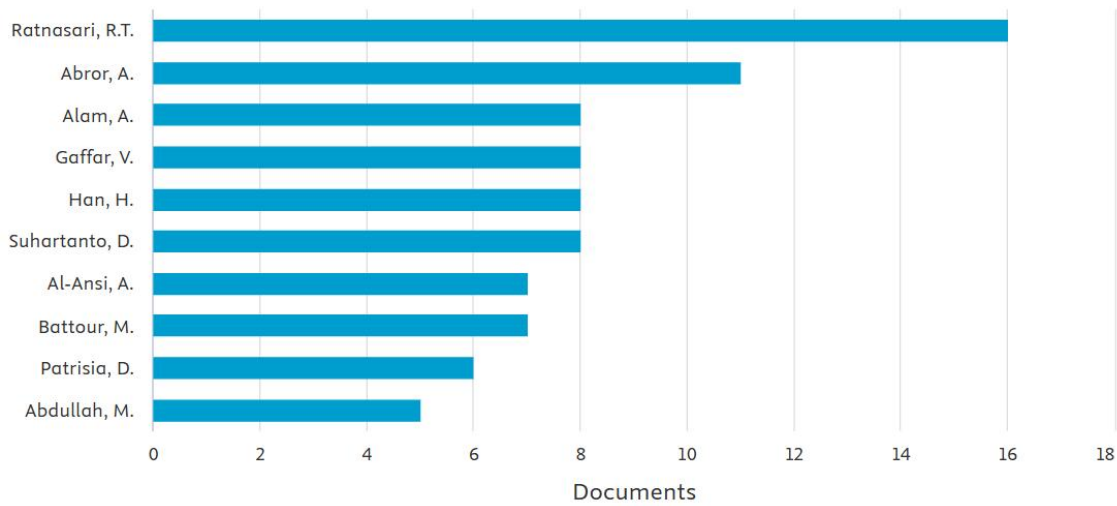
Gambar 4. Visualisasi jaringan antarnegara
Sumber: Hasil keluaran perangkat lunak VOSviewer



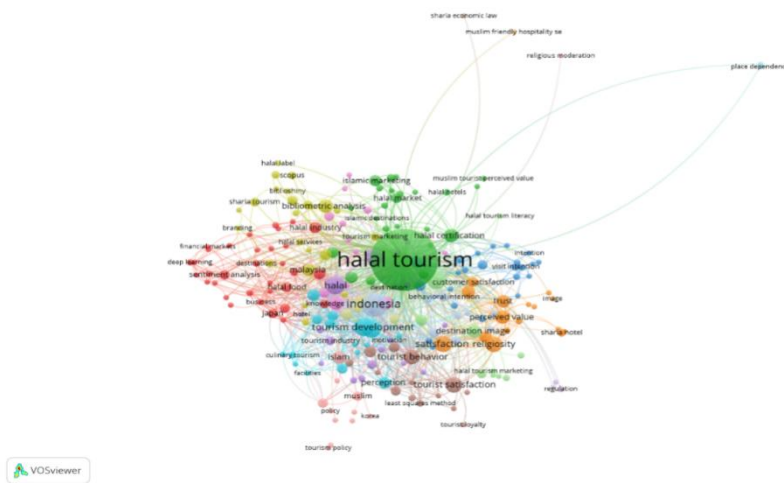
Grafik 2. Visualisasi jaringan antarnegara
Sumber: Basis data Scopus



Gambar 5. Jumlah artikel berdasarkan sumber publikasi (10 sumber teratas)
Sumber: Basis data Scopus



Grafik 3. Jumlah publikasi berdasarkan penulis (10 penulis teratas)
Sumber: Basis data Scopus

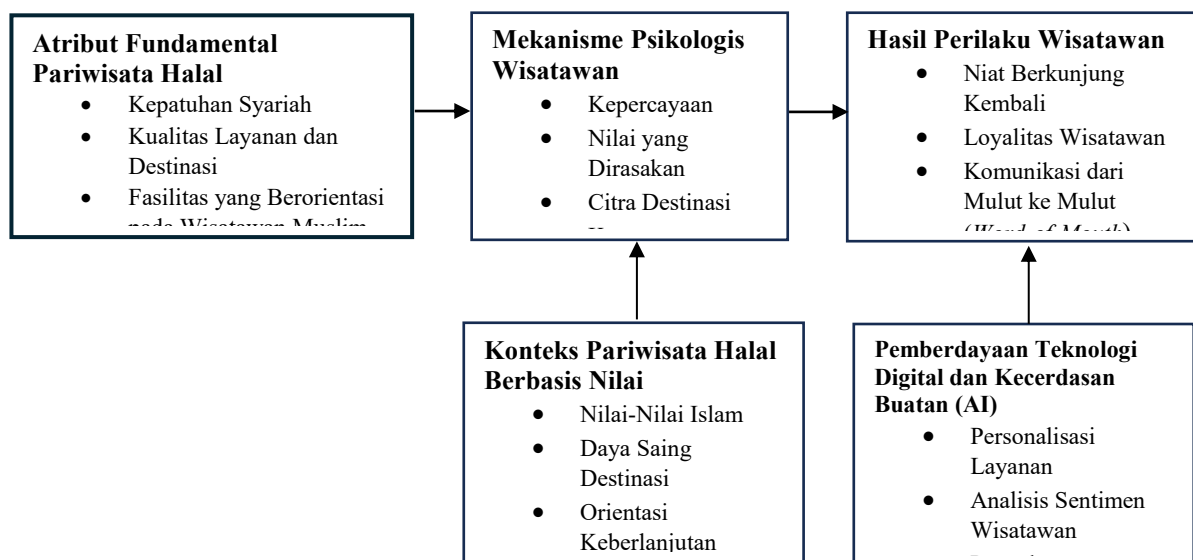


Gambar 6. Kerangka ko-okurensi dan representasi istilah kunci
Sumber: Hasil keluaran perangkat lunak VOSviewer

Tabel 2. Keywords by Authors

Peringkat	Kata Kunci	Total Kekuatan Keterkaitan
1	Halal tourism	698
2	Indonesia	184
3	Tourist destination	170
4	Tourism development	139
5	Tourist behavior	114
6	Islamism	98
7	Ecotourism	90
8	Tourism market	82
9	Muslim tourists	78
10	Satisfaction	74

Sumber: Hasil software VOSviewer



Gambar 7. Model konseptual Atribut Inti Pariwisata Halal (Core Halal Tourism Attributes)

Sumber: Diolah oleh penulis berdasarkan penelitian terdahulu.