



Analisis Penerapan Wisata Halal Dalam Meningkatkan Pendapatan Usaha UMKM Di Centre Point Of Indonesia (CPI) Kota Makassar

Muhammad Zuhud Rizki¹

Universitas Muhammadiyah Makassar

email: muhzuhudrizki@gmail.com

Hurriah Ali Hasan²

Universitas Muhammadiyah Makassar

email: hurriahalihasan@unismuh.ac.id

Muhammad Ridwan³

Universitas Muhammadiyah Makassar

email: muhridwan@unismuh.ac.id

*Korespondensi: muhzuhudrizki@gmail.com

Abstrak

History Artikel:
Received 1 Januari 2026
Revised 15 Januari 2026
Accepted 25 Januari 2026
Available online 1 Februari 2026

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis penerapan wisata halal di kawasan CPI serta dampaknya terhadap peningkatan pendapatan usaha mikro, kecil, dan menengah (UMKM). Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan wisata halal di CPI sudah berjalan cukup baik, yang tercermin dari ketersediaan fasilitas ibadah, penyediaan produk makanan dan minuman halal, serta pelayanan yang ramah dan sesuai prinsip syariah. Penerapan ini memberikan rasa nyaman dan aman bagi wisatawan muslim, sehingga mendorong peningkatan jumlah pengunjung. Dampaknya, pendapatan UMKM di kawasan CPI mengalami peningkatan yang signifikan. Namun, penelitian ini juga menemukan bahwa masih terdapat beberapa kendala, seperti kurangnya pelatihan khusus bagi pelaku UMKM mengenai standar wisata halal, minimnya promosi, serta perlunya pengawasan yang lebih ketat terhadap kepatuhan pelaku usaha terhadap prinsip halal. Oleh karena itu, diperlukan upaya optimalisasi melalui pelatihan, promosi yang intensif, dan peningkatan fasilitas penunjang untuk memperkuat citra CPI sebagai destinasi wisata halal unggulan.

Keywords:

Wisata Halal, Pendapatan, UMKM, CPI

Pendahuluan

Pariwisata merupakan salah satu komponen penting dalam pembangunan perekonomian di berbagai negara. Melalui sektor pariwisata, suatu negara dapat memperoleh keuntungan ekonomi berupa devisa dan peningkatan pendapatan masyarakat. Oleh karena itu, pariwisata memiliki peran strategis dalam mendorong pertumbuhan ekonomi nasional maupun daerah. Perkembangan teknologi dan ilmu pengetahuan yang semakin pesat turut memicu persaingan industri pariwisata secara global, sehingga menuntut setiap negara untuk terus berinovasi dalam mengembangkan sektor ini (Ilham, 2020).

Seiring meningkatnya kesejahteraan masyarakat, kebutuhan manusia juga mengalami perkembangan, salah satunya adalah kebutuhan untuk berwisata. Meskipun dalam beberapa pandangan aktivitas wisata sering dikaitkan dengan gaya hidup, pada kenyataannya masyarakat modern telah memandang wisata sebagai bagian dari kebutuhan hidup yang perlu dipenuhi dalam waktu tertentu. Wisata tidak hanya berfungsi sebagai sarana rekreasi, tetapi juga sebagai media pemulihan fisik dan psikologis serta penguatan hubungan sosial (Ilham, 2020).

Dalam konteks Indonesia, penyelenggaraan kepariwisataan dilaksanakan dengan menjunjung tinggi norma agama dan nilai budaya sebagai implementasi konsep keseimbangan hubungan antara manusia dan Tuhan Yang Maha Esa. Kebijakan pengembangan pariwisata nasional harus berlandaskan nilai-nilai agama dan adat istiadat setempat. Indonesia sebagai negara dengan mayoritas penduduk beragama Islam memiliki kekayaan tradisi dan budaya yang tidak terpisahkan dari ajaran agama. Tradisi dan budaya yang berkembang di masyarakat merupakan manifestasi dari nilai-nilai keagamaan yang telah melebur dalam kehidupan sosial masyarakat Indonesia.

Berdasarkan fenomena tersebut, objek wisata berbasis budaya di Indonesia pada umumnya memiliki keterkaitan erat dengan nilai-nilai Islam yang telah menjadi identitas dan kebanggaan masyarakat. Oleh karena itu, pengembangan objek wisata budaya tidak dapat dilepaskan dari pertimbangan nilai-nilai Islam sebagai agama mayoritas. Kekayaan tradisi, budaya, dan adat istiadat masyarakat Muslim Indonesia menjadi latar belakang pentingnya pengembangan konsep wisata halal. Pengembangan wisata halal didorong oleh meningkatnya minat wisatawan lokal maupun internasional terhadap layanan wisata yang sesuai dengan prinsip syariah Islam (Al Hasan, 2018).

Pariwisata halal diharapkan menjadi sarana rekreasi yang memberikan kesenangan dan kebahagiaan tanpa meninggalkan tuntunan syariah. Dalam konteks ini, wisatawan tetap dapat menjalankan kewajiban agama selama berwisata, seperti tersedianya makanan halal dan fasilitas ibadah. Kehadiran wisata halal tidak menghilangkan unsur-unsur wisata konvensional, selama unsur tersebut tidak bertentangan dengan prinsip syariah Islam. Menurut Al Hasan, terdapat sembilan komponen ideal dalam pengembangan wisata halal, yaitu awareness, attractive, accessible, available, affordable, acceptance, agency, attentiveness, dan accountability, yang secara keseluruhan bertujuan menciptakan destinasi wisata yang aman, nyaman, dan berkelanjutan (Al Hasan, 2018).

Pariwisata juga berperan sebagai sektor strategis dalam meningkatkan pendapatan individu, masyarakat, serta pendapatan negara. Beberapa daerah bahkan sangat bergantung pada sektor pariwisata sebagai penggerak utama perekonomian, terutama wilayah yang memiliki keindahan alam, kekayaan budaya, serta infrastruktur pendukung yang memadai. Wisata halal sebagai tren baru pariwisata global menawarkan konsep wisata alam, budaya, dan buatan yang dibingkai dalam nilai-nilai Islam, sehingga mampu menjawab kebutuhan wisatawan Muslim secara komprehensif (Ilham, 2020).

Wisata halal di Indonesia memiliki potensi ekonomi yang sangat besar mengingat Indonesia merupakan negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia. Hal ini dibuktikan dengan diraihnya penghargaan World's Best Halal Travel Destination versi Global Muslim Travel Index (GMTI) pada tahun 2019. Berbagai destinasi halal di Indonesia terus dikembangkan melalui peningkatan layanan ramah Muslim, fasilitas ibadah, sertifikasi halal makanan dan minuman, serta penerapan konsep pemasaran berbasis smart tourism untuk meningkatkan daya saing destinasi wisata halal (GMTI, 2019).

Salah satu kawasan yang memiliki potensi besar dalam pengembangan wisata halal adalah Centre Point of Indonesia (CPI) di Kota Makassar. Kawasan ini merupakan hasil pengembangan reklamasi Pantai Losari yang dilengkapi dengan berbagai fasilitas publik seperti ruang terbuka hijau, area kuliner, fasilitas olahraga, serta pembangunan Masjid 99 Kubah. Kehadiran CPI memberikan kontribusi signifikan terhadap perputaran ekonomi masyarakat, khususnya pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) yang

memanfaatkan aktivitas wisata sebagai sumber pendapatan. Dengan fasilitas yang ramah keluarga, kemudahan akses, serta lingkungan yang kondusif untuk ibadah, CPI berpotensi menjadi destinasi wisata halal yang mampu meningkatkan pendapatan UMKM di Kota Makassar.

Metode

Jenis penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Metode penelitian kualitatif merupakan metode yang digunakan untuk memahami dan menafsirkan fenomena sosial berdasarkan data yang diperoleh langsung dari lapangan, dengan menekankan pada makna, proses, dan konteks sosial yang melingkupinya. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan penerapan konsep wisata halal di kawasan Center Point of Indonesia (CPI) dalam mendukung pertumbuhan ekonomi Kota Makassar, Sulawesi Selatan. Melalui metode kualitatif, peneliti berupaya menggali realitas sosial secara mendalam terkait potensi, peluang, serta implikasi pengembangan wisata halal terhadap aktivitas ekonomi masyarakat, khususnya pelaku usaha di kawasan tersebut (Moleong, 2019).

Peneliti memilih metode penelitian kualitatif deskriptif karena metode ini memungkinkan peneliti memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai konsep wisata halal, termasuk tantangan dan hambatan yang mungkin muncul dalam penerapannya. Analisis data dilakukan secara rinci dengan memperhatikan konteks sosial, budaya, dan keagamaan masyarakat setempat, sehingga hasil penelitian diharapkan mampu memberikan gambaran yang utuh dan mendalam mengenai fenomena yang diteliti. Pendekatan ini juga relevan untuk mengungkap makna dan persepsi masyarakat terhadap wisata halal sebagai bagian dari pengembangan ekonomi daerah (Sugiyono, 2020).

Pendekatan penelitian yang digunakan bersifat kualitatif deskriptif, yaitu pendekatan yang bertujuan untuk menggambarkan dan menjelaskan suatu fenomena secara sistematis, faktual, dan akurat. Melalui pendekatan ini, peneliti berusaha menjelaskan secara mendalam persepsi masyarakat terhadap penerapan wisata halal di kawasan Center Point of Indonesia (CPI) Kota Makassar, Sulawesi Selatan. Pendekatan deskriptif kualitatif memungkinkan peneliti untuk menginterpretasikan pandangan, sikap, serta pengalaman masyarakat secara langsung, sehingga dapat diperoleh pemahaman yang lebih kontekstual mengenai penerimaan dan kesiapan masyarakat terhadap implementasi wisata halal (Creswell, 2018).

Hasil Penelitian

Berdasarkan hasil wawancara dengan para pelaku UMKM, karyawan, dan pengunjung di kawasan Centre Point of Indonesia (CPI) Kota Makassar, penerapan konsep wisata halal terbukti memberikan dampak positif terhadap peningkatan pendapatan UMKM. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepemilikan sertifikat halal menjadi prioritas utama bagi pelaku usaha kuliner sejak awal pendirian usaha. Hal ini bertujuan untuk menjamin kehalalan produk sekaligus meningkatkan kepercayaan konsumen muslim yang mendominasi pengunjung kawasan CPI (W/19/07/2025). Kehalalan produk tidak hanya dipahami sebatas label, tetapi juga mencakup pemilihan bahan baku, tanggal kedaluwarsa, proses pengolahan, serta kebersihan lingkungan usaha.

Selain aspek kehalalan, strategi pemasaran berbasis digital turut berperan dalam meningkatkan omzet UMKM. Pelaku usaha memanfaatkan label halal yang jelas, kerja sama dengan layanan ojek online, serta promosi melalui media sosial dalam bentuk video proses produksi dan testimoni pelanggan. Strategi ini dinilai efektif dalam menjangkau konsumen yang lebih luas, termasuk wisatawan yang tidak berkunjung langsung ke CPI (W/19/07/2025).

Hasil ini menunjukkan bahwa integrasi nilai halal dengan inovasi pemasaran modern mampu meningkatkan daya saing UMKM di kawasan wisata.

Keberagaman produk kuliner juga menjadi faktor penting dalam menarik minat wisatawan. UMKM di CPI menawarkan berbagai jenis makanan dan minuman, mulai dari makanan tradisional hingga menu modern, yang ditujukan untuk menjangkau berbagai segmen konsumen, baik wisatawan lokal maupun mancanegara. Diversifikasi produk ini berdampak pada kestabilan pendapatan, dengan omzet bulanan pelaku UMKM berkisar antara Rp10.000.000 hingga Rp15.000.000, tergantung pada kepadatan pengunjung dan musim kunjungan (W/19/07/2025).

Hasil wawancara juga menunjukkan bahwa pelaku UMKM memiliki pemahaman yang cukup baik terhadap konsep wisata halal. Wisata halal dipahami tidak hanya sebagai penyediaan makanan halal, tetapi juga mencakup kenyamanan wisatawan muslim melalui ketersediaan fasilitas ibadah, kebersihan lingkungan, pelayanan yang sopan, serta tidak adanya aktivitas yang bertentangan dengan prinsip syariah (W/19/07/2025). Menariknya, mayoritas pelaku usaha tidak merasa khawatir bahwa wisata halal akan mengurangi minat wisatawan non-muslim. Sebaliknya, konsep ini justru dipandang mampu memperluas pasar karena nilai kebersihan, kesehatan, dan kualitas produk bersifat universal.

Dari sisi tenaga kerja, karyawan UMKM mengungkapkan bahwa meskipun belum terdapat pelatihan khusus terkait wisata halal, praktik kerja sehari-hari telah mencerminkan prinsip dasar halal, seperti kebersihan, pelayanan ramah, dan penggunaan bahan bersertifikat halal. Namun demikian, karyawan menilai bahwa pelatihan khusus mengenai standar wisata halal sangat dibutuhkan agar pemahaman dan kualitas pelayanan menjadi lebih seragam (W/19/07/2025).

Sementara itu, pengunjung muslim menyatakan merasa nyaman berwisata di kawasan CPI karena tersedianya fasilitas ibadah, lingkungan yang bersih, serta pelayanan yang sopan. Namun, beberapa pengunjung menilai bahwa aspek informasi dan promosi wisata halal masih perlu ditingkatkan agar konsep ini lebih mudah dikenali dan dipahami oleh wisatawan dari luar daerah (W/01/08/2025). Secara umum, CPI dinilai memiliki potensi besar sebagai destinasi wisata halal karena letaknya yang strategis, mudah diakses, serta didukung oleh pemandangan alam dan fasilitas publik yang memadai.

Pembahasan

Penerapan wisata halal di kawasan CPI memiliki relevansi yang kuat terhadap peningkatan pendapatan UMKM. Kepemilikan sertifikat halal dan penerapan standar kebersihan yang ketat terbukti meningkatkan kepercayaan konsumen terhadap produk UMKM. Hal ini sejalan dengan pendapat Henderson (2016) yang menyatakan bahwa sertifikasi halal merupakan instrumen penting dalam membangun citra positif dan keandalan produk pariwisata halal, khususnya di pasar yang sensitif terhadap aspek kehalalan. Label halal berfungsi sebagai sinyal kepercayaan yang mampu mendorong keputusan pembelian konsumen muslim.

Selain itu, penerapan wisata halal tidak hanya berfokus pada produk, tetapi juga pada ekosistem layanan yang mendukung kenyamanan wisatawan muslim. Ketersediaan fasilitas ibadah, area wudhu, serta lingkungan yang bersih dan aman menjadi faktor pendukung utama dalam meningkatkan loyalitas pengunjung. Hal ini selaras dengan pandangan Timothy dan As'Addi (2018) yang menegaskan bahwa wisata halal harus memberikan pengalaman

menyeluruh yang mencakup aspek spiritual, sosial, dan ekonomi agar mampu menciptakan kepuasan wisatawan secara berkelanjutan.

Hubungan antara wisata halal dan peningkatan pendapatan UMKM juga terlihat dari strategi pemasaran yang diterapkan. Pemanfaatan media digital, layanan pesan antar, serta diversifikasi produk kuliner halal terbukti memperluas jangkauan pasar dan meningkatkan omzet usaha. Temuan ini sejalan dengan penelitian Rahman dan Qalati (2020) yang menyebutkan bahwa integrasi nilai halal dengan inovasi pemasaran modern dapat meningkatkan persepsi nilai, kepercayaan, dan loyalitas konsumen. Dengan demikian, wisata halal tidak hanya mempertahankan pasar muslim, tetapi juga menarik minat wisatawan non-muslim yang menghargai kualitas dan kebersihan produk.

Secara keseluruhan, sinergi antara penerapan prinsip halal dan strategi bisnis yang adaptif menjadikan wisata halal sebagai katalis pertumbuhan ekonomi UMKM di CPI. Stabilitas pendapatan, meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan, serta terbukanya peluang usaha dan lapangan kerja baru menunjukkan bahwa wisata halal memiliki potensi besar sebagai model pengembangan pariwisata yang inklusif dan berkelanjutan. Hal ini sejalan dengan temuan Husni et al. (2020) dan *Journal of Tourism Economics* (2023) yang menegaskan bahwa destinasi wisata halal yang dikelola secara partisipatif mampu meningkatkan daya saing UMKM dan mendorong pertumbuhan ekonomi lokal.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai penerapan wisata halal dalam meningkatkan pendapatan UMKM di Centre Point of Indonesia (CPI), dapat disimpulkan bahwa penerapan konsep wisata halal memiliki relevansi yang kuat terhadap peningkatan pendapatan pelaku UMKM. Hal ini disebabkan oleh kemampuannya dalam membangun dan memperkuat kepercayaan konsumen, khususnya wisatawan muslim, melalui kepemilikan sertifikat halal yang berfungsi sebagai penjamin kualitas, keamanan, dan kehalalan produk. Selain aspek produk, penerapan wisata halal juga mencakup standar kebersihan, kualitas bahan baku, serta ketersediaan fasilitas pendukung seperti mushola dan area wudhu. Keseluruhan aspek tersebut berkontribusi dalam membentuk citra CPI sebagai destinasi wisata halal yang lengkap, nyaman, dan terpercaya bagi pengunjung.

Lebih lanjut, penelitian ini menunjukkan adanya sinergi yang kuat antara citra halal dan penerapan strategi bisnis modern sebagai katalis pertumbuhan ekonomi UMKM. Integrasi nilai halal dengan digital marketing, diversifikasi produk, serta pelayanan yang inklusif terbukti mampu meningkatkan omzet UMKM secara berkelanjutan. Pendekatan ini tidak hanya berdampak pada peningkatan pendapatan pelaku usaha, tetapi juga mendorong berkembangnya usaha pendukung seperti penginapan syariah dan kerajinan bernuansa Islami, sekaligus menciptakan lapangan kerja baru bagi masyarakat sekitar. Oleh karena itu, model pengembangan wisata halal yang diterapkan di CPI layak dijadikan acuan bagi pengembangan destinasi wisata halal di daerah lain sebagai strategi pembangunan ekonomi lokal yang inklusif dan berkelanjutan.

Referensi

- Abdurrahman Misno.2018.“Analisis Praktik Pariwisata Syariah Perspektif Hukum Ekonomi Syariah,”*AdDeenar:JurnalEkonomi dan Bisnis Islam*, 2.02,135.
- Andi Samsu Rijal, Dosen/Writer.Central Point Of Indonesia Dan Eksotisme Makassar Menuju Kota Dunia.
- Agus Hari Saputra pengunjung wawancara langsung Pada,01/08/2025
- Azizah. (2021). *Persepsi wisatawan terhadap wisata halal di Kota Padang*

- Ansari, Hali Makki. Fatwa Dsn-Mui No. 108 Dsn-Mui (X) 2016 tentang Pedoman Penyelenggaraan Wisata Berdasarkan Prinsip Syariah Sebagai Fondasi Pengembangan Wisata Syariah Pulau Santen Kabupaten Banyuwangi.
- Bimo Walgito. 1989. Pengantar Psikolog Umum (Yogyakarta: CV. Andi Office). Cetakan ke-3.
- Battour, M., & Ismail, M. N. (2016). Halal tourism: Concepts, practices, and challenges. In M. Eid & H. El-Gohary (Eds.), *Emerging research on Islamic marketing and tourism in the global economy* (pp. 1–26).
- Battour, M., & Ismail, M. N. (2016). Halal tourism: Concepts, practices, challenges and future. *Tourism Management Perspectives*,.
- Donny Prasetyo, Masyarakat, Network Society, Komunikasi, Informasi, Teknologi.
- Donny Prasetyo¹, Irwansyah² Memahami Masyarakat Dan Perspektifnya.
- Hidayat, T., & Fitria, N. (2019). *Pengaruh wisata halal terhadap pendapatan UMKM di Aceh*
- Fatwa DSN MUI No. 108 Tahun 2016, Tentang “Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata Berdasarkan Prinsip Syariah”
- Fitriany, Wawancara Langsung Pada 19/07/2025
- fita puspita Pemilik Restoran babathe x luce CPI resto, Wawancara Langsung pada 19/07/2025
- Geoedukasi Volume III Nomor 1, Maret 2014, Tejkusumo, B.
- Hadi Suprpto Arifin, Ikhsan Fuady, Engkus Kuswarno Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik Vol. 21 No.1, Juli: 88-101 Factor Analysis That Effect University Student Perception In Untirta About Existence Of Region Regulation In Serang City.
- Hakim, m. L., hanif, n. A., & prasetyo, s. (2023). Pengembangan sektor pariwisata halal melalui smart tourism di indonesia dan dubai. *The indonesian journal of public administration (ijpa)*, 9(2).
- Nurdany, Pedagang/Pemilik Restoran Di Lego-Lego Cpi, Wawancara Langsung, 19/07/2025
- Nina Agustina wawancara langsung Pada, 01/08/2025
- Ilham pengunjung wawancara langsung pada 19/07/2025
- Kementrian Agama RI. Al-Qur'an dan Terjemahannya (Bandung: Diponegoro, 2014). (2012).
- Kementerian Agama RI, (2020). Al-Qur'an Dan Terjemahnya (Jakarta: Lajnah Pantashihan Mushaf Al-Qur'an Balitbang Diklat Kemenag RI). QS. At-Taubah, Ayat 105,
- Masje Wurarah. 2022. Implikasi Prior Knowledge Persepsi Siswa Pada Kemampuan Guru dan Kebiasaan Belajar Siswa Terhadap Hasil Belajar Biologi (Yogyakarta: CV. Bintang Semesta Media).
- Muhammad Ilham et al. 2022. “Analisis Penyelenggaraan Pariwisata Syariah Perspektif Fatwa DSN-MUI Nomor 108 / DSN- MUI / X / 2016,” 1, 2022.
- Maskur, Analisis Karakteristik Produk Halal Pada Makanan Dalam Perspektif Ayat Ahkam.
- Nusran, M. Halal Centre sebagai Penguatan Industri Halal untuk eksistensi Identitas ke-UMI-an. Halal centre UMI.
- Pratiwi, N. M. D., & Suryawardani, I. G. A. O. (2018). "Pengaruh Media Sosial terhadap Keputusan Berkunjung Wisatawan ke Destinasi Wisata di Bali." *Jurnal IPTA (Industri Perjalanan Wisata)*,
- Rahmawati. (2020). *Penerapan wisata halal dan dampaknya terhadap UMKM di Lombok* (Skripsi Sarjana, Universitas Mataram). Universitas Mataram Repository.
- Rohim, A. N., & Priyatno, P. D. (2021). Pola konsumsi dalam implementasi gaya hidup halal. *Maro: Jurnal Ekonomi Syariah dan Bisnis (M-JESB)*, 4(2).
- S. M. Siahaan. 1990. Komunikasi Pemahaman dan Penerapannya (Jakarta: BPK Gunung Mulia).
- Sugiyono, Metode Penelitian Kombinasi (Mixed Methods), (Bandung: Alfabeta), 2012, Sugiyono, Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D, (Bandung: Alfabeta),

- Tanjung, A., & Panggabean, S. A. (2022). Peluang Wisata Halal Terhadap Pengembangan Ekonomi Islam. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*.Tejokusumo dinamika Masyarakat sumber belajar.
- Tisnawati, N., Ratnawuri, T., Farida, N., & Sholiha, S. (2022). Sosialisasi Pentingnya Produk Halal Melalui Penanaman Nilai Profetik Bagi Pedagang Pasar Kreatif. *Rejomulyo Tangguh (Pak RT). SINAR SANG SURYA: Jurnal Pusat Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(2).
- Udai Parek. 1996 *Perilaku Organisasi* (Jakarta: Pustaka Binaman Pressinfo). Undang-undang Republik Indonesia Nomor 33 Tahun 2014 Tentang Jaminan Produk Halal Pasal 1 ayat (2).
- Wulandari,D.,&Sari,D.P.(2020)."Ketersediaan dan Keamanan Destinasi Wisata dalam Meningkatkan Kepuasan Wisatawan." *Jurnal Pariwisata Nusantara*.
- Wisnu Pemilik Restoran dapur nusantara, Wawancara Langsung Pada 19/07/2025
- Yusof, R. N. R., Muhammad, N. M. N., & Yusof, S. A. M. (2018). Halal tourism development and economic growth. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*,