

Sosialisasi Strategi Pembangunan Wisata Halal di Kecamatan Pakis, Kabupaten Malang, Jawa Timur

Socialization of Halal-Tourism Development Strategies in Pakis, Malang, East Java

Iswan Noor

Aminnullah Achmad
Muttaqin*

Adelia Dianti Ikaputri

Department of Economics, Faculty of Economics and Business, Brawijaya University, Malang, Indonesia

email: aminullahachmad@ub.ac.id

Kata Kunci
Syariah
Pemberdayaan Lokal
Wisata Halal

Keywords:
Syariah
Pemberdayaan Lokal
Wisata Halal

Received: December 2024

Accepted: June 2025

Published: August 2025

Abstrak

Sejumlah tanaman sumber karbohidrat sudah dikenal masyarakat Indonesia, tujuh di antaranya adalah jagung, pisang, sagu, ubikayu, kentang, ubi jalar dan talas. Tanaman tersebut dapat dikembangkan secara masal dan berpotensi untuk mengurangi ketergantungan masyarakat terhadap beras atau gandum. Upaya yang simultan dengan cara memperkenalkan potensi tanaman tersebut untuk dijadikan produk kulineri adalah salah satu yang dapat dilakukan. Sekolah Menengah Kejuruan (SMK) dengan bidang keahlian boga dapat membantu upaya ini. Berdasarkan hal tersebut dilakukan kegiatan pengabdian masyarakat oleh tim dari Universitas Palangka Raya dengan sasaran sebanyak 40 siswa dan guru di SMK Negeri 3 Palangka Raya. Kegiatan dilakukan dengan metode sosialisasi, konsultasi, diskusi interaktif, praktik pembuatan kue berbahan dasar non beras dan gandum, serta survei persepsi. Kegiatan ini bertujuan untuk memberikan sosialisasi tentang tanaman sumber karbohidrat non beras dan gandum, nilai gizi, dan penggunaan bahan kimia untuk pangan. Setelah kegiatan ini dilaksanakan, terdapat 51,40% siswa sangat puas dan 90,02% siswa telah memiliki pemahaman tentang tanaman penghasil karbohidrat non beras dan gandum serta pengolahannya. Tingkat pemahaman siswa tentang kandungan gizi komoditas pangan non beras dan gandum serta penggunaan bahan kimia yang aman meningkat menjadi 74,85% dari jumlah keseluruhan siswa. Selanjutnya diperlukan pembinaan agar siswa dapat memasarkan produk kulinerinya serta memahami alur untuk memperoleh SPP-IRT.

Abstract

The tourism sector is one of the supporting sectors of the Indonesian economy. With the most significant number of Muslim communities in the world, Indonesia has the ambition to become the leading halal tourist destination for tourists from all countries. In achieving its goals, a team called the Team for the Acceleration of Halal Tourism Development was formed under the Ministry of Tourism of the Republic of Indonesia. This team made a list of 10 prioritized halal tourist destinations in Indonesia, one of which is East Java, especially the Malang Raya area. In addition to cultural, shopping, and culinary tourism, Malang Raya offers high-quality natural tourism spots, supported by the freshness of the air and water. An area in Malang, called Pakis, has a spring that has excellent exploration potential to be utilized for halal and family-friendly water tourism. Therefore, socialization needs to be done to prepare the locals to build halal tourism, which is expected to bring goodness to their lives.



© 2025 Iswan Noor, Aminnullah Achmad Muttaqin, Adelia Dianti Ikaputri. Published by Institute for Research and Community Services Universitas Muhammadiyah Palangkaraya. This is Open Access article under the CC-BY-SA License (<http://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>). DOI: <https://doi.org/10.33084/pengabdianmu.v10i8.9092>

PENDAHULUAN

Wisata halal telah menjadi topik penelitian yang ramai diperbincangkan akhir-akhir ini (F. Khan *et al.*, 2017; Battour *et al.*, 2017; Henderson, 2016). Dalam Bahasa Arab, perjalanan wisata sering diistilahkan dengan kata as-siyahah, yang berarti bepergian di atas permukaan bumi dalam rangka beribadah, meningkatkan kesalehan, atau tanpa tujuan apapun (Bahammam 2012). Pada masa sekarang, terminologi siyahah memiliki makna bepergian dari satu negeri ke negeri lainnya

How to cite: Noor, I., Muttaqin, A. A., Ikaputri, A.D. (2025). Sosialisasi Strategi Pembangunan Wisata Halal di Kecamatan Pakis, Kabupaten Malang, Jawa Timur. *PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian kepada Masyarakat*, 10(8), 656-664. <https://doi.org/10.33084/pengabdianmu.v10i8.9092>

dalam rangka mencari hiburan (rekreasi), penyelidikan, atau investigasi. Berdasarkan Pew Research Center (2011), populasi muslim dunia diperkirakan akan mencapai 2,2 miliar pada tahun 2030 dan masyarakat muslim akan mengisi 26,4 persen dari total proyeksi populasi dunia sebesar 8,3 miliar. Pada tahun 2017, tercatat bahwa sebanyak 131 juta wisatawan muslim bergabung dalam kegiatan pariwisata dunia. Terdapat sebuah pedoman resmi mengenai penyelenggaraan pariwisata berdasarkan hukum syariah yang tertuang pada pedoman oleh Dewan Syariah Nasional (2016), di antaranya adalah wajib tersedia layanan makanan dan minuman halal (dengan sertifikasi MUI) serta fasilitas mendirikan salat yang layak pakai dan mudah dijangkau. Selain itu, sebuah pariwisata syariah juga wajib terhindar dari kemosyrikan dan khufarat, maksiat, zina, pornografi, minuman keras, narkoba, dan judi, serta pertunjukan seni, budaya, dan atraksi yang bertentangan dengan prinsip syariah. Bahammam (2012) dalam bukunya menjelaskan bahwa Inti dari wisata halal menekankan prinsip-prinsip syariah dalam pengelolaan pariwisata dan pelayanan yang santun dan ramah bagi wisatawan muslim dan lingkungan sekitar. Wisata halal ini adalah sebuah konsep untuk menghadirkan keterpaduan sistem pariwisata yang bersih (*clean*), sehat (*healthy*), aman (*safe*) dan juga nyaman (*comfortable*). Desa wisata halal sebagai salah satu bukti fleksibilitas syariah Islam dalam tatanan praktis gaya hidup masa kini (*current lifestyle*) melalui integrasi nilai halal dalam sektor pariwisata untuk menunjang perkonomian daerah yang barokah. Implementasi Pemerintah Indonesia menentukan sektor pariwisata sebagai salah satu sektor ekonomi terpenting. Indonesia memiliki tingkat pertumbuhan pariwisata tertinggi di dunia selama tahun 2015 sampai 2019. Wisata halal memiliki peluang dan kesempatan yang besar untuk pengembangan ekonomi negara ini. Sandiaga Uno (2022) menyebut bahwa sebagai negara dengan populasi muslim terbanyak di dunia, Indonesia harus tanggap dalam memanfaatkan peluang. Pasar wisata halal adalah salah satu pasar yang berkembang paling pesat dibanding pasar lain dan akan menjadi bagian dari segmen pasar wisata terbesar karena pada tahun 2050 diproyeksikan 1 dari 3 masyarakat dunia adalah muslim (Crescentrating 2019). Perkembangan pesat ini didorong oleh beberapa faktor, seperti besaran DI/disposable income dan jumlah masyarakat muslim tingkat menengah (middle class) yang makin meningkat. Tingkat pertumbuhan industri pariwisata yang tinggi dan fakta bahwa Indonesia adalah negara dengan populasi muslim terbesar di dunia dapat menjadi sebuah keuntungan untuk Indonesia dalam menjadi tujuan terbaik wisata halal dan ramah keluarga (*family-friendly*). Potensi ini menjadi penting dalam mengiringi perkembangan wisata kecil dan menengah (SMEs travel) dan menciptakan lapangan kerja untuk rakyat Indonesia yang kemudian dapat memperbaiki kesejahteraan kehidupan mereka. Sebanyak hampir 16 juta wisatawan mancanegara berkunjung ke Indonesia pada tahun 2018, dan seperempat dari mereka beragama Islam (S. Khan 2019). Ambisi pemerintah Indonesia adalah menjadi tujuan utama bagi wisatawan muslim dunia. Untuk mencapai target ini, Kementerian Pariwisata Republik Indonesia membentuk tim bernama Percepatan Pembangunan Wisata Halal pada tahun 2016. Tim ini ditunjuk dengan misi pengembangan dan promosi wisata halal di Indonesia di tengah persaingan wisata halal dunia. Tim ini mengembangkan sepuluh fokus tujuan wisata halal dan ramah keluarga, yaitu: Aceh, Riau dan Kepulauan Riau, Barat Sumatera, Jakarta, Jawa Barat, Jawa Tengah, Yogyakarta, Jawa Timur, Sulawesi Selatan, dan Lombok (Nusa Tenggara Barat).

Provinsi	Jumlah Perjalanan Wisatawan Nasional (Orang)		
	2018	2019	2020
ACEH	6 518 831	25 523 219	4 647 806
SUMATERA UTARA	10 345 256	63 576 590	13 045 184
SUMATERA BARAT	6 402 187	19 412 170	6 930 832
RIAU	5 552 920	23 132 950	5 203 647
JAMBI	2 242 802	10 721 877	2 300 410
SUMATERA SELATAN	6 137 095	19 380 151	5 466 863
BENGKULU	2 010 555	6 096 569	1 427 427
LAMPUNG	6 001 006	17 957 376	7 749 577
KEP. BANGKA BELITUNG	5 197 635	4 541 157	847 930
KEP. RIAU	4 611 718	5 121 724	421 559
DKI JAKARTA	24 907 080	57 494 172	43 920 059
JAWA BARAT	53 203 387	107 451 428	60 182 329
JAWA TENGAH	43 110 598	99 838 282	118 122 353
DI YOGYAKARTA	7 858 137	16 060 595	22 319 030
JAWA TIMUR	53 244 287	99 579 825	125 343 705
BANTEN	13 275 125	30 709 360	30 090 681
BALI	6 621 617	13 767 578	7 818 391

Sumber: Badan Pusat Statistik (2020).

Gambar 1. Data Wisatawan.

Data Badan Pusat Statistik (BPS) mengatakan bahwa Jawa Timur menjadi tempat dengan jumlah perjalanan wisatawan nusantara terbanyak dibandingkan dengan wilayah lain di Indonesia (BPS, 2020). Malang sebagai salah satu ikon pariwisata Indonesia yang terletak di Jawa Timur juga berbenah diri dalam menyambut kebijakan baik ini. Di kota ini, dapat ditemukan banyak obyek wisata handal dan berpotensi besar untuk terus tumbuh dan berkembang. Karena nilai historis Kota Malang yang tinggi, banyaknya wisata belanja serta wisata budaya sebagai daya tarik tersendiri bagi para wisatawan, Kota Malang, sebagai salah satu kota besar di Indonesia, diberi berbagai julukan yang terkenal luas di masyarakat. Beberapa contoh julukan ini adalah kota pendidikan, kota bunga, kota sejarah, serta beberapa pihak menyebut Kota Malang sebagai Parisnya Jawa Timur atau Paris van Oost Java Kota (Anam 2017). Beberapa lokasi wisata baik wisata modern maupun wisata alam banyak menjadi tujuan wisatawan lokal, nasional maupun mancanegara. Wisata alam di Malang Raya banyak yang berbasis air dan pegunungan yang menawarkan kesejukan udara dan kesegaran airnya. Banyak desa wisata berbasis alam yang bermunculan di daerah ini. Salah satu lokasi yang berpotensi untuk dikembangkan ialah di Kecamatan Pakis. Ini didukung oleh letak Kecamatan Pakis yang strategis dan mudah dijangkau dari Kota Malang. Oleh karena itu, Pengabdian ini dilakukan.

METODE

Metode Pelaksanaan

Pengabdian ini dilakukan pada tanggal 22 Juni 2022 di Ruang Balai Pertemuan Kepala Desa Banjarejo, Kecamatan Pakis, Kabupaten Malang, Jawa Timur, Indonesia. Pengabdian ini dihadiri oleh kurang lebih 25 warga setempat dan berlangsung dari pukul 9.15 hingga 11.30 WIB. Metode pelaksanaan pengabdian meliputi sosialisasi serta diskusi dan konsultasi. Dikarenakan adanya potensi ekonomi yang besar di Kecamatan Pakis, Kabupaten Malang, Jawa Timur yaitu berupa wisata air halal, maka sosialisasi mengenai hal ini menjadi agenda terpenting dalam program pengabdian ini (Suko 2021). Dengan adanya sosialisasi serta edukasi berupa pemberian pemahaman terkait potensi dan strategi untuk membangun sebuah wisata halal di lokasi tersebut dan dampaknya bagi masyarakat sekitar, diharapkan mereka mendapat pengetahuan tentang tahapan pembangunan wisata halal, persyaratan, hikmah, dan dampak realisasi wisata halal ini bagi kehidupan mereka. Melalui forum diskusi, diharapkan warga Kecamatan Pakis, Kabupaten Malang, Jawa Timur dapat terbuka dan banyak bercerita tentang berbagai macam kendala dan permasalahan ekonomi yang selama ini mereka hadapi. Dengan begitu, tim pengabdi akan dengan mudah mendapat gambaran yang komprehensif mengenai permasalahan dan tantangan ekonomi yang masyarakat Kecamatan Pakis hadapi serta memberikan beberapa masukan dan solusi yang bisa diambil dan ditempuh terkait pembangunan wisata halal. Adapun materi sosialisasi strategi pembangunan wisata halal yang akan diberikan meliputi penjabaran pengetahuan dasar wisata halal, dasar aturan dan kriteria wisata halal, tahapan pembangunan wisata halal, pengenalan lembaga-lembaga yang memberi penilaian mengenai wisata halal, dan manfaat duniawi dan ukhrawi pada pembangunan wisata halal.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dengan dilakukannya sosialisasi strategi pembangunan wisata halal, diharapkan masyarakat Desa Banjarejo mengetahui urgensi serta manfaat dari membangun sebuah wisata halal sehingga mereka dapat menangkap peluang pasar yang ada dan menghindarkan diri dari potensi kemurkaan Tuhan. Sosialisasi ini dilakukan untuk memberi pandangan kepada masyarakat dan mengatasi minimnya literasi pengelolaan sebuah wisata, terutama yang berbasis pada anjuran agama Islam, yaitu wisata halal. Masyarakat Banjarejo yang mayoritas beragama Islam diberikan pemahaman mengenai besarnya peluang yang dimiliki desa mereka yang belum berhasil mereka kelola dan manfaatkan. Desa Banjarejo memiliki sebuah sumber air yang cukup deras. Selain digunakan untuk menghidupi masyarakat sekitar, sumber air ini memiliki potensi kuat untuk menjadi modal mereka membangun sebuah wisata air. Dibangunnya sebuah wisata di desa ini akan

mendatangkan banyak pengunjung ke desa mereka, yang artinya peluang untuk menawarkan produk dan jasa lainnya akan meningkat. Usaha lokal para warga akan mendapat lebih banyak perhatian saat ada banyak warga dari luar desa datang mengunjungi desa mereka. Demi menarik lebih banyak wisatawan, masyarakat Banjarejo dapat merancang wisata mereka sebagai wisata yang ramah wisatawan muslim dan keluarga (*family-friendly*). Dengan tersedianya makanan halal dan tempat ibadah yang memadai, para wisatawan muslim akan merasa nyaman dan memiliki penilaian yang baik terhadap tempat wisata halal tersebut. Tidak terbatas di sini, sebuah wisata halal juga mengusung nilai kesopanan dan kepentasan pergaulan antarpengunjung. Adanya aturan seputar nilai ini akan menertibkan pengunjung untuk berperilaku dengan baik dan sopan, yang akhirnya akan menghindarkan objek wisata dari pengunjung yang melakukan perbuatan meresahkan (seperti muda-mudi yang berduaan dan berpojokan, pengunjung yang membawa dan mengonsumsi minuman keras, hingga pertunjukan seni dan musik yang tidak mencerminkan nilai budi yang baik). Selanjutnya, masyarakat diberikan informasi tentang manfaat dari membangun sebuah wisata dengan konsep halal agar selain mendapat perlindungan dari Allah SWT, manfaat secara sosial dapat meningkatkan perekonomian warga lokal dan pemerintah Desa Banjarejo, yang selanjutnya diharapkan akan berdampak pada berkurangnya angka kemiskinan. Masyarakat Banjarejo juga mendapat edukasi tentang bagaimana melakukan strategi branding produk dan usaha mereka. Sebuah strategi branding produk adalah hal yang penting untuk dilakukan sebuah usaha, terutama usaha lokal yang tergolong kecil dan sedang berusaha mengembangkan dan memperluas jangkauan pasar. Branding produk membantu sebuah usaha untuk semakin merasa percaya diri dan lebih berdaya secara ekonomi. Bertemunya branding produk yang kuat dengan datangnya pengunjung ke Desa Banjarejo untuk berwisata akan menghasilkan sistem pasar yang kuat dan ramai. Bentuk sosialisasi literasi strategi pembangunan wisata halal sangat beragam dan luas, seperti melalui media massa cetak atau elektronik, buletin, majalah, buku, lembaga pendidikan, dan sebagainya. Dalam pengabdian ini, dipakai metode sosialisasi bentuk ceramah edukasi masyarakat melalui dialog dan ceramah secara langsung kepada masyarakat Desa Banjarejo, Kec. Pakis, Kab. Malang. Pengenalan atau sosialisasi kepada masyarakat, bukan melulu pendekatan religius normatif (emosional) dan karena lebel syariah, tetapi lebih dari itu, sebuah materi yang berwawasan ilmiah, rasional dan obyektif. Jadi, gerakan edukasi dan pencerdasan secara rasional tentang strategi pembangunan wisata halal sangat dibutuhkan, bukan hanya mengandalkan kepatuhan (*loyal*) pada aturan Islam. Masyarakat perlu dididik, bahwa menerapkan konsep halal pada sebuah objek wisata bukan saja karena berlabel halal, tetapi lebih dari itu. Sistem ini dipastikan akan membawa rahmat dan keadilan bagi ekonomi masyarakat, negara dan dunia, tentunya juga secara individu menguntungkan. Dalam edukasi, masyarakat betul-betul dicerdaskan, masyarakat diajak agar tidak berpikir sempit, tetapi rasional, obyektif, berpikir untuk kepentingan jangka panjang. Dengan metode diskusi dan konsultasi diharapkan mampu mendapatkan gambaran tentang masalah apa saja yang dihadapi oleh masyarakat, khususnya masyarakat Desa Banjarejo, Kec. Pakis Kab. Malang sehingga dapat memberikan solusi dan opini terkait masalah yang dihadapi. Dari diskusi yang dilakukan dalam program pengabdian ini dapat diuraikan masalah-masalah masyarakat terutama yang berkaitan dengan pembangunan wisata halal dan branding produk lokal adalah sebagai berikut :

1. Masyarakat Desa Banjarejo memiliki pengetahuan yang minim terkait pembangunan sebuah wisata, terlebih lagi wisata dengan konsep halal. Mereka merasa bingung bagaimana cara membangun sebuah objek wisata air.
2. Keahlian seputar periklanan dan penyebaran informasi belum dimiliki oleh masyarakat Desa Banjarejo.
3. Masyarakat merasa kesulitan mempelajari dan mengikuti perkembangan teknologi, sehingga mereka belum dapat memanfaatkan alat-alat yang ada (seperti media promosi di sosial media).
4. Masyarakat Desa Banjarejo sangat berharap mendapatkan pendampingan lanjutan dalam proses pembangunan wisata halal tersebut.
5. Hambatan dalam proses sertifikasi halal membuat masyarakat Desa Banjarejo merasa kesulitan untuk menyediakan produk makanan dan minuman yang bersertifikat halal untuk dipasarkan di sekitar lingkungan objek wisata halal.
6. Warga Desa Banjarejo berharap dapat memanfaatkan potensi sumber air mereka agar menjadi pemicu perkembangan ekonomi di desa mereka.

Materi yang disampaikan adalah materi dasar terkait pengenalan konsep wisata halal. Untuk lebih lengkapnya berikut materi-materi yang telah disampaikan dalam pengabdian kepada masyarakat ini :

1. Pengertian dan karakteristik wisata halal dengan beberapa aturan yang meliputinya dalam pandangan Islam.
2. Urgensi sebuah wisata perlu menerapkan konsep halal.
3. Tren wisata Indonesia dan dunia yang mengusung konsep halal untuk menunjukkan potensi ekonomi yang ada.
4. Contoh-contoh wisata halal yang sudah berjalan di tempat lain.
5. Contoh-contoh wisata air di Malang yang sudah berjalan dengan baik demi memberikan sebuah pandangan dan bayangan kepada masyarakat Desa Banjarejo atas wisata yang akan mereka bangun.
6. Karakteristik wisata halal adalah tersedianya minuman dan makanan halal serta fasilitas ibadah salat yang layak. Selain itu, sebuah wisata halal harus terhindar dari kemosyikan dan khurafat, maksiat, zina, ponografi, miras, narkoba, judi, serta pertunjukan budaya dan seni yang bertentangan dengan prinsip Islam.

Adapun setelah kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan mengambil tema "Sosialisasi Strategi Pembangunan Wisata Halal di Kecamatan Pakis, Kabupaten Malang, Jawa Timur", beberapa hal yang dapat dicapai diantaranya adalah masyarakat mengetahui dan memahami tentang konsep sebuah wisata halal serta trend an posisinya di mata pemerintah Indonesia dan masyarakat dunia, masyarakat mengetahui dan sadar akan potensi wisata yang mereka miliki dan tergerak untuk memanfaatkan sumber air yang ada di Desa Banjarejo, masyarakat mengetahui dan memahami apa saja yang perlu tersedia di sebuah objek wisata halal dan apa saja yang perlu dihindarkan, masyarakat diharapkan sadar terhadap urgensi pengusungan konsep halal di sebuah objek wisata, masyarakat termotivasi untuk membangun branding wisata mereka sekaligus branding produk lokal mereka untuk kemaslahatan bersama di bidang ekonomi, serta Masyarakat bersedia jika diadakan sosialisasi dan bekerjasama dalam peningkatan kualitas hidup yang lebih baik

KESIMPULAN

Dari program pengabdian masyarakat Sosialisasi Strategi Pembangunan Wisata Halal di Desa Banjarejo Kec. Pakis Kab. Malang, nampak sekali peserta dari masyarakat sangat semangat dan antusias karena hal ini sangat relevan dengan situasi perekonomian yang menurun akibat pandemi, sehingga tema yang di ambil merupakan apa yang menjadi permasalahan masyarakat yang dirasakan saat ini. Sebagian besar masyarakat belum memahami pembangunan dan pengelolaan wisata, terutama dengan konsep halal. Meskipun mayoritas masyarakat Desa Banjarejo menganut agama Islam, mereka belum memiliki pandangan mengenai sebuah wisata halal. Selain itu, keinginan masyarakat sangat kuat untuk membangun sebuah wisata dengan memanfaatkan sumber air dan mengembangkannya demi tujuan kemaslahatan masyarakat khususnya dalam bidang kesejahteraan ekonomi. Pengabdian yang berlokasi di Desa Banjarejo Kec. Pakis Kab. Malang ini sebaiknya terus berkelanjutan guna mengedukasi masyarakat dalam kelanjutan gagasan pengembangan sebuah wisata halal berupa wisata air di Desa Banjarejo. Pengabdian berikutnya dapat didesain sebuah sistem dan manajemen yang baik dalam pengelolaan wisata air agar berkembang dan dapat berkontribusi secara signifikan dalam perekonomian masyarakat Desa Banjarejo. Dalam rangka memulai pembangunan sebuah wisata dan penerapan konsep halal di dalamnya, peranan pemerintah sangat dibutuhkan. Tanpa dukungan dari pemerintah, pengembangan wisata air yang berkelanjutan akan sulit dilakukan.

UCAPAN TERIMA KASIH

Ucapan terima kasih disampaikan kepada BP3M serta Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya yang telah mendanai kegiatan pengabdian di bawah skema DPP Pengabdian sehingga pelangsungan pengabdian ini dapat terjadi dengan lancar. Juga kami apresiasi pemerintah Kecamatan Pakis, terutama Bapak Agus Harianto sebagai Camat Pakis, lalu aparat Desa Banjarejo, terutama Bapak Suko Mulyono sebagai Kepala Desa Banjarejo, serta masyarakat setempat yang telah membantu dan berpartisipasi dalam kegiatan pengabdian ini. Kami berharap kegiatan ini dapat membawa manfaat dan

memberikan kontribusi positif terhadap Desa Banjarejo dan Kecamatan Pakis secara keseluruhan. Tidak lupa para pegawai, tendik, serta mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Brawijaya yang tanpa bantuan dan dukungannya, pengabdian ini tidak akan terlaksana sebagaimana mestinya.

REFERENSI

- Anam, Mochammad Musafa'ul. 2017. STRATEGI IKONIK WISATA UNTUK MEMPERKENALKAN KOTA MALANG SEBAGAI SALAH SATU DESTINASI WISATA RELIGI. *Jurnal Pariwisata Pesona*, 2(2): 11. <https://jurnal.unmer.ac.id/index.php/jpp/article/view/1488> (April 1, 2022).
- Badan Pusat Statistik. 2020. Jumlah Perjalanan Wisatawan Nusantara (Orang), 2018-2020. <https://www.bps.go.id/indicator/16/1189/1/jumlah-perjalanan-wisatawan-nusantara.html> (April 1, 2022).
- Battour, Mohamed, Mohd Nazari Ismail, Moustafa Battor, and Muhammad Awais. 2017. Islamic Tourism: An Empirical Examination of Travel Motivation and Satisfaction in Malaysia. *Current Issues in Tourism*, 20(1): 50-67. https://pustaka.iiq.ac.id/index.php?p=show_detail&id=715&keywords=
- Crescentrating, Mastercard and. 2019. Indonesia Muslim Travel Index 2019. <https://www.crescentrating.com/reports/indonesia-muslim-travel-index-2019.html> (March 31, 2022).
- Dewan Syariah Nasional. 2016. Fatwa DSN Nomor 108/DSN-MUI/X/2016 Tentang Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata Berdasarkan Syariah. <https://putusan3.mahkamahagung.go.id/peraturan/detail/11eb3f704933f6c2b731313432383236.html>
- Henderson, Joan C. 2016. "Halal Food, Certification and Halal Tourism: Insights from Malaysia and Singapore." *Tourism Management Perspectives* 19: 160-64. <http://dx.doi.org/10.1016/j.tmp.2015.12.006>.
- Khan, Faiza, and Michelle Callanan. 2017. The Halalification of Tourism. *Journal of Islamic Marketing*. <https://doi.org/10.1108/JIMA-01-2016-0001>
- Khan, Safdar. 2019. Foreword from Mastercard.
- Pew Research Center. 2011. "The Future of the Global Muslim Population | Pew Research Center." <https://www.pewforum.org/2011/01/27/the-future-of-the-global-muslim-population/> (March 31, 2022).
- Suko. 2021. Urgensi Agenda Sosialisasi.
- Uno, Sandiaga. 2022. "Memanfaatkan Peluang."