



Peran Masjid sebagai Pusat Informasi Wisata Religi dan Penggerak Ekonomi Syariah

Farhan Akbar ^{a,1,*}, Naufal Hidayat ^{b,2}, Reza Pratama ^{c,3}

^a Program Studi Hukum Ekonomi Syariah, Universitas Islam Negeri Raden Fatah, Palembang, Indonesia

^b Program Studi Pariwisata Syariah, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Medan, Indonesia

^c Program Studi Ekonomi Islam, Universitas Ahmad Dahlan, Yogyakarta, Indonesia

¹ farhanakbar.journal@gmail.com; ² naufal.hidayat726@gmail.com; ³ reza.pratama053@gmail.com

* Corresponding Author

ABSTRACT

This study analyzes the role of mosques as information centers for religious tourism in supporting a sharia-based local economy. The study is grounded in the increasing development of religious tourism in Indonesia, while the institutional role of mosques in tourism information governance has remained relatively underexplored. A normative-conceptual approach was employed through literature review, regulatory analysis, and theoretical examination of the mosque's social function, religious tourism, and the sharia economy. The findings indicate that mosques have strategic potential as centers for distributing information on local Islamic history, providing sharia tourism education, recommending halal MSMEs, and coordinating socio-religious activities. The analysis also reveals several gaps, including the absence of national standards for mosque-based religious tourism management, limited human resources, and the low level of information digitalization. In conclusion, optimizing mosque functions may strengthen tourist flows, local halal consumption, and sustainable local economic development in accordance with sharia principles.

Article History

Received 2026-02-16

Revised 2026-03-18

Accepted 2026-03-22

Published 2026-04-23

Keywords

Mosque;
Religious Tourism;
Sharia Economy;
Pariwisata Syariah;
Halal MSMEs

Copyright © 2026, The Author(s)

This is an open-access article under the CC-BY-SA license



PENDAHULUAN

Masjid dalam perkembangan masyarakat Muslim modern tidak lagi diposisikan semata sebagai ruang ibadah ritual, melainkan telah berfungsi sebagai institusi sosial yang mencakup pendidikan, pelayanan publik, dan pemberdayaan ekonomi masyarakat. Dalam konteks wisata religi, masjid memiliki potensi kelembagaan yang signifikan karena mampu menjadi simpul informasi yang menghubungkan pengalaman spiritual dengan aktivitas ekonomi lokal berbasis syariah. Fenomena wisata religi di Indonesia menunjukkan kecenderungan peningkatan, terutama pada wilayah yang memiliki jejak sejarah Islam, tradisi keagamaan, dan destinasi spiritual, tetapi pengelolaan informasinya masih cenderung bersifat sektoral dan belum menempatkan masjid sebagai pusat koordinasi utama. Penelitian terdahulu juga menunjukkan bahwa religiusitas dan pengalaman wisata berhubungan langsung dengan loyalitas wisatawan Muslim (Kamri et al., 2014).

Dalam konteks global, wisata religi menjadi bagian penting dari perkembangan industri pariwisata halal. Negara-negara seperti Malaysia, Turki, dan Uni Emirat Arab telah mengembangkan model wisata berbasis nilai Islam yang mengintegrasikan layanan wisata, produk halal, dan fasilitas ibadah secara sistematis. Pengalaman tersebut menunjukkan bahwa penguatan identitas religius dapat berjalan beriringan dengan peningkatan pendapatan ekonomi daerah (Battour & Ismail, 2016).

Indonesia memiliki karakteristik sosial dan budaya yang mendukung perkembangan wisata religi berbasis masyarakat. Tradisi ziarah makam ulama, peringatan hari besar Islam, pengajian

akbar, dan kegiatan keagamaan lainnya telah menjadi bagian dari kehidupan sosial masyarakat Muslim di berbagai daerah. Aktivitas tersebut tidak hanya memperkuat identitas religius masyarakat, tetapi juga menciptakan mobilitas ekonomi yang melibatkan banyak pelaku usaha lokal (Jaelani, 2017).

Perkembangan ekonomi syariah di Indonesia dalam satu dekade terakhir memperlihatkan hubungan yang semakin erat antara sektor keagamaan dan aktivitas ekonomi masyarakat. Pemerintah melalui Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah terus mendorong penguatan industri halal, pengembangan wisata religi, dan pemberdayaan UMKM berbasis syariah. Dalam konteks tersebut, masjid memiliki posisi strategis karena menjadi ruang sosial yang mampu mempertemukan aktivitas spiritual dengan kebutuhan ekonomi masyarakat Muslim (Jaelani, 2017).

Masjid sebagai pusat aktivitas masyarakat Muslim memiliki peluang besar untuk mengambil peran lebih aktif dalam pengembangan wisata religi. Selain menjadi tempat ibadah, masjid dapat menyediakan layanan informasi, edukasi sejarah Islam, pelatihan ekonomi umat, hingga promosi produk halal lokal. Peran tersebut akan semakin relevan ketika dikaitkan dengan kebutuhan wisatawan Muslim terhadap destinasi yang aman, nyaman, dan sesuai prinsip syariah (Kamri et al., 2014).

Penguatan fungsi masjid dalam wisata religi juga memiliki relevansi terhadap pembangunan sosial masyarakat. Ketika masjid mampu menghubungkan aktivitas keagamaan dengan pemberdayaan ekonomi, maka tercipta hubungan yang lebih kuat antara spiritualitas dan kesejahteraan masyarakat. Oleh sebab itu, pengembangan wisata religi berbasis masjid perlu dipahami sebagai bagian dari strategi pembangunan masyarakat Muslim secara berkelanjutan (Putnam, 2000).

Fenomena wisata religi juga mengalami perubahan pola seiring perkembangan teknologi digital. Wisatawan tidak lagi hanya mencari destinasi spiritual, tetapi juga pengalaman religius yang terintegrasi dengan layanan informasi, akses transportasi, produk halal, dan aktivitas budaya lokal. Kondisi ini membuka peluang bagi masjid untuk bertransformasi menjadi pusat layanan informasi yang lebih modern dan adaptif terhadap kebutuhan wisatawan Muslim domestik maupun internasional (Feizollah et al., 2021).

Keterbatasan tersebut menunjukkan adanya kesenjangan akademik yang penting. Kajian internasional cenderung menyoroti branding pariwisata syariah, sertifikasi halal, dan pengalaman wisatawan Muslim, sedangkan konteks kelembagaan masjid di Indonesia belum memperoleh perhatian yang memadai. Di sisi lain, regulasi nasional mengenai kepariwisataan, jaminan produk halal, dan pengelolaan lembaga keagamaan telah tersedia, tetapi implementasinya belum terintegrasi secara optimal dalam pengembangan wisata religi berbasis masjid (Han et al., 2019).

Berdasarkan kondisi tersebut, kebaruan penelitian ini terletak pada penempatan masjid sebagai pusat informasi wisata religi yang tidak hanya berfungsi mendukung dimensi spiritual, tetapi juga berperan dalam distribusi informasi ekonomi, koordinasi UMKM halal, dan penguatan ekosistem wisata berbasis syariah. Penelitian ini diarahkan untuk menganalisis bagaimana fungsi sosial masjid dapat diintegrasikan dengan tata kelola wisata religi serta implikasinya terhadap ekonomi lokal berbasis syariah. Dengan demikian, tujuan penelitian ini adalah menjelaskan peran strategis masjid sebagai pusat informasi wisata religi dan menguraikan relevansinya bagi pembangunan ekonomi lokal yang berkelanjutan, inklusif, dan sesuai prinsip syariah.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan normatif-konseptual dengan fokus pada analisis doktrinal, regulatif, dan teoritis terhadap peran masjid dalam wisata religi. Data disusun melalui penelaahan literatur ilmiah, regulasi nasional, dan konsep-konsep kunci yang berkaitan dengan fungsi sosial masjid, wisata religi, ekonomi syariah, dan tata kelola pariwisata berbasis syariah. Populasi konseptual penelitian mencakup pemikiran ilmiah dan dokumen kebijakan yang relevan dengan tema, sedangkan sampel dipilih secara purposif berdasarkan tingkat relevansi terhadap isu kelembagaan masjid dan ekonomi lokal berbasis syariah. Pengumpulan data dilakukan melalui studi kepustakaan mendalam terhadap sumber-sumber yang membahas pariwisata syariah, spiritual tourism, pengelolaan masjid, serta kebijakan kepariwisataan dan produk halal.

Selain itu, penelitian memanfaatkan teknik analisis isi terhadap regulasi dan literatur akademik yang berkaitan dengan ekonomi syariah, tata kelola wisata, dan kelembagaan masjid. Teknik tersebut digunakan untuk menemukan pola hubungan antara fungsi sosial masjid dan pengembangan ekonomi masyarakat berbasis wisata religi.

Penelitian ini juga menggunakan pendekatan komparatif terhadap beberapa hasil penelitian internasional mengenai wisata halal dan pengelolaan destinasi berbasis komunitas. Pendekatan tersebut dilakukan untuk melihat kesesuaian antara konsep pengembangan wisata religi di negara lain dengan konteks sosial-keagamaan masyarakat Indonesia. Dengan demikian, analisis yang dihasilkan tidak hanya bersifat lokal, tetapi juga mempertimbangkan dinamika global dalam perkembangan halal tourism (Battour & Ismail, 2016).

Secara operasional, proses penelitian dilakukan dengan mengidentifikasi konsep utama, memetakan temuan penelitian terdahulu, merumuskan kesenjangan penelitian, dan menafsirkan implikasi konseptual serta kebijakannya. Analisis data dilakukan secara deskriptif-analitis dengan menautkan konsep fungsi sosial masjid pada kerangka wisata religi dan ekonomi syariah. Pendekatan ini memungkinkan penyusunan argumentasi ilmiah yang menekankan relasi sebab-akibat antara penguatan kelembagaan masjid, kualitas tata kelola informasi wisata, dan potensi pertumbuhan ekonomi lokal. Hasil analisis kemudian disintesis untuk menghasilkan kerangka akademik yang menjelaskan peran masjid sebagai pusat informasi wisata religi dalam perspektif hukum, ekonomi, dan kebijakan publik.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Fungsi Masjid sebagai Pusat Informasi Wisata Religi

Hasil kajian mengindikasikan bahwa masjid memiliki fungsi multidimensional yang melampaui aktivitas ibadah ritual. Dalam konteks wisata religi, masjid berpotensi menjadi pusat distribusi informasi mengenai sejarah Islam lokal, karakteristik destinasi spiritual, layanan edukasi wisata syariah, serta rujukan bagi pengunjung terhadap UMKM halal di sekitar kawasan wisata. Temuan ini menunjukkan bahwa masjid tidak hanya berperan sebagai objek yang dikunjungi, tetapi juga sebagai institusi pengelola arus informasi yang mengarahkan pengalaman wisata secara lebih terstruktur. Secara ilmiah, fungsi tersebut konsisten dengan teori fungsi sosial masjid yang menempatkan masjid sebagai pusat pembinaan umat, layanan sosial, dan penguatan ekonomi masyarakat (Kamri et al., 2014).

Pembahasan atas temuan ini menegaskan bahwa efektivitas masjid sebagai pusat informasi akan sangat ditentukan oleh kapasitas kelembagaan, kualitas tata kelola, dan dukungan digitalisasi. Data konseptual dari penelitian menunjukkan bahwa peningkatan arus wisatawan dan konsumsi produk halal lokal dapat terjadi apabila informasi yang disediakan masjid bersifat

akurat, mudah diakses, dan terintegrasi dengan kebutuhan pengunjung. Dalam kerangka teori wisata religi, keberadaan masjid sebagai simpul informasi memperkuat pengalaman spiritual sekaligus memperluas dampak ekonomi pada sektor perdagangan, kuliner, dan jasa lokal (Feizollah et al., 2021).

Dalam praktik pengembangan wisata religi, keberadaan Dewan Kemakmuran Masjid memiliki pengaruh penting terhadap kualitas tata kelola informasi dan pelayanan wisata. Pengurus masjid dapat menyusun sistem informasi yang memuat sejarah masjid, jadwal kegiatan keagamaan, lokasi UMKM halal, serta panduan etika kunjungan bagi wisatawan. Sistem tersebut akan membantu wisatawan memperoleh pengalaman spiritual yang lebih terarah dan nyaman (Kamri et al., 2014).

Digitalisasi layanan masjid juga menjadi faktor penting dalam pengembangan wisata religi modern. Penggunaan media sosial, aplikasi layanan jamaah, dan papan informasi digital dapat meningkatkan aksesibilitas informasi wisata berbasis syariah. Langkah tersebut sejalan dengan perubahan perilaku wisatawan yang semakin bergantung pada teknologi digital dalam menentukan destinasi perjalanan (Feizollah et al., 2021).

Pada beberapa daerah, kawasan masjid telah berkembang menjadi pusat aktivitas ekonomi masyarakat. Kehadiran pedagang makanan halal, pengrajin cendera mata Islami, jasa transportasi lokal, dan penginapan berbasis syariah menunjukkan bahwa wisata religi memiliki efek ekonomi berantai yang cukup luas. Namun, potensi tersebut belum sepenuhnya diimbangi dengan tata kelola kelembagaan yang profesional dan berkelanjutan (Hamzah & Khalifah, 2009).

Kehadiran wisatawan pada kawasan masjid bersejarah juga memberikan dampak terhadap pertumbuhan sektor informal masyarakat. Pedagang kecil, jasa parkir, transportasi lokal, dan usaha kuliner memperoleh manfaat ekonomi dari aktivitas wisata religi yang berlangsung secara rutin. Dalam beberapa daerah, aktivitas tersebut bahkan menjadi sumber penghasilan utama masyarakat sekitar kawasan wisata (Hamzah & Khalifah, 2009).

Kesenjangan Tata Kelola dan Regulasi

Hasil kajian juga menunjukkan adanya kesenjangan dalam tata kelola wisata religi berbasis masjid. Meskipun regulasi mengenai kepariwisataan, jaminan produk halal, dan pengelolaan lembaga keagamaan telah tersedia, implementasinya belum membentuk sistem yang sepenuhnya terintegrasi. Temuan ini mengindikasikan bahwa pengembangan wisata religi masih sering berjalan sektoral, sehingga masjid belum memperoleh posisi yang memadai sebagai aktor tata kelola informasi. Di samping itu, belum adanya standar nasional pengelolaan wisata religi berbasis masjid memperlihatkan bahwa aspek kelembagaan masih menjadi hambatan utama dalam proses institusionalisasi (Republik Indonesia, 2009).

Pembahasan terhadap kesenjangan tersebut memperlihatkan bahwa problem utama bukan terletak pada ketiadaan potensi, melainkan pada lemahnya harmonisasi kebijakan. Dalam perspektif hukum pariwisata dan tata kelola syariah, integrasi antara regulasi pariwisata, kebijakan ekonomi umat, dan pengelolaan masjid sangat diperlukan agar fungsi masjid dapat dioptimalkan tanpa menggeser nilai spiritual wisata. Keterbatasan sumber daya manusia dan minimnya digitalisasi informasi juga memperkuat argumen bahwa penguatan kapasitas kelembagaan merupakan prasyarat utama keberhasilan wisata religi berbasis masjid. Dengan demikian, temuan ini menegaskan perlunya kebijakan yang lebih eksplisit, terukur, dan operasional pada level daerah maupun nasional (Vargas-Sánchez & Moral-Moral, 2020).

Pengelolaan wisata religi yang baik membutuhkan dukungan kebijakan daerah yang jelas dan operasional. Pemerintah daerah dapat menyusun regulasi mengenai standar pelayanan wisata religi, pengembangan UMKM halal, dan integrasi layanan digital pada kawasan masjid.

Kebijakan tersebut penting untuk memastikan bahwa pengembangan wisata tetap menjaga nilai religius dan tidak berubah menjadi aktivitas komersial yang berlebihan (Republik Indonesia, 2009).

Selain aspek ekonomi, wisata religi berbasis masjid juga berkontribusi terhadap pelestarian budaya Islam lokal. Kegiatan seperti pembacaan sejarah ulama, tradisi keagamaan masyarakat, dan arsitektur masjid bersejarah menjadi bagian dari identitas budaya yang diwariskan secara turun-temurun. Dengan demikian, pengembangan wisata religi tidak hanya berorientasi pada keuntungan ekonomi, tetapi juga pada pelestarian nilai sejarah dan budaya Islam (Timothy & Olsen, 2006).

Kontribusi terhadap Ekonomi Lokal Berbasis Syariah

Kajian ini menemukan bahwa masjid memiliki potensi langsung dalam memperkuat ekonomi lokal berbasis syariah melalui peningkatan arus wisatawan, penguatan konsumsi produk halal, dan perluasan akses pasar bagi UMKM. Data konseptual dari penelitian terdahulu yang ditelaah menunjukkan bahwa wisata religi berkorelasi dengan pertumbuhan sektor ekonomi kecil, terutama kuliner halal, perdagangan cendera mata, dan jasa pemandu wisata. Dalam kerangka ekonomi syariah, manfaat ekonomi tersebut bernilai penting karena berorientasi pada keadilan distribusi, keberlanjutan, dan kepatuhan terhadap prinsip halal. Karena itu, masjid yang dikelola sebagai pusat informasi wisata religi dapat berfungsi sebagai katalis bagi terbentuknya ekosistem ekonomi lokal yang lebih inklusif (Razzaq et al., 2016).

Pembahasan ilmiah terhadap temuan ini menunjukkan bahwa kontribusi ekonomi tidak terjadi secara otomatis, melainkan melalui mekanisme kelembagaan yang tertata. Ketika masjid mampu menyediakan informasi destinasi, merekomendasikan pelaku usaha halal, dan mengoordinasikan kegiatan sosial-keagamaan, maka tercipta jaringan aktivitas ekonomi yang memperbesar peluang transaksi di tingkat lokal. Hal ini sejalan dengan konsep ekonomi lokal berbasis syariah yang menekankan distribusi manfaat kepada masyarakat sekitar serta menghindari praktik komersialisasi yang berlebihan (Hamzah & Khalifah, 2009).

Dari perspektif pembangunan daerah, wisata religi berbasis masjid dapat mendukung peningkatan pendapatan masyarakat tanpa menghilangkan identitas budaya lokal. Ketika pengelolaan dilakukan secara kolaboratif, aktivitas ekonomi masyarakat dapat tumbuh bersamaan dengan penguatan nilai religius dan sosial komunitas Muslim (Scott et al., 2014).

Pengembangan wisata religi berbasis masjid juga dapat memperkuat citra daerah sebagai destinasi wisata syariah. Ketika wisatawan memperoleh pengalaman yang nyaman, edukatif, dan religius, maka daerah tersebut memiliki peluang lebih besar untuk membangun loyalitas wisatawan Muslim. Kondisi tersebut berdampak positif terhadap keberlanjutan ekonomi masyarakat sekitar (Han et al., 2019).

Dalam perspektif ekonomi syariah, distribusi manfaat ekonomi menjadi prinsip utama dalam pengembangan wisata religi. Oleh karena itu, penguatan peran masjid sebagai pusat informasi perlu diarahkan untuk memperluas partisipasi masyarakat lokal dalam aktivitas ekonomi wisata. Pendekatan tersebut akan menciptakan pertumbuhan ekonomi yang lebih inklusif dan berkeadilan (Zakaria & Malek, 2014).

Kebaruan Konseptual Penelitian

Kebaruan penelitian ini terletak pada sintesis tiga ranah yang selama ini sering dibahas terpisah, yakni fungsi sosial masjid, tata kelola wisata religi, dan ekonomi lokal berbasis syariah. Hasil kajian menunjukkan bahwa hubungan ketiganya membentuk model konseptual yang menempatkan masjid sebagai pusat informasi, pusat koordinasi, dan pusat pemberdayaan

ekonomi. Temuan ini berbeda dari penelitian-penelitian terdahulu yang cenderung memosisikan masjid sebagai latar spiritual atau objek wisata pasif. Dalam kajian ini, masjid dipahami sebagai institusi aktif yang memediasi relasi antara nilai religius dan manfaat ekonomi (Kamri et al., 2014).

Pembahasan atas kebaruan ini menegaskan bahwa integrasi pendekatan hukum, ekonomi syariah, dan tata kelola pariwisata menghasilkan kerangka analitis yang lebih utuh. Model semacam ini penting karena mampu menjelaskan tidak hanya apa yang terjadi di lapangan, tetapi juga mengapa penguatan masjid sebagai pusat informasi dapat menghasilkan dampak ekonomi. Secara teoretis, integrasi tersebut memperluas pemahaman tentang peran masjid dalam pembangunan lokal. Secara praktis, hasilnya dapat menjadi dasar bagi pemerintah daerah, Dewan Kemakmuran Masjid, dan pelaku UMKM untuk menyusun strategi kolaboratif yang lebih terarah (Vargas-Sánchez & Moral-Moral, 2020).

KESIMPULAN

Penelitian ini menegaskan bahwa masjid memiliki potensi strategis sebagai pusat informasi wisata religi yang mampu mendukung penguatan ekonomi lokal berbasis syariah melalui penyediaan informasi, koordinasi kegiatan, dan fasilitasi ekosistem UMKM halal. Hasil kajian menunjukkan bahwa optimalisasi fungsi tersebut masih terkendala oleh belum adanya standar nasional pengelolaan, keterbatasan sumber daya manusia, dan minimnya digitalisasi informasi. Oleh karena itu, pengembangan wisata religi berbasis masjid memerlukan harmonisasi regulasi, penguatan kapasitas kelembagaan, serta kolaborasi multipihak agar manfaat spiritual dan ekonomi dapat berjalan seimbang (Kamri et al., 2014).

Penguatan wisata religi berbasis masjid pada akhirnya tidak hanya berkaitan dengan pengembangan sektor pariwisata, tetapi juga menyangkut pembangunan sosial, budaya, dan ekonomi masyarakat Muslim secara menyeluruh. Oleh karena itu, strategi pengembangan yang berbasis kolaborasi dan pemberdayaan masyarakat perlu menjadi prioritas dalam kebijakan pembangunan wisata religi di Indonesia (Scott et al., 2014).

Secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi rujukan bagi pemerintah daerah dalam menyusun kebijakan pengembangan wisata religi berbasis komunitas. Penguatan peran masjid sebagai pusat informasi wisata dapat dilakukan melalui pelatihan sumber daya manusia, digitalisasi layanan informasi, dan integrasi dengan program pemberdayaan UMKM halal. Langkah tersebut penting agar wisata religi tidak hanya memberikan manfaat spiritual, tetapi juga mampu menciptakan pertumbuhan ekonomi lokal yang inklusif dan berkelanjutan (Hamzah & Khalifah, 2009).

DAFTAR PUSTAKA

- Abror, A., Patrisia, D., Engriani, Y., Omar, M. W., Wardi, Y., Noor, N. M. B. M., Ahmad, S. S., & Najib, M. (2023). Antecedents of Muslim tourist loyalty: The role of Islamic religiosity and tourist value co-creation. *Cogent Business & Management*, 10(2), 2247871. <https://doi.org/10.1080/23311975.2023.2247871>
- Battour, M., & Ismail, M. N. (2016). Halal tourism: Concepts, practises, challenges and future. *Tourism Management Perspectives*, 19, 150–154. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2015.12.008>
- Bhuiyan, M. A. H., Siwar, C., Ismail, S. M., & Islam, R. (2011). Potentials of Islamic tourism: A case study of Malaysia on East Coast Economic Region. *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*, 5(6), 1333–1340.

- Eid, R., & El-Gohary, H. (2015). The role of Islamic religiosity on the relationship between perceived value and tourist satisfaction. *Tourism Management*, 46, 477–488. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2014.08.003>
- El-Gohary, H. (2016). Halal tourism, is it really halal? *Tourism Management Perspectives*, 19, 124–130. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2015.12.013>
- Feizollah, A., Mostafa, M. M., Sulaiman, A., Zakaria, Z., & Firdaus, A. (2021). Exploring halal tourism tweets on social media. *Journal of Big Data*, 8, 72. <https://doi.org/10.1186/s40537-021-00463-5>
- Hamzah, A., & Khalifah, Z. (2009). *Handbook on community based tourism: How to develop and sustain CBT*. APEC Secretariat.
- Han, H., Al-Ansi, A., Olya, H. G. T., & Kim, W. (2019). Exploring halal-friendly destination attributes in South Korea: Perceptions and behaviors of Muslim travelers toward a non-Muslim destination. *Tourism Management*, 71, 151–164. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.10.010>
- Henderson, J. C. (2016). Halal food, certification and pariwisata syariah: Insights from Malaysia and Singapore. *Tourism Management Perspectives*, 19, 160–164.
- Jaelani, A. (2017). Halal tourism industry in Indonesia: Potential and prospects. *International Review of Management and Marketing*, 7(3), 25–34.
- Jafari, J., & Scott, N. (2014). Muslim world and its tourisms. *Annals of Tourism Research*, 44, 1–19.
- Kamri, N. A., Ramlan, S. N., & Ibrahim, A. Z. (2014). Mosque as a social development center. *International Journal of Trade, Economics and Finance*, 5(1), 1–6.
- Putnam, R. D. (2000). *Bowling alone: The collapse and revival of American community*. Simon & Schuster.
- Razzaq, S., Hall, C. M., & Prayag, G. (2016). The capacity of New Zealand to accommodate the halal tourism market—or not. *Tourism Management Perspectives*, 18, 92–97. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2016.01.008>
- Republik Indonesia. (2009). *Undang-Undang Nomor 10 Tahun 2009 tentang Kepariwisataaan*.
- Republik Indonesia. (2011). *Undang-Undang Nomor 23 Tahun 2011 tentang Pengelolaan Zakat*.
- Republik Indonesia. (2014). *Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal*.
- Scott, N., Jafari, J., & Bakhsh, S. (2014). Tourism in the Muslim world: Current status and future prospects. *International Journal of Tourism Research*, 16(1), 1–9.
- Timothy, D. J., & Olsen, D. H. (2006). *Tourism, religion and spiritual journeys*. Routledge.
- UNWTO. (2018). *Muslim tourism growth trends*. World Tourism Organization.
- Vargas-Sánchez, A., & Moral-Moral, M. (2020). Halal tourism: Literature review and experts' view. *Journal of Islamic Marketing*, 11(3), 549–569. <https://doi.org/10.1108/JIMA-04-2017-0039>
- Zakaria, Z., & Malek, N. A. A. (2014). Effects of human needs based on the integration of needs as stipulated in maqasid syariah and Maslow's hierarchy of needs on zakah distribution efficiency of Asnaf assistance business program. *Jurnal Pengurusan*, 40, 41–52.