



Analisis Pengaruh Tantangan dan Peluang Halal Tourism terhadap Keputusan Berkunjung Kembali di Industri Kuliner Indonesia

Sofiani¹, Roozana Maria Ritonga², Wan Nor Bayah³, Dzatul Nadiah⁴, Felix Jeferson⁵, Yenly Wijaya⁶

^{1,2,5,6}Universitas Bunda Mulia, Indonesia

^{3,4}UITM Kampus Dungun, Malaysia

E-mail: sofiani@bundamulia.ac.id

Article Info	Abstract
Article History Received: 2025-08-05 Revised: 2025-09-12 Published: 2025-10-07 Keywords: <i>Challenges; Opportunities; Halal Tourism; Culinary.</i>	The development of tourism today has led to the accumulation of tourists in a particular object, resulting in a tendency to shift to relatively less developed tourist attractions. This shift has resulted in the emergence of special interest tourism due to the specific motivations of tourists to undertake alternative travel. Along with the emergence of saturation, activities have emerged in society that can meet the needs of today's modern humans, namely Halal tourism activities. Tourism in Indonesia is very diverse, but the most popular is culinary tourism. The many culinary tourism locations in Indonesia make it an option for tourists, but there are still many culinary tourism areas that have not implemented halal tourism. The purpose of this study is to determine the influence of the challenges and opportunities of halal tourism on the decision to revisit the culinary industry. The method used was quantitative by distributing questionnaires to 100 people who had visited culinary tourism areas in Jakarta. The results of the study supported the influence of halal tourism is very large at 76.1%. However, there are still some shortcomings that must be considered, namely providing more information for halal food and drinks by displaying halal logos in front of restaurants.
Artikel Info	Abstrak
Sejarah Artikel Diterima: 2025-08-05 Direvisi: 2025-09-12 Dipublikasi: 2025-10-07 Kata kunci: <i>Tantangan; Peluang; Halal Tourism; Kuliner.</i>	Perkembangan pariwisata dewasa ini menyebabkan penumpukan wisatawan di suatu objek sehingga mengakibatkan kecenderungan untuk beralih ke objek wisata relatif yang belum berkembang pesat. Pergeseran inilah yang mengakibatkan timbulnya pariwisata minat khusus karena adanya motivasi khusus yang dimiliki wisatawan untuk mengadakan perjalanan <i>alternative</i> . Seiring dengan timbulnya kejenuhan tersebut, dalam masyarakat timbul aktivitas yang dapat menjawab kebutuhan manusia modern saat ini yaitu dengan aktivitas wisata Halal. Wisata di Indonesia sangatlah beragam tetapi yang paling populer adalah wisata kuliner, banyaknya lokasi wisata kuliner di Indonesia menjadikan pilihan yang untuk para wisatawan, tetapi masih banyak area wisata kuliner yang belum menerapkan halal tourism. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana pengaruh tantangan dan peluang dari halal tourism terhadap keputusan berkunjung kembali ke industri kuliner. Metode yang digunakan adalah kuantitatif dengan melakukan penyebaran kuesioner kepada 100 orang yang sudah pernah berkunjung ke area wisata kuliner di Jakarta kemudian hasil dari penelitian menunjukkan pengaruh halal tourism sangat besara yaitu 76,1%, tetapi masih ada beberapa kekurangan yang harus di perhatikan yaitu dengan lebih memberikan keterangan untuk makanan dan minuman yang halal dengan memberikan logo halal di depan restoran.

I. PENDAHULUAN

Destinasi dengan daya tarik yang memiliki keunikan, keindahan dan nilai yang berupa keanekaragaman kekayaan alam, budaya dan hasil buatan manusia akan menjadi sasaran atau tujuan kunjungan wisatawan (G. Adinugrho & Sofiani, 2023). Destinasi yang memiliki potensi untuk pengembangan pariwisata yang mempunyai pengaruh penting, seperti pertumbuhan ekonomi, sosial, dan budaya, pemberdayaan sumber daya alam, daya dukung lingkungan hidup, serta pertahanan dan keamanan tentunya

dapat menjadi objek wisata baru (A. Jaelani, 2017). Perkembangan pariwisata dewasa ini menyebabkan penumpukan wisatawan di suatu objek sehingga mengakibatkan kecendrungan untuk beralih ke objek wisata relatif yang belum berkembang pesat (A. Septaqiana, 2022).

Pergeseran inilah yang mengakibatkan timbulnya pariwisata minat khusus karena adanya motivasi khusus yang dimiliki wisatawan untuk mengadakan perjalanan *alternative* (M.S. Ummah, 2019). Seiring dengan timbulnya kejenuhan masyarakat timbul aktivitas yang

dapat menjawab kebutuhan manusia modern saat ini yaitu dengan aktivitas wisata Halal. Fenomena global mengenai pariwisata halal menjadi semakin signifikan karena adanya pertumbuhan populasi Muslim di seluruh dunia dan pergeseran preferensi konsumen terhadap pengalaman wisata yang lebih holistik dan berdasarkan nilai-nilai religius (A. Suhandi, 2023). Wisatawan Muslim tidak hanya mencari destinasi yang memenuhi kebutuhan dasar mereka, seperti akomodasi halal dan makanan yang sesuai syariah, tetapi juga mencari pengalaman yang mendalam dalam memahami budaya dan sejarah yang sejalan dengan keyakinan mereka. Dalam konteks ini, pariwisata halal muncul sebagai konsep yang mengakomodasi aspirasi ini dan sekaligus memberikan kontribusi positif terhadap perekonomian lokal (I.H. Endahm, 2022). Meskipun potensinya besar, pengembangan pariwisata halal juga membawa sejumlah tantangan yang perlu diatasi. Salah satu sektor yang berperan dalam pengembangan pembangunan dan wilayah adalah kegiatan pariwisata (I. Ardiansyah, 2021).

Peluang bisnis dan kesempatan kerja serta strategi pemasaran untuk meningkatkan ekonomi lokal merupakan landasan dari ekowisata (I.S. Djunaid, 2019). Dalam konteks pariwisata halal, tantangan yang kompleks mengemukakan dalam berbagai dimensi. Bagaimana mewujudkan pengembangan pariwisata yang tidak hanya merangsang perekonomian, tetapi juga menjunjung tinggi prinsip-prinsip sosial yang adil, serta merespons kebutuhan lingkungan dalam jangka panjang menjadi pertanyaan esensial (Sofiani, 2023). Salah satu yang paling berdampak mengenai halal *tourism* adalah *Food and Beverage*, *Food and Beverage* merupakan sebuah departemen makanan dan minuman yang memiliki tugas serta tanggung jawab dalam melaksanakan proses persiapan bahan, produksi, pelayanan, sampai saat menyajikan makanan dan minum (Yudhiet, 2018). Selanjutnya, ketidakselarasan antara ekspektasi wisatawan muslim dengan kenyataan layanan yang ditawarkan menjadi perhatian penting. Pariwisata halal dianggap sebatas sebagai strategi pemasaran yang hanya menyoroti aspek makanan halal dan fasilitas berdoa. Wisata *food anda bavarage* di Indonesia terutama di Jakarta semakin hari semakin menjamur dan massif perkembangannya. Wisata kuliner menjadi populer dan menjadi salah satu pilihan untuk berwisata (D. Yunita, 2023) Tetapi banyak sekali wisata kuliner di Jakarta yang

masih belum memfasilitasi wisatawan muslim, padahal Jakarta merupakan salah satu daerah yang memiliki penduduk muslim yang tinggi (A. Suherlan, 2016).

Menyatukan antara harapan yang realistis dari wisatawan muslim dengan penawaran substansial dalam pariwisata halal menjadi permasalahan yang tidak bisa diabaikan. Oleh karena itu, diperlukan strategi promosi yang efektif untuk memastikan bahwa informasi terkait pariwisata halal mudah ditemukan oleh wisatawan muslim sehingga mereka dapat merencanakan perjalanan mereka secara optima (T. Sudarmawan & Sofiani, 2023). Perlu adanya *sustainable practice* yang lebih mendalam untuk dapat memberikan kenyamanan kepada umat muslim di Indonesia yang ingin melakukan kegiatan wisata kuliner. Berdasarkan permasalahan yang ada, rumusan masalah penelitian ini adalah mengetahui bagaimana peluang dan ancaman yang di hadapi oleh pengusaha kuliner, pemangku kepentingan dan pengalaman wisatawan terhadap destinasi wisata kuliner di Indonesia?

II. METODE PENELITIAN

Menurut Sugiyono (2018) metode penelitian kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berdasarkan pada filsafat positivism, digunakan untuk meneliti pada populasi dan sampel tertentu, teknik pengambilan sampel pada umumnya dilakukan secara random, pengumpulan data menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat kuantitatif/statistic dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan. Dalam penelitian ini terdapat dua variable yaitu kenaikan Halal Toursim (X1) minat kunjung kembali wisatawan (Y). Analisis data dilakukan dengan menggunakan SPSS dipilih karena teknik ini bisa mengkombinasikan aspek regresi dan analisis faktor untuk dapat mengestimasi serangkaian hubungan ketergantungan secara simultan.

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

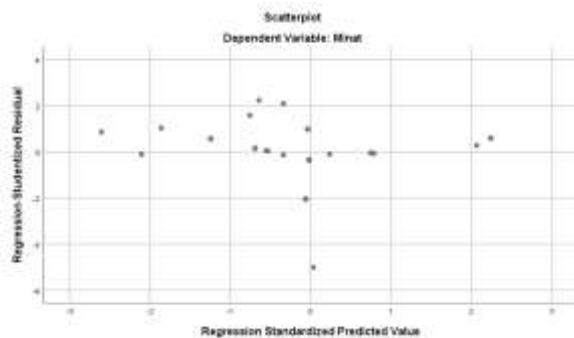
A. Hasil Penelitian

Tabel 1. Kolmogorof-Smirnov

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Predicted Value
N		100
Normal	Mean	24.8300000
Parameters ^{a,b}	Std. Deviation	1.70447332
Most Extreme	Absolute	.259
Differences	Positive	.259
	Negative	-.115

Test Statistic	.259
Asymp. Sig. (2-tailed)	.190 ^c
a. Test distribution is Normal.	
b. Calculated from data.	
c. Lilliefors Significance Correction.	

Berdasarkan tabel di atas dapat dilihat bahwa nilai $0,190 > 0,05$ sehingga dapat disimpulkan bahwa data berdistribusi secara normal karena nilai signifikan pada tabel Kolmogorof- Smirnov lebih besar dari 0,05.



Gambar 1. Uji Heteroskedastisitas

Berdasarkan gambar grafik *scatterplot* diatas dapat terlihat bahwa titik-titik menyebar dan tidak membentuk pola yang jelas sehingga dapat disimpulkan bahwa tidak terjadi heteroskedastisitas.

Tabel 2. Uji Regresi Linear Sederhana

Coefficients ^a					
Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13.151	2.045	6.431	.000
	Halal	.815	.020	.502	5.753

a. Dependent Variable: MlnatKunjung

Berdasarkan tabel di atas, dari variabel independen yang dimasukkan kedalam model regresi. Variabel Wisata Halal (X) berpengaruh secara signifikan terhadap Kepuasan Wisatawan (Y), hal ini dapat dilihat dari signifikan wisata halal sebesar 0.000 yang berarti lebih kecil dari tingkat signifikansi yang digunakan 0.05.

$$Y = a + b.X + e$$

$$Y = 13.151 + 0.815X$$

Hasil analisis regresi dari tabel diatas menunjukkan bahwa wisata halal memiliki hubungan terhadap kepuasan wisatawan dengan nilai signifikasi regresi variabel wisata halal adalah sebesar 0.000. Adapun ketentuan penerimaan atau penolakan hipotesis dalam

buku Sugiyono (2006) terjadi jika signifikansi lebih kecil atau sama dengan 0.05, maka H_a diterima dan H_o ditolak. Berdasarkan signifikansinya yaitu wisata halal (X) dengan probabilitas signifikansi 0.000, wisata halal (X) berpengaruh signifikan terhadap kepuasan (Y).

Maka koefisien regresi wisata halal sebesar 0.815 menyatakan bahwa jika terjadi kenaikan wisata halal 1 unit maka kepuasan wisatawan berkunjung ke Wisata Kuliner Jakarta juga akan meningkat sebesar 0.815% dengan asumsi variabel lain tetap.

Tabel 3. Uji Hipotesis Koefisien Regresi Sederhana (Uji t)

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	13.151	2.045		6.431	.000
	Halal	.815	.020	.502	5.753	.000

a. Dependent Variable: Minat Kunjung Kembali

Dari hasil analisis regresi di atas dapat diketahui nilai t hitung seperti pada tabel diatas. Langkah langkah pengujian sebagai berikut apabila nilai $Sig < 0.05$ maka Hipotesis H_a diterima:

H_0 : Tidak ada pengaruh secara signifikan wisata halal terhadap Minat Kunjung Kembali.
 H_a : Terdapat pengaruh secara signifikan antara wisata halal terhadap Minat Kunjung Kembali.

Dari hasil data di atas dapat disimpulkan bahwa Terdapat pengaruh secara signifikan antara wisata halal terhadap Minat Kunjung Kembali ke Kota Jakarta sehingga H_a diterima.

Tabel 4. Uji Koefisien Determinasi

Uji Koefisien Determinasi Model Summary ^b				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.601 ^a	.761	.720	2.338

a. Predictors: (Constant), Citra, Fasilitas, Makanan, Warga, Lingkungan, Pelayanan
b. Dependent Variable: Minat Kunjung Kembali

Berdasarkan kuesioner yang telah diedarkan kepada wisatawan di berbagai

objek wisata kuliner yang ada di Kota Jakarta dan telah diuji dengan menggunakan SPSS diketahui nilai R^2 sebesar 0,761 (76,1%) bahwa besarnya pengaruh tingkat kepuasan wisatawan yang berkunjung ke Jakarta sebesar 76,1%.

B. Pembahasan

Merujuk pada hasil analisis uji t, diketahui Lokasi penelitian yang dipilih adalah wisata kuliner di Jakarta (Glodok (Chinatown Jakarta), Pantjoran PIK, Pasar Pagi Lama, Blok M Little Tokyo, Jalan Sabang, Wisata Kuliner Pecenongan). Lokasi wisata ini identik dengan penggabungan culture dari berbagai daerah dan kental dengan budaya tionghoa tetapi tidak dapat di pungkiri bahwa lokasi ini merupakan lokasi yang populer untuk di jadikan sebagai destinasi wisata kuliner terutama di Jakarta. Dari seluruh dimensi wisata halal Lingkungan social, Fasilitas Pariwisata Halal, Makanan dan Minuman, Pelayanan Pariwisata Halal, Warga Lokal dan Karyawan, Citra Tujuan dapat dilihat bahwa seluruh dimensi berperan penting dalam penyelenggaraan wisata halal, seluruh aspek yang di ujikan memenuhi hasil yang sangat memuaskan dimana lokasi wisata kuliner rata-rata mampu memberikan pelayanan wisata halal dengan baik dimana kita dapat melihat hasil keandalan dari uji koefisien determinasi sebesar 76,1% hal ini menandakan bahwa lokasi-lokasi wisata kuliner yang akrab dengan budaya tionghoa mampu memberikan kepercayaan kepada umat muslim untuk dapat memberikan toleransi dan menjadikan lokasi tersebut sebagai salah satu destinasi wisata kuliner halal.

Meskipun banyak makanan dan minuman yang beragam dan memang di khususkan untuk non muslim tetapi hal-hal penunjang lain yang di masukan kedalam dimensi wisata halal dapat terpenuhi dan memberikan kepercayaan kepada umat muslim untuk dapat juga berkunjung dan melakukan wisata kuliner di destinasi-destinasi tersebut. Destinasi wisata kuliner di Jakarta Glodok (Chinatown Jakarta), Pantjoran PIK, Pasar Pagi Lama, Blok M Little Tokyo, Jalan Sabang, Wisata Kuliner Pecenongan memberikan fasilitas untuk para wisatawan muslim dengan menyediakan berbagai aspek penunjang dan tentunya makanan dan minuman halal yang bersertifikasi halal untuk memberikan

kepercayaan kepada umat muslim yang juga ingin berkunjung dan melakukan wisata kuliner di daerah tersebut sehingga tidak ada kecondongan atau berat sebelah dalam penyediaan berbagai jenis makan dan minuman serta fasilitas untuk umat muslim ataupun non muslim. Sehingga destinasi-destinasi wisata kuliner tersebut bisa menjadi pilihan utama untuk menjadi destinasi wisata kuliner di Jakarta untuk umat muslim.

IV. SIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dapat ditarik kesimpulan bahwa pengaruh dari *Tantangan dan Peluang Halal Tourism* terhadap minat kunjung kembali wisatawan adalah sebesar 76,1%. Hasil ini berdasarkan nilai koefisien determinasi. Sementara sisanya dipengaruhi oleh variabel lain sebesar 23,9%. *Tantangan dan Peluang Halal Tourism* memberikan pengaruh positif dan signifikan terhadap minat kunjung kembali wisatawan. Berdasarkan hasil uji t yang memiliki nilai signifikansi sebesar $0,000 < 0,05$.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan yang didapat dari penelitian ini, peneliti memberikan beberapa saran:

1. Berdasarkan seluruh hasil yang kuesioner yang di bagikan kekurangan terbesar terdapat pada adanya logo halal pada restaurant-restaurant yang menjual makanan halal di area kuliner, beberapa restoran tidak memasang logo halal dan sertifikat halal di depan toko mereka sehingga membuat keraguan untuk wisatawan muslim melakukan transaksi pembelian.
2. Pihak pengelola disarankan agar lebih memberikan keterangan yang jelas dengan memberikan guid berupa peta yang menginformasikan lokasi-lokasi penjual makanan dan minuman halal
3. Untuk peneliti selanjutnya, dianjurkan menambahkan variabel lain diluar penelitian ini.

DAFTAR RUJUKAN

- A. Jaelani, "International Review of Management and Marketing Halal Tourism Industry in Indonesia: Potential and Prospects," *Int. Rev. Manag. Mark.*, vol. 7, no. 3, pp. 25-34, 2017, [Online]. Available: <http://www.econjournals.com>

- A. Septaqiana, "WISATA HALAL PANTAI TEUPIN LAYEU DI PROVINSI ACEH," vol. x, no. x.
- A. Suhandi, "Strategi Fundraising Dan Program Pemberdayaan Masyarakat Untuk Meningkatkan Ekonomi Mustahik Pada Lembaga Filantropi Baznas Kabupaten Kuningan," *AB-JOIEC Al-Bahjah J. Islam. Econ.*, vol. 1, no. 1, pp. 44–55, 2023, doi: 10.61553/abjoiec.v1i1.22.
- A. Suherlan, "Persepsi Masyarakat Jakarta Terhadap Islamic Tourism," *J. Tauhidinomics*, vol. 1, no. 1, pp. 61–72, 2015.
- D. Yunita, "Pola Perjalanan Wisata Kuliner Kota Medan," *TEHBMJ (Tourism Econ. Hosp. Bus. Manag. Journal)*, vol. 3, no. 1, pp. 24–34, 2023, doi: 10.36983/tehbmj.v3i1.440.
- G. Adinugroho and S. Sofiani, "Analisis Strategi Pengelolaan Destinasi Wisata Taman Wisata Alam Mangrove Angke Kapuk Sebagai Destinasi Ekowisata Di Kota Jakarta Utara Guna Meningkatkan Minat Berkunjung Kembali," *J. Ilm. Glob. Educ.*, vol. 4, no. 3, pp. 1800–1809, 2023, doi: 10.55681/jige.v4i3.1245.
- I. Ardiansyah and H. Iskandar, "Implementation of Green Hotel Management 5-Star Hotel in Jakarta, Case Study: The Dharmawangsa Hotel Jakarta," *IOP Conf. Ser. Earth Environ. Sci.*, vol. 704, no. 1, p. 012034, Mar. 2021, doi: 10.1088/1755-1315/704/1/012034.
- I. H. Endah Meiria, "Pemanfaatan Media Sosial Dalam Pengaruhnya Terhadap Pembentukan Persepsi dan Reputasi Wisata Halal di Indonesia," *J. Ilm. Ekon. Islam*, vol. 8, no. 03, pp. 3236–3248, 2022, [Online]. Available: <https://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/view/6392> %0Ahttps://jurnal.stie-aas.ac.id/index.php/jei/article/download/6392/2850
- I. S. Djunaid, "ANALISIS KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PENGUNJUNG TAMAN WISATA MATAHARI KABUPATEN BOGOR Quality Analysis Of Service To Satisfaction Visitors Matahari Tourism Garden, Bogor Regency," 2019, [Online]. Available: <https://journal.ubm.ac.id/index.php/hospitality-pariwisata>
- M. Haikal, F. Fajri, N. N. Zaki, R. A. Pratama, I. Noviyanti, and S. Pengembangan, "KEBERLANJUTAN USAHA KULINER: ANALISIS," vol. 9, no. 204, pp. 2297–2314, 2024.
- M. S. Ummah, "No 主観的健康感を中心とした在宅高齢者における健康関連指標に関する共分散構造分析 Title," *Sustain.*, vol. 11, no. 1, pp. 1–14, 2019, [Online]. Available: http://scioteca.caf.com/bitstream/handle/123456789/1091/RED2017-Eng-8ene.pdf?sequence=12&isAllowed=y%0Ahttp://dx.doi.org/10.1016/j.regsciurbeco.2008.06.005%0Ahttps://www.researchgate.net/publication/305320484_SISTEM_PEMBETUNGAN_TERPUSAT_STRATEGI_MELESTARI
- N. A. Sunaryo, "Potensi Wisata Kuliner Di Indonesia : Tinjauan Literatur," *Semin. Nas. INOBALI 2019*, pp. 235–242, 2019.
- S. S. Madjid, "Analisis Peluang, Tantangan dan Strategi Industri Halal Di Indonesia (Pada Masa Pandemic Covid-19)," *J. PILAR J. Kaji. Islam Kontemporer*, vol. 13, no. 1, pp. 17–32, 2022.
- S. Sofiani and T. P. Yulia, "Strategi Pengembangan Pariwisata Berkelanjutan di Desa Cihideung Udik Berbasis Lingkungan Pada Fasilitas Penunjang Pariwisata," *J. Hosp. Dan Pariwisata*, vol. 6, no. 2, pp. 23–29, 2023, doi: 10.35729/jhp.v6i2.126.
- Sugiyono. 2018. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*, penerbit Alfabeta, Bandung
- T. Sudarmawan and Sofiani, "Pengaruh Promosi Online Terhadap Keputusan Berkunjung ke Sea World Ancol," *J. Kepariwisata*, pp. 27–36, 2023.
- Y. F. Dewantara, "KERAK TELOR: KULINER KHAS IBU KOTA JAKARTA (BETAWI)," *Natl. Conf. Creat. Ind.*, Sep. 2018, doi: 10.30813/ncci.v0i0.1223.
- Y. Kristiana, M. T. Suryadi, and S. R. Sunarya, "<div class='csl-entry'>Kristiana, Y., Suryadi, M. T., & Sunarya, S. R. (2018). Eksplorasi Potensi Wisata Kuliner Untuk Pengembangan Pariwisata Di Kota Tangerang. Jurnal Khasanah Ilmu,

9(1).</div>," J. Khasanah Ilmu, vol. 9, no. 1,
2018.