



Pemetaan Penelitian Bisnis Pariwisata Halal: Analisis Bibliometrik Pada Database Scopus

Arif Purwantoro¹, Tri Haryanto², Sri Endah Nurhidayati³

¹ Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Airlangga, Surabaya, arif.purwantoro-2022@feb.unair.ac.id

² Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Airlangga, Surabaya, tri.h@feb.unair.ac.id

³ Fakultas Vokasi, Universitas Airlangga, Surabaya, sriendah.nurhidayati@vokasi.unair.ac.id

Abstrak

Pangsa pasar terbesar di era pasca pandemi ini dikuasai oleh negara timur tengah, terbukti industri sepak bola saat ini pemilik klub dari sana. Disisi lain, semakin banyak juga permintaan dari wisatawan muslim yang ingin menjalankan gaya hidup mereka sesuai dengan ajaran agama. Industri pariwisata tentunya harus merespon dengan memfasilitasi pariwisata halal karena turis timur tengah mayoritas beragama islam. Tujuan penelitian ini adalah untuk memetakan, memberikan gambaran singkat tentang bibliometrik bisnis pariwisata halal yang dapat digunakan untuk memeriksa tren, pola, dan perkembangannya. Penelitian ini menggunakan data publikasi artikel yang bersumber dari database scopus dari tahun 1997-2023 dengan tema bisnis pariwisata halal atau "halal tourism business" dan didapatkan 60 artikel dengan menggunakan aplikasi VOSviewer. Hasil penelitian menunjukkan artikel dengan tema bisnis pariwisata halal dalam database scopus pertama kali terbit pada tahun 1997. Artikel dengan tema bisnis pariwisata halal paling banyak terbit pada tahun 2022 (12 dokumen) sedangkan jurnal yang paling banyak menerbitkannya adalah "Journal of Islamic Marketing". Afiliasi jurnal terbanyak dari Universitas Malaysia Kelantan, jurnal terbanyak diterbitkan dari Indonesia, subyek terbanyaknya area bisnis, manajemen dan akuntansi. Kata kunci yang terkait dengan bisnis wisata halal antara lain: agama islam, muslim traveller, wisata halal, produk wisata halal, bisnis halal dan industry wisata halal.

Kata Kunci: Bisnis, Pariwisata, Halal.

Abstract

The largest market share in the post-pandemic era is controlled by Middle Eastern countries, as evidenced by the fact that the football industry currently owns clubs from there. On the other hand, there are also increasing requests from Muslim tourists who want to carry out their lifestyle by religious teachings. The tourism industry must respond by facilitating halal tourism because most Middle Eastern tourists are Muslim. This study aims to map and briefly describe the bibliometrics of the halal tourism business that can be used to examine trends, patterns, and developments. This study used article publication data from the Scopus database from 1997-2023 with the theme "halal tourism business" and obtained 60 articles using the VOSviewer application. The results showed that articles with the theme of the halal tourism business in the Scopus database were first published in 1997. The most published articles with the theme of the halal tourism business were in 2022 (12 documents), while the journal that published the most was "Journal of Islamic Marketing". The most affiliated journals are from the University of Malaysia Kelantan, the most published journals are from Indonesia, and the most subjects are business, management, and accounting. Keywords related to the halal tourism business include Islamic religion, Muslim traveler, halal tourism, halal tourism products, halal business, and halal tourism industry.

Keywords: Level Business, Tourism, Halal.

PENDAHULUAN

Bisnis pariwisata yang berlabel halal pada beberapa tahun terakhir ini berkembang dengan sangat pesat. Pada era pasca pandemi, bisnis pariwisata halal telah mengalami pertumbuhan yang mencolok di berbagai penjuru dunia, karena semakin banyaknya permintaan dari wisatawan muslim yang ingin menjalankan gaya hidup mereka sesuai dengan ajaran agama. Sehingga produk, layanan, dan gaya hidup seperti kosmetik, obat-obatan, bank, pariwisata, dll harus halal bagi umat Islam sebagai bagian dari kebutuhan agama mereka (Aslan, 2023). Selain itu, efek globalisasi dan kemajuan teknologi telah memudahkan akses wisatawan muslim ke berbagai destinasi, sehingga meningkatkan peluang bisnis pariwisata halal. Konsep bisnis pariwisata halal menekankan pada aspek kepatuhan terhadap prinsip-prinsip agama Islam dalam penyediaan layanan pariwisata. Hal ini meliputi segala aspek, mulai dari akomodasi, makanan dan minuman, hingga kegiatan rekreasi yang sesuai dengan prinsip-prinsip agama Islam. Muslim ingin menunaikan kewajiban agama mereka dan menjauhi haram saat bepergian, sehingga mereka menuntut pengalaman liburan yang halal (Boğan et al., 2023). Salah satu faktor penting dalam bisnis pariwisata halal adalah sertifikasi halal. Hotel, restoran, dan penyedia layanan pariwisata lainnya dapat memperoleh sertifikasi halal dari lembaga yang berwenang untuk menjamin kepatuhan terhadap prinsip-prinsip syariah. Melalui sertifikasi halal, wisatawan Muslim menjadi yakin bahwa produk dan layanan yang mereka gunakan telah memenuhi persyaratan yang diakui oleh agama Islam (Al-shami & Abdullah, 2023). Selain itu, faktor lain yang penting dalam bisnis pariwisata halal adalah pengembangan produk dan destinasi yang halal atau yang sesuai dengan syariat Islam. Hal ini dapat mencakup pengembangan hotel-hotel dengan fasilitas sholat, pengaturan tur yang mengunjungi tempat-tempat bersejarah dan budaya Islam, serta menyediakan makanan halal yang bervariasi. Bisnis pariwisata halal juga memiliki dampak ekonomi yang signifikan. Hal ini mencakup penciptaan lapangan kerja, pertumbuhan ekonomi local dan peningkatan pendapatan dari sektor pariwisata. Selain itu, bisnis pariwisata halal juga berpotensi untuk meningkatkan pemahaman dan toleransi antar budaya, mempromosikan toleransi dan perdamaian, serta memperkuat hubungan antara komunitas Muslim dan non-Muslim. Dalam mengembangkan bisnis pariwisata halal khususnya wisata kuliner, kolaborasi antara berbagai pihak seperti pemerintah, industri pariwisata, dan masyarakat lokal sangatlah penting (Lin et al., 2023). Pemerintah dapat memberikan dukungan kebijakan dan infrastruktur yang mendukung bisnis pariwisata halal, sedangkan industri pariwisata dan masyarakat lokal dapat berkontribusi dalam pengembangan produk dan destinasi yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Dalam mengembangkan bisnis pariwisata halal, penting untuk memahami prinsip-prinsip syariah Islam, mendapatkan sertifikasi halal yang tepat, dan mengembangkan produk dan destinasi yang sesuai dengan syariat Islam yang tentunya harus dipatuhi oleh umat islam.

Bisnis pariwisata yang memiliki sertifikat halal mengacu pada industri pariwisata yang mengikuti prinsip-prinsip agama Islam dalam penyediaan layanan wisata. Ini berarti bisnis tersebut mengikuti panduan dan aturan agama Islam untuk memastikan bahwa layanan yang disediakan sesuai dengan kepercayaan dan kebutuhan wisatawan muslim.

"Halal Tourism: Concepts, Practices, Challenges, and Future" membahas konsep dan praktik pariwisata halal secara komprehensif (Alwi, 2017). Penulis menjelaskan prinsip-prinsip dasar yang harus diikuti dalam industri pariwisata halal, termasuk aspek makanan halal, akomodasi, mode berpakaian yang pantas, dan kesopanan. Mereka juga membahas tantangan yang dihadapi oleh industri pariwisata halal dan memberikan pandangan tentang masa depannya.

"Islamic Tourism and Hospitality Marketing: Opportunities and Challenges", membahas strategi pemasaran untuk industri pariwisata dan perhotelan halal (Shariff & Islam, 2017). Penulis menjelaskan bagaimana bisnis dapat memasarkan produk dan layanan mereka kepada wisatawan muslim. Mereka juga membahas tantangan khusus yang dihadapi dalam memasarkan pariwisata halal dan memberikan wawasan tentang peluang yang ada di pasar ini.

"Halal Tourism: A New World in the Tourism Industry", membahas tren baru dalam industri pariwisata, yaitu pariwisata halal (Yan et al., 2017). Penulis menjelaskan tentang potensi pasar pariwisata halal dan mengapa semakin banyak wisatawan muslim yang mencari pengalaman wisata yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Mereka juga membahas kebutuhan dan preferensi khusus wisatawan muslim dan bagaimana bisnis dapat menyesuaikan layanan mereka untuk memenuhi permintaan ini.

Bisnis pariwisata halal juga harus menunjukkan perhatian dan kehati-hatian dalam memilih kegiatan yang sejalan dengan prinsip syariah. Dengan demikian, aspek utama yang mewarnai bisnis pariwisata halal adalah penggabungan konsep ekonomi, budaya, dan agama (Hidayat et al., 2021). Untuk memiliki daya saing, pengembangan destinasi pariwisata perlu dilakukan secara berkelanjutan. Suatu ciri khas atau daya Tarik destinasi pariwisata lebih condong mengedepankan segi social dan budaya daripada aspek ekonomi atau ekologis. Keunggulan komparatif merupakan salah satu penentu destinasi wisata menguasai pasar. Selain keunggulan komparatif terdapat pula faktor penentu lainnya seperti orientasi permintaan (antisipasi jika terjadi perubahan permintaan pasar), struktur industri (keberadaan atau tidaknya industri terorganisir yang terkait dengan destinasi pariwisata), dan komitmen lingkungan (seberapa besar kepedulian terhadap lingkungan (Hassan, 2000). Dari faktor faktor tersebut, pihak pariwisata tentunya harus bias merespon sudut pandang global tersebut agar bias bersaing, tumbuh dan memiliki tampilan maupun pelayanan yang lebih segar bagi wisatawan (Dwyer & Kim, 2003).

Kebaharuan penelitian ini adalah dengan menampilkan analisis artikel yang terindeks scopus lebih banyak interval tahunnya yaitu pada tahun 1997 hingga tahun terbaru yaitu tahun 2023. Dari hasil penelusuran didapatkan 60 artikel yang dianalisis menggunakan software VosViewer

METODE

Jenis Pada Penelitian ini menerapkan metode statistik deskriptif. Statistik deskriptif digunakan untuk mengkaji metode-metode dalam mengumpulkan, merapikan, dan menyajikan data penelitian (Soesatyo et al., 2020; Wijaya, 2013). Penelitian ini telah mengupayakan penyajian data yang tersusun rapi melalui tabel maupun grafik. Analisis data penelitian ini dilakukan melalui bibliometric sehingga diperoleh evaluasi data bibliografi seperti jumlah dokumen per tahunnya, jumlah dokumen menurut sumber, jumlah dokumen oleh penulis, jumlah dokumen berdasarkan afiliasi, jumlah dokumen menurut negara atau wilayah, jumlah dokumen berdasarkan tipe, jumlah dokumen berdasarkan bidang studi dan jumlah dokumen oleh sponsor pendanaan. Pola pemanfaatan dokumen, perkembangan dari tahun ke tahun terkait litelatur, dan juga bagaimana sumber informasi pada masing-masing bidang subjek bias diungkapkan dengan analisis bibliometrik. Secara umum, bibliometrik memiliki kemampuan untuk memberikan informasi secara deskriptif maupun studi evaluatif. Fokus pada analisis deskriptif meliputi informasi artikel seperti produktivitas dari suatu buku atau artikel maupun format diluar keduanya. Aspek yang perlu diperhatikan pada analisis deskriptif meliputi informasi detail seperti penulis tersebut laki-laki atautkah perempuan, apa saja jenis karya yang dihasilkan oleh

penulis, seberapa luas tingkat kolaborasi, seberapa tinggi atau besar produktivitas dari penulis, dimana penulis bekerja dan siapa subjek penelitian dari artikel tersebut. Selain deskriptif terdapat pula analisis evaluatif yang menghasilkan analisis penggunaan literatur melalui referensi atau kutipan dalam penelitian artikel, buku, atau format lainnya (Pattah, 2013).

Penelitian ini menganalisis data berupa artikel yang telah terpublikasi pada database scopus dari tahun 1997-2023 dengan tema penelitian bisnis pariwisata halal atau “halal tourism business”. Pengumpulan data dilakukan dengan mendownload semua jurnal di database scopus dalam bentuk dokumen file tipe “RIS” dengan kata kunci “halal tourism business”. Dari hasil pencarian, terdapat 60 artikel yang diterbitkan antara tahun 1997-2023. Karena terdapat 60 artikel, semua 60 artikel tersebut akan digunakan dalam analisis data selanjutnya.

Bisnis pariwisata halal juga dianalisis trennya dalam penelitian ini. Analisis tren juga dilakukan melalui bantuan software lunak VOSviewer. Dengan bantuan software VOSviewer, penelitian ini bias mendapatkan data terkait visualisasi jaringan bibliometrik (Akhtar et al., 2023; Eck & Waltman, 2017; Rejeb et al., 2021).

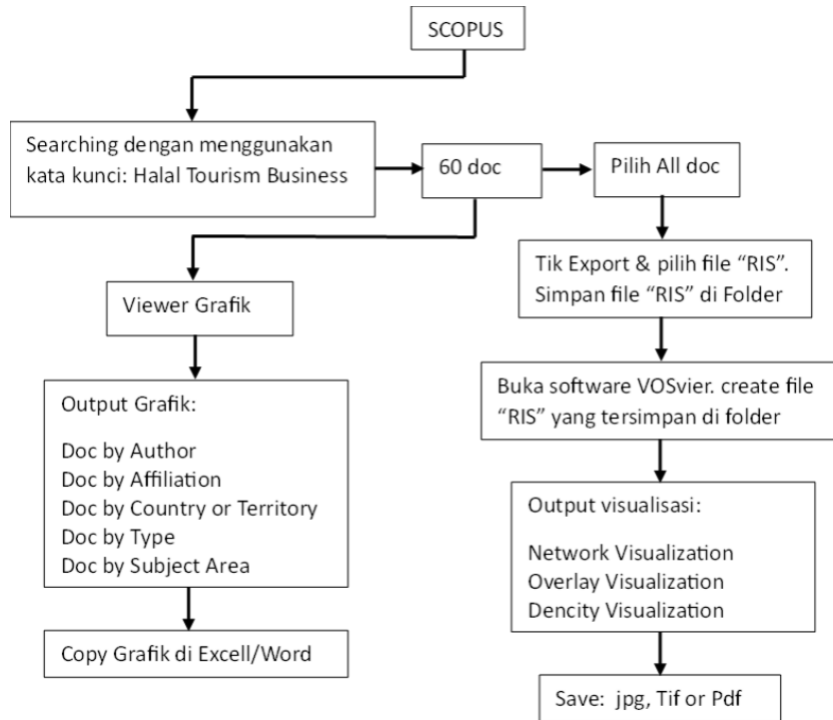
Langkah-langkah dalam mengunduh type file dalam bentuk “RIS” di database scopus:

1. Search documents di database scopus dengan kata kunci “Halal Tourism Business”
2. Klik All pada jurnal scopus
3. Klik export dan pilih tipe File “RIS”
4. Simpan file hasil download dalam bentuk “RIS” ke folder.

Langkah-langkah dalam memproses bibliometrik di software VOSviewer:

1. Buka software VOSviewer
2. Klik file create → choose type of data pilih create a map based on text data → next
3. Choose data source pilih read data from reference manager file → next
4. Select files Pilih “RIS” → brows data file “RIS” yang sudah terdownload dan tersimpan di folder → next
5. Choose fields pilih title and abstract fields (tetap centang ignore structured abstract label dan ignore copyright statements) → next
6. Choose counting method pilih binary counting → next
7. Choose threshold → minimum number of occurrences of term (4) → next
8. Choose number of terms; number of terms to be selected sesuai kebutuhan
9. Verify selected terms (term yang tidak berhubungan dengan topik bisa kita hilangkan dengan cara menghilangkan tanda centang pada kotak terms)
10. Finished. Hasilnya dapat kita lihat di network visualization, overlay visualization dan density visualization

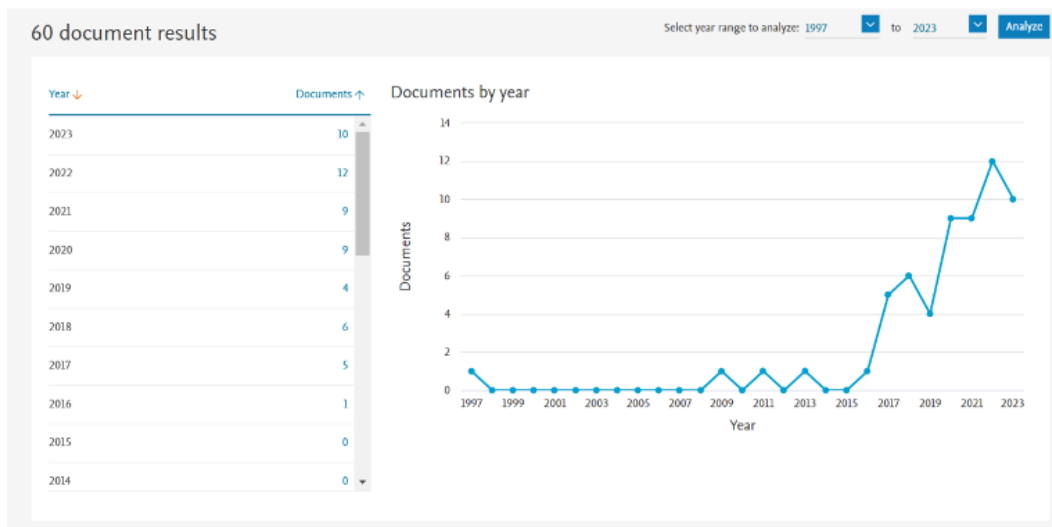
Tahapan Metode Pengumpulan Data



Gambar 1. Tahapan Metode Pengumpulan Data

HASIL DAN PEMBAHASAN

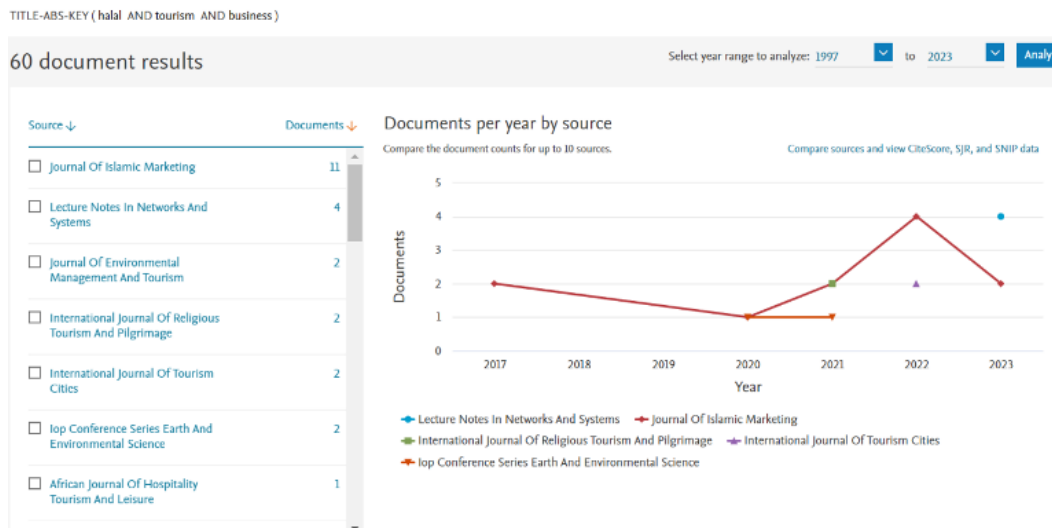
Salah satu indikator untuk mengetahui tren minat peneliti pada topik bisnis pariwisata halal adalah melalui jumlah dokumen/artikel dengan tema bisnis pariwisata halal (Cahyani et al., 2022). Halal Tourism: An Analysis of Scientific Publications in Scopus Database. Journal of Halal Tourism, 1(1), 1-10. menganalisis publikasi ilmiah tentang pariwisata halal dalam database Scopus, menyediakan wawasan tentang tren dan perkembangan halal tourism.



Gambar 2. Jumlah Dokumen Bisnis Pariwisata Halal

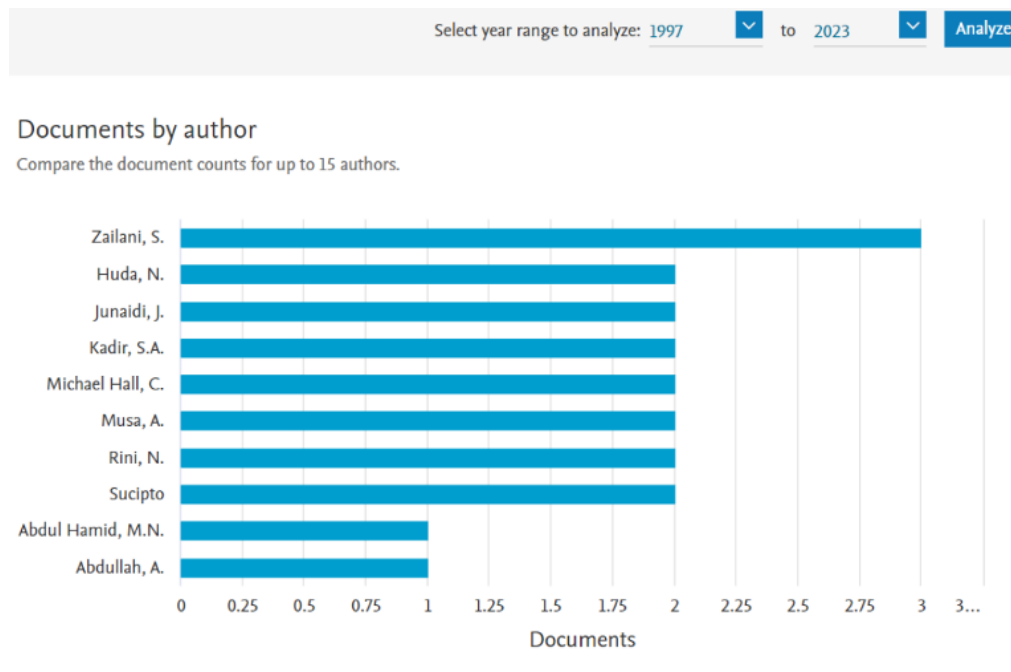
Data jumlah dokumen/artikel dengan tema bisnis pariwisata halal yang terdapat di database scopus kurun waktu 1997 – 2023 adalah sebanyak 60 dokumen. Jumlah dokumen bisnis

pariwisata halal meningkat secara eksponensial, dari 1 pada tahun 1997 menjadi 10 pada tahun 2023, dengan puncak 12 dokumen pada tahun 2022 (Grafik 1.)



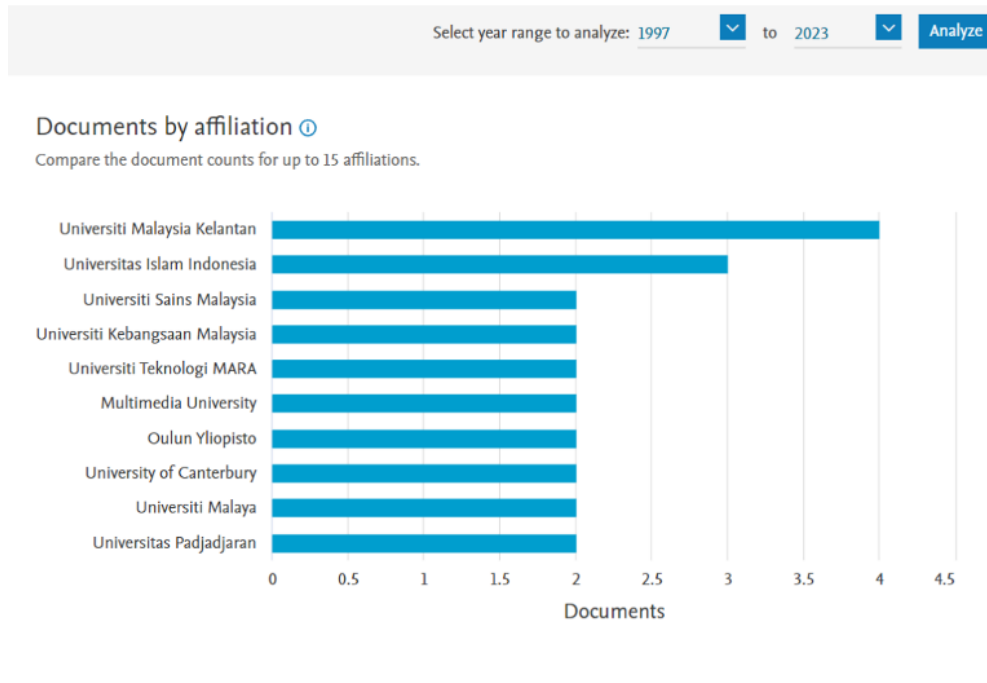
Gambar 3. Jumlah Dokumen Per Tahun Berdasarkan Sumber Bisnis Pariwisata Halal

Dalam Gambar 3 terlihat 7 jurnal paling utama yang menerbitkan artikel yang berhubungan dengan topik bisnis pariwisata halal. Jurnal yang paling aktif dalam menerbitkan artikel terkait bisnis pariwisata halal adalah "*Journal of Islamic Marketing*" dengan total 11 artikel.



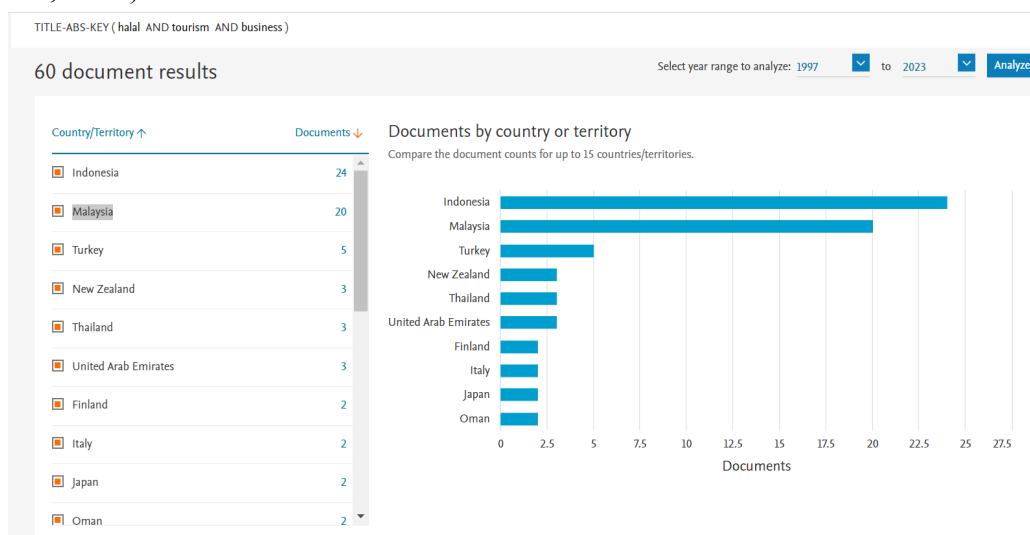
Gambar 4. Jumlah Dokumen Oleh Penulis

Penulis berpartisipasi dalam publikasi penelitian bisnis pariwisata halal dari tahun 1997 hingga 2023. Menariknya, tidak ada penulis yang menghasilkan lebih dari 3 makalah. Satu – satunya penulis yang menulis 3 dokumen atas nama Zailani, S.



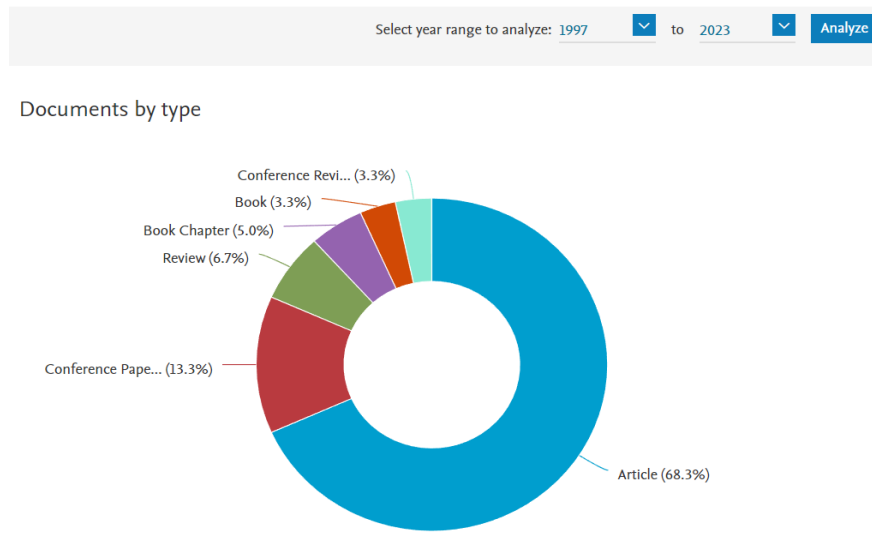
Gambar 5. Dokumen Berdasarkan Afiliasi

Tang, S. Y., & Abdullah, N. H. (2020). Bibliometric Analysis of Halal Tourism: A Global Perspective. *Journal of Islamic Marketing*, 11(5), 1444-1461. Penelitian ini menggunakan analisis bibliometrik untuk menggambarkan tren dan perkembangan penelitian pariwisata halal secara global, serta mengidentifikasi negara-negara dan institusi-institusi yang paling aktif dalam penelitian ini. 10 besar afiliasi dalam publikasi penelitian halal tourism business dari tahun 1997 hingga 2023 antara lain: Universitas Malaysia Kelantan (4 Dokumen), Universitas Islam Indonesia (3 dokumen), selebihnya Universitas Sains Malaysia, Universiti Kebangsaan Malaysia, Univesrsiti Teknologi MARA, Multimedia University, Oulun Yliopisto, University of Canterbury, Universisti Malaya dan Unisversitas Padjadjaran masing-masing (2 dokumen) (Tang & Abdullah, 2020).



Gambar 6. Dokumen menurut negara atau wilayah

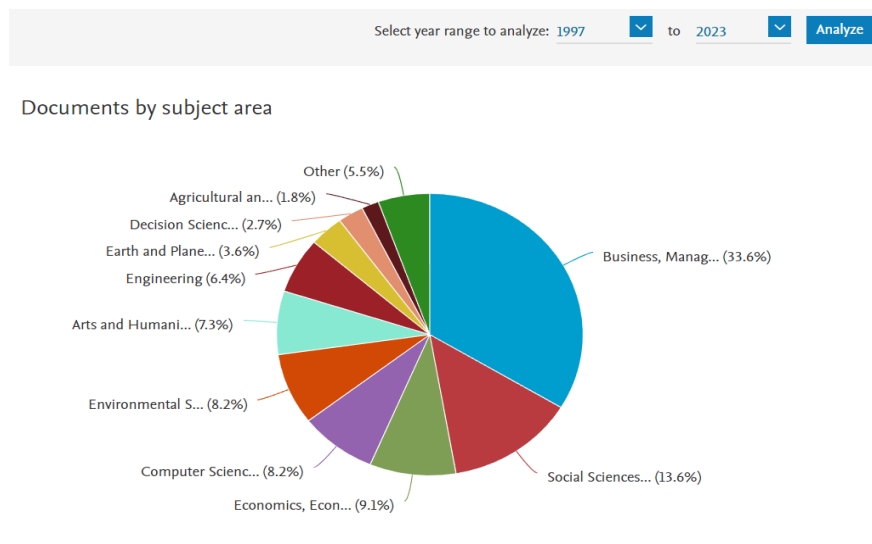
Ismail, A. G., & Othman, A. B. (2018). A Bibliometric Analysis of Halal Tourism Research. *Journal of Islamic Marketing*, 9(4), 969-987. menganalisis analisis bibliometrik tentang penelitian pariwisata halal, termasuk fokus penelitian, negara penulis, dan jurnal yang paling banyak berkontribusi dalam halal tourism. Berdasarkan negara atau wilayah, Indonesia menduduki peringkat pertama dalam publikasi jurnal bisnis pariwisata halal dengan publikasi sebanyak 24 dokumen disusul Malaysia dengan 20 publikasi dan Turkey sebanyak 5 publikasi (Ismail & Othman, 2018).



Gambar 7. Penelitian bertema bisnis pariwisata halal tipe dokumen

Park, J., & Kim, H. J. (2017). A Bibliometric Analysis of Research Trends in Halal Tourism. *Journal of Islamic Marketing*, 8(1), 133-148. Studi ini menggunakan analisis bibliometrik untuk menganalisis tren penelitian dalam pariwisata halal, termasuk topik penelitian yang paling banyak dikaji dan kolaborasi penulis yang paling umum (Park & Kim, 2017).

Penelitian bertema bisnis pariwisata halal berdasarkan tipe dokumen, mayoritas berbentuk artikel jurnal (68,3%), kemudian conference paper (13,39%), review (6,7%), book chapter (5,0%), book (3,3%), dan sumberlain.



Gambar 8. Penelitian bertema bisnis pariwisata halal berdasarkan bidang studi

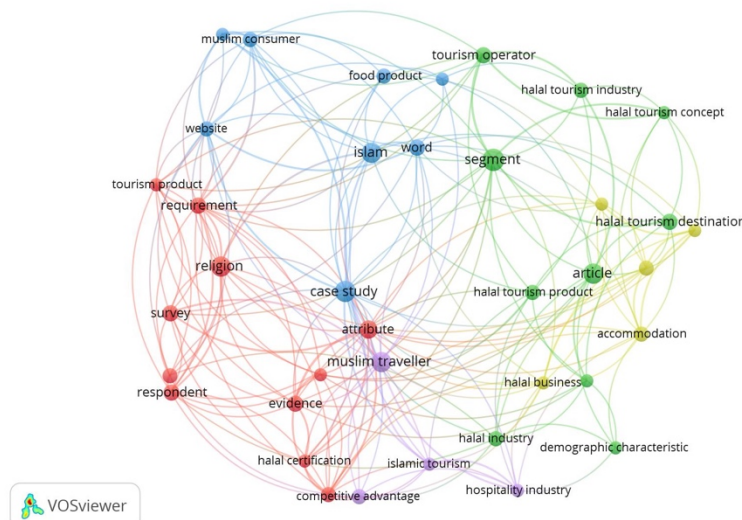
Penelitian bertema bisnis pariwisata halal dokumen berdasarkan bidang studi, mayoritas dari disiplin ilmu business management (33,6%), kemudian sosial sciences (13,6%), economics (8,2%), computer sciences (8,2%), arts and humanity (7,3%), engineering (6,4%), earth plane (3,6%), decision sciences (2,7%), agricultural (1,8%) dan sumberlain.

Tabel 1
Lima Artikel Berdasarkan Jumlah Sitasi Terbanyak

Nama Penulis	Judul Artikel	Nama Jurnal	Jumlah Sitasi
(Zailani et al., 2011)	An exploratory study on the factors influencing the non-compliance to halal among hoteliers in Malaysia	International Business Management, 5(1), pp. 1–12	45
(Wan-Hassana & Awangb, 2009)	Halal food in New Zealand restaurants: An exploratory study	International Journal of Economics and Management, 3(2), pp. 385–402	43
(Rahman et al., 2017)	Tapping into the emerging Muslim-friendly medical tourism market: evidence from Malaysia	Journal of Islamic Marketing, 8(4), pp. 514–532	35
(Alserhan et al., 2018)	The transparency of Islamic hotels: “Nice Islam” and the “self-orientalizing” of Muslims?	International Journal of Tourism Research, 20(4), pp. 475–487	25
(Moshin et al., 2020)	Halal tourism is traveling fast: Community perceptions and implications	Journal of Destination Marketing and Management, 18, 100503	23

Analisis Bibliometrik Bisnis Pariwisata Halal

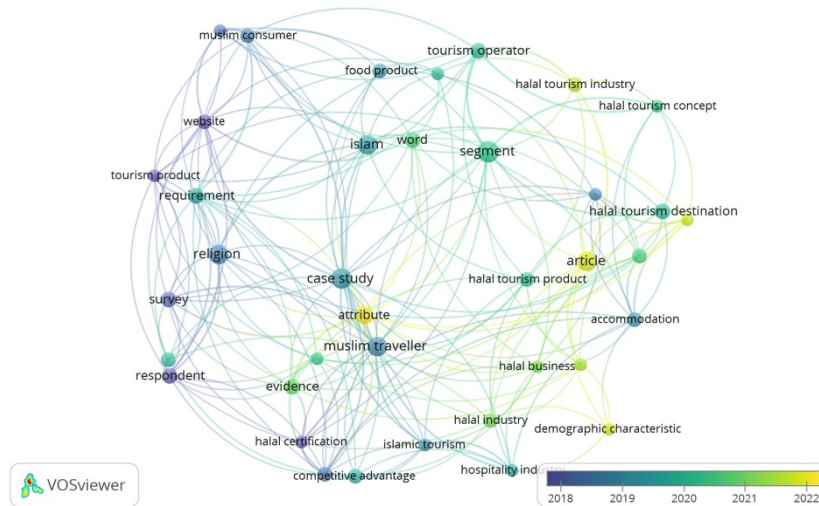
Penelitian ini memanfaatkan software VosViewer untuk melakukan analisis bibliometrik. Kami memasukkan kata kunci "bisnis pariwisata halal" atau "halal tourism business". Setelah dianalisis menggunakan software VosViewer, penelitian ini menghasilkan tiga jaringan visualisasi antara lain jaringan visualisasi, visualisasi overlay, dan visualisasi densitas. Berikut hasil analisis Bibliometrik :



Gambar 9. Sebaran Kata Kunci dalam Visualisasi Jaringan

Berdasarkan gambar 9, ViosViewer memberikan informasi bahwasannya kata kunci

terbanyak muncul di artikel bertemakan bisnis pariwisata halal dalam publikasi “*halal tourism business*”. Beberapa Kata kunci muncul antara lain *religion, case study, islam, muslim consumer, segment, halal tourism product, halal tourism industry, halal tourism concept, halal industri, muslim traveller, Islami tourism, halal business, halal tourism destination* dan *accomodation*. Dengan demikian kata-kata kunci tersebut sebelumnya sudah banyak dilakukan oleh peneliti.

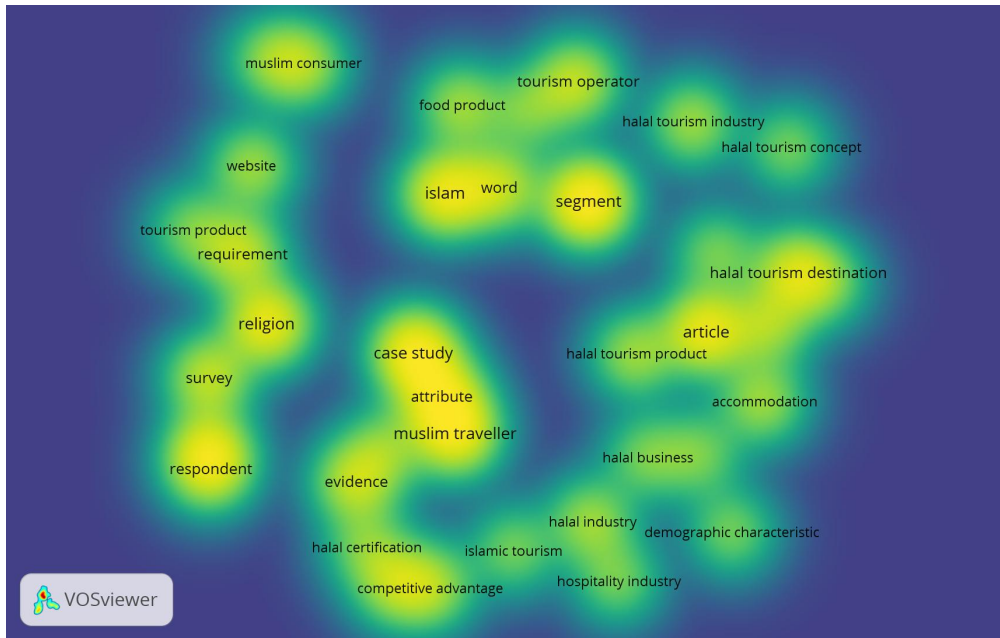


Gambar 10. Sebaran kata kunci dalam overlay visualization

Gambar 10 menggambarkan distribusi kata kunci atau keyword yang ditampilkan pada visualisasi overlay. Pada gambar lingkaran tersebut, warna-warna yang digunakan mengindikasikan periode penerbitan artikel. Semakin gelap warna lingkaran, maka kata kunci tersebut dibahas dalam publikasi sebelum tahun 2018. Sedangkan, semakin cerah kuning lingkaran dalam menunjukkan kata kunci tersebut dibahas dalam publikasi yang terbit setelah tahun 2022.

Kata kunci yang awal-awal muncul terlihat pada lingkaran dengan warna abu-abu gelap. Kata kunci tersebut antara lain *religion, tourism product, respondent* dan *halal certification*. Hal ini berarti pada awal kemunculan artikel yang membahas tentang bisnis pariwisata halal sangat erat kaitannya dengan agama dan prinsip-prinsip halal secara umum, pariwisata yang sesuai dengan ketentuan Islam

/Syariah, pemasaran, dan konsumsi halal. Dengan demikian, pada awalnya artikel yang membahas bisnis pariwisata halal lebih banyak berperan sebagai pencetus atau dasar dari istilah bisnis pariwisata halal. Namun, situasinya berbeda dengan kata kunci yang muncul dalam penelitian terbaru seperti yang terlihat di Gambar 2. ditunjukkan dengan lingkaran warna kuning. Publikasi terbaru lebih cenderung membahas bisnis pariwisata halal dari sisi *halal tourism industry* dan *halal tourism destination*, persepsi wisatawan, daya saing destinasi wisata, komunikasi, adaptasi, dan strategi model pengembangan bisnis pariwisata halal.



Gambar 11. Sebaran kata kunci dalam density visualization

Gambar 11. menjelaskan sebaran kata kunci dalam density visualization. Pada gambar tersebut terlihat sebaran kata kunci yang terkait dengan bisnis pariwisata halal dalam publikasi yang terindeks Scopus. warna kuning menunjukkan kata kunci yang paling sering digunakan, diantaranya halal *tourism destination*, halal *tourism product*, halal *business*, halal industri, halal *tourism industry*, halal *tourism concept*, halal *certification* dan muslim *traveller*. Dari gambar tersebut, kebaruan penelitian yang terkait dengan industri pariwisata halal dapat dijelaskan. Penelitian yang akan datang terkait dengan bisnis pariwisata halal dapat mengangkat topik yang terkait dengan halal *tourism destination*, dengan halal *tourism product*.

PENUTUP

Simpulan

Sesuai dengan tujuan dan pembahasan yaitu memetakan, memberikan gambaran singkat tentang bibliometrik bisnis pariwisata halal yang dapat digunakan untuk memeriksa tren, pola, dan perkembangannya maka didapatkan simpulan sebagai berikut. Artikel dengan tema bisnis pariwisata halal dalam database scopus pertama kali terbit pada tahun 1997 (1 dokumen). Artikel dengan tema bisnis pariwisata halal paling banyak terbit pada tahun 2022 (12 dokumen). Jurnal yang paling banyak menerbitkan artikel dengan tema bisnis pariwisata halal adalah “Journal of Islamic Marketing”. Jumlah dokumen bertemakan halal *tourism business* yang terdapat di database scopus dengan rentang waktu 1997-2023 adalah 60 dokumen. Peneliti yang paling banyak berkontribusi menulis topik bisnis wisata halal adalah Zailani, S. (3 dokumen), Huda, N. (2 dokumen), Junaidi, J. (2 dokumen), Kadir, S.A. (2 dokumen), Michael Hall, C. (2 dokumen), Musa, A. (2 dokumen), Rini, N. (2 dokumen), Sucipto (2 dokumen). Kontribusi negara dalam memproduksi artikel bertema bisnis pariwisata halal di dominasi oleh Indonesia (24 dokumen), Malaysia (20 dokumen), Turkey (5 dokumen), New Zeland (3 dokumen), Thailand (3 dokumen), United Arab Emirates (3 dokumen), Finland (2 dokumen), Italy (2 dokumen), Japan (2 dokumen) dan Oman (2 dokumen). Dari hasil data VOSviewer (visualisai jaringan, visualisasi Overlay dan visualisasi density) keterlibatan indikator kata kunci yang terkait dengan bisnis

pariwisata halal antara lain: halal tourism destination, halal tourism product, halal business, halal industry, halal tourism industry, halal tourism concept dan halal certification. Jumlah dokumen di database scopus terkait bisnis wisata halal sebanyak 60 dokumen dan data peta jaringan kejadian bersama kata kunci dalam literatur tentang bisnis pariwisata menunjukkan warna kuning cemerlang sebagai indikator masih sedikit peneliti yang mengambil tema bisnis pariwisata halal, sehingga dapat ditarik kesimpulan masih terbuka luas peluang terkait penelitian bisnis pariwisata halal.

Saran

Berdasarkan hasil analisis bibliometrik, belum banyak penulis yang mengangkat topik Bisnis Pariwisata Halal. Disarankan untuk peneliti ke depan dalam penelitian bisnis pariwisata halal menitik beratkan pada konsep bisnis pariwisata halal. Pastikan untuk melakukan kajian mendalam dan konsultasi dengan ahli atau pakar bisnis pariwisata halal. Halal dalam konteks ini mengacu pada prinsip-prinsip agama Islam yang meliputi makanan, minuman, akomodasi, dan aktivitas yang bersertifikasi halal.

DAFTAR PUSTAKA

- Akhtar, M. J., Azhar, M., Khan, N. A., & Rahman, M. N. (2023). Conceptualizing social media analytics in digital economy: An evidence from bibliometric analysis. *Journal of Digital Economy*, 2, 1–15. <https://doi.org/10.1016/J.JDEC.2023.03.004>
- Al-shami, H. A., & Abdullah, S. (2023). Halal food industry certification and operation challenges and manufacturing execution system opportunities. A review study from Malaysia. *Materials Today: Proceedings*, 80, 3607–3614. <https://doi.org/10.1016/J.MATPR.2021.07.331>
- Alserhan, B. A., Wood, B. P., Rutter, R., Halkias, D., Terzi, H., & Al Serhan, O. (2018). The transparency of Islamic hotels: “Nice Islam” and the “self-orientalizing” of Muslims? *International Journal of Tourism Research*, 20(4), 475–487. <https://doi.org/10.1002/jtr.2197>
- Alwi, S. (2017). Halal Tourism: Concepts, Practices, Challenges, and Future. *Tourism and Gastronomy*, 9(1), 29–39.
- Aslan, H. (2023). The influence of halal awareness, halal certificate, subjective norms, perceived behavioral control, attitude and trust on purchase intention of culinary products among Muslim costumers in Turkey. *International Journal of Gastronomy and Food Science*, 32, 100726. <https://doi.org/10.1016/J.IJGFS.2023.100726>
- Boğan, E., Saraç, Ö., Kiper, V. O., & Batman, O. (2023). Exploring halal tourism-related factors that mitigate employees’ job pursuit intention in halal hotels: The moderating roles of age and gender. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 55, 368–379. <https://doi.org/10.1016/J.JHTM.2023.05.012>
- Cahyani, U. E., Sari, D. P., & Siregar, R. M. A. (2022). Analisis Bibliometrik Pariwisata Halal untuk Mengeksplorasi Determinan Daya Saing Destinasi Wisata. *Ar Rehla: Journal of Islamic Tourism, Halal Food, Islamic Traveling, and Creative Economy*, 2(2), 106–121.

<https://doi.org/10.21274/ar-rehla.v2i2.5887>

- Dwyer, L., & Kim, C. (2003). Destination Competitiveness: Determinants and Indicators. *Current Issues in Tourism*, 6(5), 369–414. <https://doi.org/10.1080/13683500308667962>
- Eck, N. J. van, & Waltman, L. (2017). Citation-Based Clustering of Publications Using CitNetExplorer and VOSviewer. *Scientometrics*, 111(2), 1053–1070. <https://doi.org/10.1007/s11192-017-2300-7>
- Hassan, S. S. (2000). Determinants of Market Competitiveness in an Environmentally Sustainable Tourism Industry. *Journal of Travel Research*, 38(3), 239–245. <https://doi.org/10.1177/004728750003800305>
- Hidayat, S. E., Rafiki, A., & Nasution, M. D. T. P. (2021). Bibliometric Analysis and Review of Halal Tourism. *Signifikan: Jurnal Ilmu Ekonomi*, 10(2), 177–194. <https://doi.org/10.15408/sjie.v10i2.20270>
- Ismail, A. G., & Othman, A. B. (2018). A Bibliometric Analysis of Halal Tourism Research. *Journal of Islamic Marketing*, 9(4), 969–987.
- Lin, J., Zhang, B., Feng, J., Yi, Z., Zhang, H., Luo, M., Zhong, Z., & Zhao, F. (2023). Determining food tourism consumption of wild mushrooms in Yunnan Province, China: A projection-pursuit approach. *Heliyon*, 9(3), e14638. <https://doi.org/10.1016/J.HELIYON.2023.E14638>
- Moshin, A., Brochado, A., & Rodrigues, H. (2020). Halal tourism is traveling fast: Community perceptions and implications. *Journal of Destination Marketing and Management*, 18. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2020.100503>
- Park, J., & Kim, H. J. (2017). A Bibliometric Analysis of Research Trends in Halal Tourism. *Journal of Islamic Marketing*, 8(1), 133–148.
- Pattah, S. H. (2013). Pemanfaatan Kajian Bibliometrika sebagai Metode Evaluasi dan Kajian dalam Ilmu Perpustakaan dan Informasi. *Journal of Library, Information, and Archive Science*, 1(1), 47–57.
- Rahman, M. K., Zailani, S., & Musa, G. (2017). Tapping into the emerging Muslim-friendly medical tourism market: evidence from Malaysia. *Journal of Islamic Marketing*, 8(4), 514–532. <https://doi.org/10.1108/JIMA-02-2016-0014>
- Rejeb, A., Rejeb, K., Zailani, S., Treiblmaier, H., & Hand, K. J. (2021). Integrating the Internet of Things in the halal food supply chain: A systematic literature review and research agenda. *Internet of Things*, 13, 100361. <https://doi.org/10.1016/J.IOT.2021.100361>
- Shariff, M. M. N., & Islam, R. (2017). Islamic Tourism and Hospitality Marketing: Opportunities and Challenges. *Journal of Islamic Marketing*, 8(2), 322–336.
- Soesatyo, Y., Kurniawan, R. Y., & Prakoso, A. F. (2020). *Buku Ajar Statistika 1 Bidang Pendidikan Ekonomi*. Unesa University Press.
- Tang, S. Y., & Abdullah, N. H. (2020). Bibliometric Analysis of Halal Tourism: A Global Perspective. *Journal of Islamic Marketing*, 11(5), 1444–1461.

- Wan-Hassana, W. M., & Awangb, K. W. (2009). Halal food in New Zealand restaurants: An exploratory study. *International Journal of Economics and Management*, 3(2), 385–402. <https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-77953575203&partnerID=40&md5=b31cee3555f8ae53798963693e57f74d>
- Wijaya, T. (2013). *Metodologi Penelitian Ekonomi dan Bisnis: Teori dan Praktek*. Graha Ilmu.
- Yan, L. S., Zahari, N. A., Ismail, A. S., & Zain, N. M. (2017). Halal Tourism: A New World for Tourism Industry. *International Journal of Asian Social Science*, 7(8), 643–657. <https://doi.org/10.18488/journal.1.2017.78.643.657>
- Zailani, S., Omar, A., & Kopong, S. (2011). An exploratory study on the factors influencing the non-conpliance to halal among hoteliers in Malaysia. *International Business Management*, 5(1), 1–12. <https://doi.org/10.3923/ibm.2011.1.12>