

Seminar Nasional FMI 2025 Batam

Prosiding



e-ISSN: 3026-4499

Vol. 3

21-23 Oktober 2025

Strategi Pengembangan Sumberdaya Manusia untuk Pariwisata Halal di Indonesia

¹Yeni Absah, ²Tetty Yuliaty & ³Nor Asmalina Mohd Anuar

^{1,2}Universitas Sumatera Utara, Medan

³UiTM, Kuala Lumpur

Email: yeni.absah@usu.ac.id

Abstract

Human resource development for halal tourism in Indonesia faces complex challenges from various aspects. From the government's perspective, different training programs have been implemented through Vocational Training Centers (BLK), the Tourism Office, and related institutions, but the quality of human resources remains suboptimal, particularly in foreign language proficiency, cultural understanding, and competency requirements for the tourism industry. Furthermore, the low welfare of employees working in the tourism sector increases employee turnover. From an industry perspective, weaknesses in work discipline, limited understanding of halal standards, and limited adaptation to digital technology are key obstacles. However, leadership grounded in example and spirituality has been proven to foster greater discipline and integrity, offering a powerful solution to these challenges. At the same time, the digitalization of halal tourism promotion is a strategic factor in enhancing the competitiveness of halal tourism in Indonesia. From a social and cultural perspective, the emergence of public resistance to halal facilities and the stigma of Islamization demonstrate the need for a more inclusive communication strategy, sensitive to diversity, and aligned with local wisdom. Therefore, developing human resources for halal tourism in Indonesia requires an integrated approach that combines government policies, industry practices, and socio-cultural acceptance to create a competitive, sustainable sector.

Keywords halal tourism, HRM tourism, HRM strategic development.

1. Pendahuluan

Secara global, pasar wisata halal terus tumbuh. Laporan Mastercard–Crescent Rating menunjukkan Indonesia pernah menempati peringkat 1 bersama Malaysia pada 2019 dan kembali berbagi posisi puncak pada 2023–2024, sebelum pada edisi 2025 Indonesia berada di peringkat 5 destinasi OIC. Pariwisata halal adalah bagian dari ekosistem pariwisata yang menyediakan layanan sesuai prinsip syariah—termasuk makanan/minuman bersertifikat halal, fasilitas ibadah, ruang privat, serta pelayanan yang memahami kebutuhan wisatawan Muslim.

Kinerja pariwisata Indonesia pada 2024 juga menunjukkan tren pemulihan kuat: total wisman mencapai ±13,9 juta kunjungan (naik ±19% yoy), dengan kontribusi PDB pariwisata semester I/2024 sebesar 4,01% dan devisa pariwisata 2024 yang dilaporkan pemerintah berkisar USD 12,6–16,7 miliar (berbagai rilis). Angka-angka ini menyiratkan ruang akselerasi jika segmen halal dapat ditata lebih sistematis (BPS, 2024). Statistik kunjungan wisatawan mancanegara dan wisatawan domestik menunjukkan tren pemulihan/pertumbuhan pasca-pandemi, yang membuka peluang permintaan layanan halal baik dari wisatawan domestik mayoritas Muslim

Seminar Nasional FMI 2025 Batam

Prosiding



e-ISSN: 3026-4499

Vol. 3

21-23 Oktober 2025

maupun wisatawan mancanegara Muslim. Kunjungan wisman ke Indonesia pada 2024 didominasi oleh wisatawan asal Malaysia (16%), Australia (11,9%), Singapura (11%), China (7,8%), dan Timor Leste (6,9%) (GoodStats, 2024). Data resmi BPS/Kemenparekraf menunjukkan kenaikan kunjungan pada 2024–2025 yang menegaskan kebutuhan kapasitas layanan di destinasi prioritas (BPS, 2024).

Di tingkat regulasi, Indonesia menguatkan tata kelola kehalalan melalui skema Jaminan Produk Halal (JPH). PP 42/2024 menegaskan kewajiban sertifikasi halal bagi produk yang beredar; pemerintah juga mengumumkan penyesuaian jadwal kewajiban untuk pelaku UMKM tertentu hingga Oktober 2026 guna memberi waktu penyiapan. Implikasi kebijakan ini langsung menyentuh rantai nilai pariwisata (F&B, hotel, travel).

Perjalanan pariwisata halal di negara-negara asia tenggara khususnya Indonesia, Malaysia dan Thailand cukup menantang. Di Indonesia, perkembangan wisata halal beranjak dari potensi besarnya sebagai negara dengan penduduk muslim terbesar di dunia. Sejak awal 2000-an, kesadaran akan pasar wisata muslim mulai tumbuh, namun langkah konkret baru terlihat pada 2008 ketika Lombok dan Sumatera Barat mulai dikenal sebagai destinasi ramah muslim di tingkat internasional. Keberhasilan ini semakin diperkuat pada 2014-2015, saat kedua daerah tersebut meraih penghargaan sebagai destinasi halal terbaik dunia. Momentum tersebut mendorong percepatan pembentukan regulasi, yang salah satunya diwujudkan melalui Fatwa MUI No. 108 Tahun 2016 tentang Penyelenggaraan Pariwisata Berdasarkan Prinsip Syariah. Fatwa ini menjadi payung hukum penting yang mengatur wisata halal berdampingan dengan wisata konvensional, menekankan pentingnya penyediaan fasilitas ibadah, kuliner halal, dan layanan ramah muslim di destinasi wisata.

Perjalanan wisata halal Indonesia memasuki babak baru pada 2016 dengan era *Halal Tourism* 1.0 yang memperkenalkan rating destinasi halal. Selanjutnya, *Halal Tourism* 2.0 diluncurkan pada 2019 dengan fokus pada pemanfaatan teknologi digital untuk promosi, reservasi, dan informasi destinasi halal. Meskipun demikian, perkembangan ini menghadapi tantangan besar seperti pandemi COVID-19, bencana alam (misalnya gempa di Lombok), dan perbedaan penerimaan masyarakat terhadap konsep wisata halal di daerah-daerah dengan komposisi agama yang beragam. Berbeda dengan Malaysia yang membangun industri halal dengan strategi *top-down*, yaitu mempersiapkan regulasi dan infrastruktur terlebih dahulu. Indonesia lebih cenderung menerapkan pendekatan *bottom up*, di mana inisiatif berasal dari pelaku industri lokal, komunitas, dan pemerintah daerah, kemudian diperkuat dengan dukungan kebijakan pemerintah pusat.

Sementara itu, Thailand memiliki perkembangan wisata halal yang unik. Sekitar tiga dekade lalu, pariwisata Thailand hampir sepenuhnya didominasi oleh wisatawan non-muslim. Minimnya fasilitas halal membuat negara-negara muslim seperti Malaysia, Indonesia dan Singapura mendorong pelaku pariwisata Thailand lebih memperhatikan pariwisata halal. Upaya ini membuahkan hasil, dengan 35% wisatawan Thailand yang kini berasal dari negara-negara muslim, sekitar 80% produk makanan di Thailand sudah memiliki sertifikat halal resmi. Thailand juga menjadi eksportir besar produk halal dengan lebih dari 400 ribu produk yang

Seminar Nasional FMI 2025 Batam

Prosiding



e-ISSN: 3026-4499
Vol. 3
21-23 Oktober 2025

dipasarkan ke luar negeri. Meski demikian, negara ini masih menghadapi kendala, seperti keterbatasan fasilitas ibadah dan sarana istinja' yang memadai di destinasi wisata.

Malaysia sebagai pembanding, menjadi salah satu pelopor wisata halal di Asia Tenggara. Dukungan pemerintah yang kuat terlihat dari strategi yang menyeluruh, mulai dari penyusunan regulasi, penguatan lembaga sertifikasi halal, hingga promosi global. Pendekatan *top-down* ini memastikan kesiapan infrastruktur dan SDM sebelum meluncurkan program wisata halal. Malaysia juga konsisten mengintegrasikan industri halal dengan pariwisata, menjadikannya salah satu negara dengan citra destinasi halal paling mapan di dunia. Strategi inilah yang menjadi inspirasi bagi negara lain, termasuk Indonesia untuk memperkuat fondasi pengembangan wisata halal.

Namun, kesiapan ekosistem di Indonesia masih timpang. Data BPJPH (Nov 2024) menunjukkan proporsi hotel bersertifikat halal baru sekitar 1,2% dan restoran 4,1%, menggambarkan kesenjangan antara regulasi, persepsi kesiapan destinasi, dan realisasi di lapangan. Kondisi ini berpotensi menahan daya saing Indonesia di GMTI dan membatasi monetisasi permintaan wisata Muslim yang terus tumbuh.

Untuk mendorong perkembangan industri pariwisata halal, kualitas dan kesiapan SDM memegang peranan krusial. SDM yang memiliki kompetensi tinggi diyakini mampu meningkatkan reputasi lembaga maupun destinasi, sekaligus mendorong efisiensi dalam pelaksanaan operasional pariwisata. Pengembangan pariwisata halal tidak hanya soal fasilitas fisik, tetapi juga sangat bergantung pada kompetensi Sumber Daya Manusia (SDM) antara lain pengetahuan halal, keterampilan layanan hospitality berbasis syariah, kemampuan komunikasi lintas-budaya, serta manajemen mutu dan kepatuhan standar. Potensi pasar dan momentum pemulihan pariwisata Indonesia meningkatkan kebutuhan SDM yang kompeten.

Sertifikasi halal merupakan aspek kebijakan yang paling diprioritaskan dalam pengembangan pariwisata halal (Nasution dkk, 2020). Namun kenyataan di lapangan memperlihatkan adanya kesenjangan nyata antara kebijakan/target sertifikasi halal dan kesiapan SDM. Hingga 2024 BPJPH telah menerbitkan jutaan sertifikat halal untuk produk, namun tingkat sertifikasi pada unsur-unsur penting pariwisata—seperti restoran di akomodasi—masih sangat rendah (laporan menunjukkan sekitar 1,2% restoran hotel yang tersertifikasi halal pada pertengahan—akhir 2024). Angka rendah ini mencerminkan persoalan di tingkat implementasi operasional (prosedur dapur, SOP layanan, serta kompetensi staf yang memahami praktik halal dalam konteks layanan).

Pemerintah dan pemangku kepentingan telah meluncurkan berbagai program kebijakan dan inisiatif akselerasi—mis. kampanye akselerasi sertifikasi halal di desa wisata, panduan pariwisata halal, kolaborasi Kemenparekraf dengan MUI dan BPJPH, serta master plan pengembangan industri halal—tetapi efektivitasnya sangat bergantung pada ketersediaan SDM terlatih (pelatih, auditor halal, chef yang terampil dalam standar halal, manajer destinasi yang paham regulasi dan pemasaran ramah-Muslim) (BPJPH, 2024)

Kajian akademik dan laporan praktis menunjukkan kebutuhan transformasi kompetensi SDM:

Seminar Nasional FMI 2025 Batam

Prosiding



e-ISSN: 3026-4499

Vol. 3

21-23 Oktober 2025

kurikulum hospitality yang mengintegrasikan aspek syariah, program sertifikasi kompetensi profesi berbasis halal, serta pelatihan vokasional dan pembinaan UMKM pariwisata. Namun penelitian empiris yang memetakan tingkat kompetensi teknis, gap kompetensi, efektifitas pelatihan, dan hubungan antara kompetensi SDM dengan performa destinasi (kepuasan wisatawan, durasi tinggal, pengeluaran) masih relatif terbatas dan tersebar.

2. Tinjauan Literatur

2.1 Pengembangan SDM di sektor Pariwisata Halal

Pengembangan SDM di sektor pariwisata halal sangat penting untuk memastikan industri ini berkembang dengan baik dan dapat memenuhi permintaan pasar yang terus tumbuh, khususnya wisata Muslim. Menurut Ahmad and Owoyemi (2021), penguasaan keterampilan operasional perhotelan yang sesuai dengan standar halal sangat menentukan kepuasan pelanggan Muslim, termasuk aspek kebersihan, penyediaan makanan halal, dan pelayanan yang sesuai syariah.

Selain pengembangan softskill, penting juga bagi SDM di sektor pariwisata halal untuk mendapatkan sertifikasi halal dan lembaga pendidikan sangat diperlukan untuk menciptakan program pelatihan yang komprehensif dan meningkatkan kualitas SDM. Dengan pemberdayaan masyarakat lokal, inovasi berkelanjutan dan pengembangan fasilitas serta layanan yang sesuai dengan kebutuhan wisatawan, sektor pariwisata halal dapat tumbuh pesat dan memberikan dampak positif pada ekonomi serta menciptakan lapangan kerja. Peningkatan kompetensi digital dan pelatihan teknologi operasional menjadi fondasi penting untuk memenuhi tuntutan zaman dan ekspektasi wisatawan muslim atas layanan yang efisien dan halal (Waqiah, 2024).

Menurut Yoshinta et al. (2024), menekankan bahwa pengembangan SDM dalam pariwisata halal harus mencakup pelatihan yang tidak hanya meningkatkan keterampilan teknis dan pelayanan, tetapi juga kompetensi budaya dan pemahaman prinsip syariah agar layanan ramah muslim dapat terlaksana secara konsisten dan kredibel. Selain itu, pelatihan berbasis teknologi dan pendidikan literasi halal menjadi urgensi untuk meningkatkan pengalaman wisatawan dan efektivitas operasional destinasi halal (Rahim et al, 2025).

Meskipun, digitalisasi seperti platform, pembayaran daring, dan promosi digital sangat berpotensi meningkatkan daya tarik wisata halal, hambatan seperti infrastruktur yang belum merata, rendahnya literasi digital pada kalangan pelaku usaha, dan regulasi yang belum sepenuhnya mendukung menjadi tantangan signifikan yang harus diatasi (Stafrezar, 2024). Menurut Samudra et al., adanya koordinasi antar pemangku kepentingan (stakeholders), termasuk pemerintah, pelaku usaha, dan masyarakat lokal, harus diperkuat agar standar layanan halal, sertifikasi, dan regulasi yang berkaitan dengan SDM menjadi lebih transparan dan konsisten di seluruh destinasi wisata.

2.2 Kompetensi Teknis

Kompetensi teknis merupakan elemen penting dalam manajemen sumber daya manusia (SDM) yang merujuk pada keterampilan dan pengetahuan spesifik yang diperlukan untuk menjalankan

Seminar Nasional FMI 2025 Batam

Prosiding



e-ISSN: 3026-4499

Vol. 3

21-23 Oktober 2025

tugas atau pekerjaan tertentu secara efektif. Dalam konteks pengembangan karyawan, kompetensi teknis menjadi landasan bagi proses pelatihan dan peningkatan kinerja, karena memastikan karyawan mampu menjalankan fungsinya secara profesional sesuai tujuan industri (Afriyani dkk, 2024). Menurut Salsabila dan Putri (2024), penguatan kompetensi teknis dapat dilakukan melalui pelatihan berkelanjutan yang berbasis teknologi digital, agar karyawan dapat menyesuaikan diri dengan perubahan sistem kerja modern.

Dalam organisasi berbasis nilai seperti bisnis syariah, kompetensi teknis tidak dapat dipisahkan dari nilai etika. Nasution dan Kemala (2025) menekankan pentingnya integrasi antara pelatihan teknis dan pendidikan karakter agar karyawan tidak hanya kompeten secara teknis dan pendidikan karakter agar karyawan tidak hanya kompeten secara teknis tetapi juga berperilaku sesuai nilai syariah. Sementara itu, pada sektor publik, Abdussamad (2017) menyoroti bahwa pengembangan kompetensi teknis aparatur negara harus dilakukan melalui analisis kebutuhan kerja yang mendalam dan terukur, menggunakan metode seperti wawancara terstruktur dan pengamatan kinerja langsung.

Dalam perspektif organisasi modern, keselarasan antara kompetensi teknis dengan budaya organisasi menjadi krusial. Afriyani dkk (2024) menunjukkan bahwa kompetensi teknis yang tidak sejalan dengan nilai dan budaya kerja akan menghambat proses adaptasi dan transformasi. Penguatan kompetensi teknis juga sangat penting dalam sektor keuangan, seperti yang dijelaskan oleh Harahap dan Iskandar (2024) dalam studi mereka tentang Bank Syariah Indonesia. Mereka menekankan bahwa pelatihan teknis rutin berperan signifikan dalam meningkatkan kapasitas layanan karyawan terhadap nasabah. Keseluruhan literatur ini menunjukkan bahwa kompetensi teknis bukan hanya tentang kecakapan menjalankan tugas, tetapi juga menjadi alat strategis untuk mencapai keunggulan kompetitif dan kelangsungan organisasi di tengah perubahan yang cepat. Dalam UU No. 33 tahun 2014 indikator kompetensi teknis SDM pariwisata halal dapat disimpulkan dalam beberapa poin, sebagai berikut: (1) Pemahaman prinsip dan standar halal: memahami alur proses sertifikasi halal, sistem jaminan halal, dan lainnya. (2) Keterampilan proses produksi halal: mampu mengidentifikasi bahan bak halal/haram, menjalankan proses produksi pencampuran dan pemrosesan sesuai dengan standar halal. (3) Keterampilan dokumentasi dan pelaporan: mampu menyusun dan mengelola sistem Standar Jaminan halal (SJH), form audit halal, dan penggunaan bahan halal tersertifikasi. (4) Kepatuhan pada protokol kebersihan dan sanitasi: mampu melaksanakan prosedur pencucian alat, tempat dan bahan sesuai kaidah thaharah. (5) Etika dan akhlak kerja Islami: menjalankan tugas sesuai dengan nilai-nilai Islam, termasuk kejujuran dan disiplin dalam menjaga kehalalan produk. Khusus sektor penyembelihan, membaca basmalah dan memahami syarat syar'i penyembelihan. (6) Keterampilan komunikasi dalam konteks halal: dapat menjelaskan kepada stakeholder (konsumen, atasan dan auditor) tentang status kehalalan proses.

2.3 Kompetensi Teknis sebagai Pilar Profesionalisme dalam Adaptabilitas Digital

Kompetensi teknis dalam pengembangan SDM tetap memegang peran sentral, terutama dalam menghadapi transformasi industri. Kompetensi ini mencakup kemampuan dalam aspek manajerial, teknologis, administrative yang disesuaikan dengan prinsip syariah. Kompetensi

Seminar Nasional FMI 2025 Batam

Prosiding



e-ISSN: 3026-4499

Vol. 3

21-23 Oktober 2025

teknis yang tinggi dan kesadaran syariah mampu meningkatkan kepatuhan operasional dan efisiensi bisnis (Nasution dkk, 2021). Namun, terdapat kesenjangan kompetensi teknis dan integrasi nilai-nilai syariah dalam banyak institusi. Oleh karena itu, integrasi pelatihan berbasis syariah dan teknologi menjadi urgensi baru sebagaimana disorot dalam artikel Khalid dkk (2020). Menurut Waqiah (2024), selain kebutuhan pelatihan teknis digital, perlu adanya memberikan ruang terhadap pengembangan *soft skills* seperti mindset inovatif, kolaborasi lintas disiplin, dan etika operasional sesuai prinsip syariah.

Teknologi yang semakin berkembang mengharuskan SDM menyesuaikan diri (beradaptasi). Adaptabilitas dunia digital mengacu pada kapasitas individu dan organisasi untuk menyesuaikan diri dengan perubahan teknologi yang cepat. Dalam konteks SDM Syariah, ini menjadi penting karena banyak institusi keuangan dan bisnis Islam tengah melakukan transformasi digital. Studi yang dilakukan oleh Sulaiman dkk (2022), menunjukkan bahwa digital adaptability sangat dipengaruhi oleh kesiapan budaya organisasi dan literasi digital individu. Dalam lembaga syariah, transformasi digital sering terhambat oleh resistensi kultural dan kurangnya pelatihan berkelanjutan. Ismail & Daud (2021), juga mengidentifikasi pentingnya mengembangkan *digital mindset* dalam pelatihan SDM Islam agar inovasi teknologi tidak hanya diadopsi secara teknis tetapi sesuai dengan prinsip halal dan etika.

3. Metode Penelitian

Desain penelitian menggunakan pendekatan kualitatif untuk mengenali pemahaman responden melalui wawancara, serta melalui pengamatan langsung dan analisis dokumen guna mengidentifikasi fenomena kunci dari informan penting. Pengumpulan data menggunakan metode triangulasi untuk memperoleh realitas sosial yang lebih dipercaya. Kemudian, data tersebut akan dianalisis menggunakan analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities, Threats*). Pengkajian didasarkan pada logika untuk mengoptimalkan kekuatan (*Strength*) dan peluang (*Opportunities*), namun meminimalkan kelemahan (*weakness*) dan ancaman (*Threats*).

Data kualitatif diperoleh dari studi pustaka, wawancara, dan *Focus Group Discussion* (FGD), serta analisis SWOT (Monang, 2020). Lokasi penelitian dilakukan pada UMKM Halal, travel dan tempat hiburan di Indonesia. Peserta FGD merupakan stakeholder pariwisata halal antara lain Dewan Syariah Nasional (DSN), Masyarakat ekonomi Syariah (MES), perhotelan, restoran, Dinas Pariwisata Provinsi Sumatera Utara, BLK Sumut, akademisi bidang pariwisata halal, dan travel perjalanan.

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Kondisi dan Solusi SDM Indonesia Menurut Pemerintah dan Instansi Terkait

Pemerintah, melalui kementerian, dinas pariwisata dan lembaga pelatihan seperti Balai Latihan Kerja (BLK) telah menginspirasi berbagai program pembinaan dan pelatihan untuk meningkatkan kualitas SDM pariwisata halal. Program tersebut mencakup pelatihan sadar wisata, pembinaan perhotelan, pelatihan barista, chef, hingga pendampingan digitalisasi promosi wisata. Meski begitu, tantangan yang dihadapi tidak ringan. Di banyak daerah, kualitas SDM masih rendah, terutama di lokasi-lokasi prioritas seperti geosite di Sumatera Utara yang

Seminar Nasional FMI 2025 Batam

Prosiding



e-ISSN: 3026-4499

Vol. 3

21-23 Oktober 2025

oleh Bu Nisa dari Dinas Pariwisata disebut memiliki SDM yang tidak mumpuni meskipun pelatihan sudah diberikan.

Masalah penguasaan bahasa menjadi perhatian utama. Bapak Ardiansyah dari Dewan Syariah Nasional (DSN) menyoroti bahwa “hampir tidak ada pemandu wisata yang bisa berbahasa sulit, hanya bisa bahasa umum seperti Inggris dan Mandarin”. Beliau membandingkan dengan SDM pariwisata di Uzbekistan yang pemandunya bahkan mampu berbahasa Indoensia dan memahami adat istiadat wisatawan Muslim. DSN juga menilai pengetahuan budaya dan religiusitas SDM menjadi faktor penting dalam membangun kenyamanan wisatawan.

Tantangan lain adalah ketidaksesuaian latar belakang pendidikan dengan kebutuhan industri. Pak Aryo dari Mie Ayam Hj. Mahmud Medan mengungkapkan “sekitar 75% tenaga kerja bekerja di industri yang berbeda dengan jurusannya, dan ketika SDM terserap 30% sesuai jurusan saja itu sudah sangat hebat”. Hal ini berdampak pada perlunya pelatihan ulang atau *upskilling* agar tenaga kerja benar-benar siap. Rendahnya kesejahteraan juga memicu *turnover* tinggi. Bu Elisabeth seorang akademisi sekaligus praktisi pariwisata menyoroti bahwa gaji karyawan masih tidak setara dengan beban kerja yang dialami, sehingga mereka cenderung tidak bertahan lama. Bahkan, banyak SDM pariwisata yang baru bekerja sehari sudah memutuskan berhenti karena melihat peluang di luar negeri.

Untuk mengatasi permasalahan tersebut, berbagai solusi diusulkan. Instruktur dari Badan Latihan Kerja (BLK) memaparkan bahwa pelatihan yang diberikan tidak hanya teknis tetapi juga berorientasi pada penyerapan kerja. Peserta akan dibekali ilmu teknis di bidang perhotelan dan sudah terserap di beberapa hotel bahkan sampai ke Dubai, yang hanya bermodalkan pelatihan singkat 1-3 bulan. DSN menekankan pentingnya dukungan regulasi, keamanan, dan kenyamanan sementara Masyarakat Ekonomi Syariah (MES) mengusulkan pembuatan aplikasi digital petta fasilitas halal yang dapat diakses wisatawan muslim.

Secara keseluruhan, meskipun pelatihan sudah berjalan, FGD ini menunjukkan bahwa peningkatan kualitas SDM pariwisata halal di Indonesia memerlukan pendekatan menyeluruh, yaitu pembenahan kompetensi bahasa, penguatan religiusitas dan pemahaman budaya, peningkatan kesejahteraan, serta pemanfaatan teknologi informasi untuk mendukung pelayanan wisata halal yang berdaya saing.

4.2 Kondisi dan Solusi SDM untuk Pelaku Industri

Pelaku industri pariwisata halal, mulai dari hotel, restoran hingga UMKM menghadapi tantangan yang tidak kalah kompleks dibanding pemerintah. Tantangan ini meliputi lemahnya disiplin kerja, kurangnya pemahaman mengenai standar wisata halal, minimnya promosi dan identifikasi halal pada produk dan layanan hingga hambatan ahasa yang mempengaruhi kualitas pelayanan. Manajer Hotel Grandhika Medan menegaskan bahwa sertifikat halal masih dipegang oleh restorannya, sementara operasional hotel secara keseluruhan belum mencapai sertifikasi halal. Ia menambahkan bahwa meskipun makanan dan minuman sudah halal, belum semua karyawan memiliki pengetahuan memadai tentang pariwisata halal. Untuk mengatasi hal ini, manajemen hotel mengadakan pelatihan internal staf mengetahui informasi umum tentang

Seminar Nasional FMI 2025 Batam

Prosiding



e-ISSN: 3026-4499

Vol. 3

21-23 Oktober 2025

restoran halal, oleh-oleh halal, serta destinasi wisata halal terdekat.

Kepemimpinan juga menjadi isu penting. Pimpinan harus menjadi *role model* karena biasanya karyawan cenderung suka meniru. Hal ini sejalan dengan konsep *spiritual leadership* yang diterapkan oleh manajemen Mie Ayam Hj. Mahmud Medan, di mana karyawan diwajibkan mengaji dan beribadah, bukan semata untuk kepentingan perusahaan, tetapi juga membentuk kedisiplinan, empati dan rasa kekeluargaan. Karyawan yang menerapkan *spiritual leadership* cenderung memiliki jiwa disiplin yang tinggi. Selain itu, pengetahuan agama dan konsep halal menjadi nilai tambah dalam perekrutan karyawan, terutama untuk menghadapi tantangan SDM generasi Z yang membutuhkan pendekatan berbeda.

Adaptasi terhadap era digital juga menjadi sorotan. Mie Ayam Hj. Mahmud sudah memanfaatkan promosi digital, sementara perwakilan dari Masyarakat Ekonomi Syariah mengusulkan pembuatan aplikasi digital yang berfungsi sebagai peta fasilitas wisata halal. Menurutnya, ini akan membantu wisatawan muslim menemukan layanan yang mereka butuhkan tanpa harus mengandalkan informasi dari warga lokal yang belum tentu akurat.

Namun, ada pula hambatan sosial yang mempengaruhi dukungan terhadap industri wisata halal. Keberhasilan pariwisata bergantung pada dukungan masyarakat lokal terhadap destinasi. Fenomena pungli dan resistensi terhadap pembangunan fasilitas, serta isu islamisasi menjadi tantangan baru dalam mengembangkan industri halal. Perlu dirancang produk wisata yang beragam agar tidak cepat membosankan seperti memadukan atraksi alam dengan kuliner halal dan pertunjukan budaya.

Secara umum, solusi yang disepakati pelaku industri meliputi peningkatan pelatihan teknis dan non-teknis bagi karyawan, penguatan kepemimpinan berbasis teladan, pemanfaatan teknologi digital untuk promosi dan informasi, serta kolaborasi dengan masyarakat lokal agar industri wisata halal dapat tumbuh secara inklusif dan berkelanjutan. Dengan kombinasi antara kompetensi teknis, kesadaran religius, dan keterampilan komunikasi lintas budaya, SDM pelaku industri diharapkan mampu bersaing di tingkat regional bahkan global.

4.3 Tantangan Sosial dan Kultural

Pengembangan wisata halal di Indonesia tidak hanya bergantung ada ketersediaan fasilitas dan regulasi, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh faktor sosial dan kultural. Salah satu tantangan terbesar adalah resistensi sebagian masyarakat lokal terhadap konsep wisata halal. Di beberapa daerah, pembangunan fasilitas pendukung seperti rumah ibadah dan restoran bersertifikat halal kerap ditafsirkan sebagai upaya islamisasi yang mengancam budaya setempat. Dewan Syariah Nasional (DSN) menconohkan fenomena di Danau Toba, di mana wacana pembangunan fasilitas halal memicu keberatan masyarakat sehingga wisatawan muslim menjadi enggan berkunjung. Hal ini menunjukkan bahwa keberhasilan implementasi wisata halal sangat membutuhkan strategi komunikasi yang peka terhadap keberagaman dan kearifan lokal.

Perbedaan latar belakang budaya di setiap destinasi juga menuntut pendekatan yang berbeda. Diferensiasi setiap daerah itu selalu ada, jadi tidak bisa disamakan kebutuhan pariwisata setiap daerah. Harus ada ikon di setiap tempat wisata. Contohnya di Toba ikonnya patung Yesus, di

Seminar Nasional FMI 2025 Batam

Prosiding



e-ISSN: 3026-4499

Vol. 3

21-23 Oktober 2025

Bali ikonnya adat Hindu. Untuk itu, wisata halal harus dirancang sebagai konsep inklusif yang dapat berdampingan dengan kekayaan budaya lokal tanpa menghilangkan ciri khas daerah tersebut.

Isu keramahan menjadi sorotan penting. Beberapa peserta FGD menilai bahwa citra keramahan Indonesia terhadap wisatawan asing belum setinggi negara pesaing seperti Turki dan Malaysia. Di Turki, pemandu wisata tidak hanya menguasai banyak bahasa, tetapi juga memahami adat dan kebutuhan wisatawan muslim secara detail, bahkan bahasa dan kebiasaan yang jarang digunakan sekalipun. Sebaliknya, di Indonesia, bahasa asing yang digunakan pemandu wisata masih terbatas sehingga interaksi dengan wisatawan tidak selalu berjalan lancar. Tantangan lain yang memberikan stigma negatif pada pariwisata halal, sering dikaitkan dengan pembatasan aktivitas hiburan seperti minuman keras, perjudian, dan prostitusi. Padahal seperti yang disampaikan DSN, justru kepastian terhadap aspek halal dapat memberikan rasa aman dan nyaman bagi wisatawan yang ingin menikmati perjalanan sesuai nilai dan keyakinan mereka.

Menghadapi tantangan sosial dan kultural ini, para narasumber sepakat bahwa pendekatan yang digunakan harus bersifat partisipatif, melibatkan tokoh masyarakat, pelaku budaya dan komunitas lokal sejak tahap perencanaan. Edukasi publik, kampanye kesadaran multikultural, serta pelatihan pelayanan lintas budaya bagi pelaku industri pariwisata menjadi strategi yang direkomendasikan. Dengan demikian, wisata halal dapat berkembang tanpa memicu konflik sosial, bahkan justru memperkuat citra Indonesia sebagai destinasi wisata yang ramah, toleran, dan menghargai keberagaman.

4.4 Analisis SWOT

Analisis SWOT dilakukan untuk menganalisis secara mendalam posisi kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang dihadapi pariwisata halal Indonesia. Untuk selanjutnya akan disusun strategi pengembangan SDM pariwisata halal yang paling tepat untuk meningkatkan preferensi wisatawan. Dengan menerapkan strategi ini, diharapkan terjadi peningkatan jumlah wisatawan halal sehingga kesejahteraan pelaku wisata dan lembaga terkait dapat meningkat.

Tabel 1. Analisis SWOT

Kekuatan (Strengths)	Kelemahan (Weakness)
Indonesia adalah negara dengan populasi muslim terbesar di dunia sebagai pasar wisata halal domestik besar	Kurangnya SDM yang menguasai bahasa asing dan pemahaman mendalam tentang wisatawan muslim.
Potensi wisata yang beragam dan kaya budaya seperti Danau toba, bukit Lawang, dan Samosir dan banyak lagi.	Fasilitas pendukung wisata halal masih minim (tempat ibadah, perlengkapan istinja', toilet bersih dan sebagainya)
Dukungan institusi-institusi seperti dewan Syariah Nasional (DSN), Badan Latihan Kerja (BLK), Dinas Pariwisata, dan Industri seperti hotel dan kuliner halal.	Masyarakat lokal di beberapa destinasi masih menolak pembangunan fasilitas halal.
Semangat spiritual leadership di beberapa	Ketidaksiuaian antara kurikulum pendidikan dan kebutuhan industri.
	Turnover karyawan yang tinggi karena gaji

Seminar Nasional FMI 2025 Batam

Prosiding



e-ISSN: 3026-4499
Vol. 3
21-23 Oktober 2025

pelaku usaha. Beberapa hotel dan restoran telah tersertifikasi halal secara parsial.	yang tidak kompetitif dan beban kerja tinggi. Masih ada praktik buruk di lapangan seperti pungutan liar di tempat wisata.
Peluang (Opportunities) Permintaan global terhadap pariwisata halal terus meningkat terutama wisatawan muslim internasional dari Timur Tengah, Malaysia dan Asia Selatan. Potensi kolaborasi internasional dengan asosiasi halal Thailand, Malaysia dan Singapura. Digitalisasi pariwisata halal melalui pengembangan aplikasi dan peta digital (maps for halal tourism). Pelatihan-pelatihan SDM dari BLK dan kerjasama dengan sektor swasta/perhotelan. Sertifikasi dan regulasi halal dari MUI dan BPJPH dapat diperluas ke sektor hospitality. Potensi wisata berbasis religi dan ziarah di Indonesia sangat besar.	Ancaman (Threats) Resistensi sosial terhadap pembangunan wisata halal di wilayah mayoritas non-muslim. Ketiadaan regulasi nasional khusus yang mengatur klasifikasi dan standar SDM pariwisata halal. Persaingan dengan negara-negara non-muslim seperti Thailand yang lebih agresif dalam promosi halal tourism. Ketergantungan pada pariwisata konvensional yang masih sarat dengan miras, perjudian dan prostitusi. Ancaman budaya konsumtif generasi muda tanpa nilai religius, terutama di sektor pelayanan wisata.

Kekuatan industri pariwisata halal di Indonesia sangat menonjol pada aspek sumber daya manusia (SDM) yang mulai menunjukkan adaptasi terhadap kebutuhan baru. Studi Fahriska et al. (2023) memperlihatkan bahwa masyarakat dan lembaga mulai menyadari bahwa SDM dengan kualifikasi dan kompetensi yang tepat adalah aset penting untuk menjalankan operasional halal secara efektif. Kekuatan ini dapat dimaksimalkan melalui branding Indonesia sebagai destinasi halal unggulan di kawasan Asia Tenggara. Kolaborasi dengan pemerintah daerah dan asosiasi industri dapat mempercepat pemerataan sertifikasi halal dan peningkatan fasilitas ramah muslim.

Namun, kelemahan yang sering muncul menunjukkan bahwa terdapat *gap* yang cukup besar antara ekspektasi industri dan kondisi SDM saat ini. Tantangan utama ada pada kualitas SDM, terutama keterampilan bahasa asing dan pemahaman tentang preferensi wisatawan muslim global. Minimnya fasilitas pendukung seperti mushola yang bersih, toilet yang sesuai standar, dan perlengkapan istinja' membuat pengalaman wisata halal kurang optimal. Selain itu, penolakan masyarakat lokal di beberapa destinasi menunjukkan adanya kesenjangan pemahaman mengenai manfaat ekonomi wisata halal. Masalah lain seperti ketidaksesuaian kurikulum pendidikan, tingginya turnover karyawan, dan pungutan liar dapat menurunkan citra destinasi di mata wisatawan mancanegara. Untuk itu diperlukan program pelatihan SDM yang lebih terarah, sinkronisasi kurikulum dengan kebutuhan industri, serta pemberdayaan masyarakat lokal melalui edukasi agar mereka melihat pariwisata halal sebagai peluang, bukan ancaman.

Seminar Nasional FMI 2025 Batam

Prosiding



e-ISSN: 3026-4499

Vol. 3

21-23 Oktober 2025

Permintaan global terhadap pelayanan wisata halal terus meningkat, tentunya hal ini membuka peluang terhadap ekspansi pasar. Digitalisasi dan penggunaan teknologi seperti aplikasi halal, promosi digital, dan sistem reservasi digital, sering disebut sebagai cara efektif untuk meningkatkan daya saing dan efisiensi operasional. Fokus pemerintah dan pelaku industri perlu diarahkan pada digitalisasi promosi, penguatan kerjasama internasional, dan pengembangan paket wisata religi dan ziarah yang terintegrasi.

Selain itu, ancaman nyata mungkin muncul tidak bisa diabaikan begitu saja. Adanya resistensi sosial dan budaya lokal dapat menjadi hambatan ketika konsep wisata halal ingin dikembangkan di suatu daerah. Selain itu, ketiadaan regulasi nasional yang jelas mengenai klasifikasi dan standar SDM pariwisata halal dapat menghambat konsistensi pelayanan. Persaingan dari negara non-muslim seperti Thailand, yang sangat agresif mempromosikan wisata halal, berpotensi membuat Indonesia tertinggal jika tidak bergerak cepat. Munculnya persaingan destinasi halal dari negara lain juga menjadi tantangan dengan adanya *branding*, infrastruktur, dan layanan yang ramah terhadap wisatawan muslim. Diperlukan regulasi nasional yang komprehensif, komunikasi publik yang baik untuk mengurangi resistensi sosial, serta reposisi destinasi agar lebih inklusif tanpa menghilangkan nilai-nilai syariah.

4.5 Model Strategi Pengembangan SDM Pariwisata Halal di Indonesia

Berdasarkan analisis SWOT yang sudah dilakukan, maka dapat dirumuskan berbagai strategi yang dapat dilaksanakan, yakni: (1) Digitalisasi informasi wisata halal nasional: dengan mengembangkan aplikasi berbasis lokasi untuk informasi restoran, masjid, penginapan, dan rute ramah halal (*halal friendly*). (2) Pusat pelatihan nasional SDM *halal tourism*: membangun pelatihan berstandar nasional yang menggabungkan etika Islam. (3) Regulasi dan sertifikasi SDM pariwisata halal: mempercepat kebijakan dari Kemenparekraf dan Dewan Syariah nasional untuk menyusun klasifikasi profesi halal tourism, dan sertifikasi kompetensi syariah. (4) Kolaborasi Multisektor dan edukasi kepada masyarakat lokal: membentuk tim kerja antara Pemda, Pelaku Wisata, Tokoh Agama, dan Komunitas lokal untuk menciptakan ekosistem yang mendukung pariwisata halal. (5) Citra Pariwisata Halal: bangun citra global Indonesia sebagai destinasi ramah muslim dengan standar pelayanan tinggi, aman dan berdaya saing.

Apabila strategi ini dilaksanakan secara konsisten, maka Indonesia berpotensi menjadi salah satu pusat pariwisata halal dunia yang tidak hanya berdaya saing tinggi tetapi juga inklusif, ramah, dan berkelanjutan.

5. Kesimpulan

Pengembangan sumber daya manusia untuk pariwisata halal di Indonesia menghadapi beragam tantangan dari berbagai sudut pandang, termasuk pemerintah, pelaku industri, dan masyarakat setempat. Dari sudut pandang pemerintah, meskipun banyak program pelatihan yang telah dilaksanakan melalui BLK, Dinas Pariwisata, serta lembaga terkait lainnya, namun kualitas sumber daya manusia masih kurang memadai, terutama dalam hal kemampuan bahasa asing, penguasaan budaya, dan kesiapan kompetensi yang sesuai dengan tuntutan industri. Kondisi kesejahteraan tenaga kerja yang minim juga berkontribusi pada tingginya angka pergantian staf.

Seminar Nasional FMI 2025 Batam

Prosiding



e-ISSN: 3026-4499

Vol. 3

21-23 Oktober 2025

Bagi para pelaku industri, tantangan utama terletak pada lemahnya disiplin kerja, keterbatasan pemahaman tentang standar halal, dan kurangnya kemampuan untuk beradaptasi dengan teknologi digital. Kepemimpinan yang mengutamakan keteladanan serta spiritualitas terbukti efektif dalam membangun kedisiplinan dan integritas sumber daya manusia. Di sisi lain, digitalisasi dalam promosi dan informasi mengenai halal menjadi elemen kunci untuk bersaing di era yang modern ini.

Dari perspektif sosial dan budaya, adanya penolakan dari masyarakat terhadap pengembangan fasilitas halal serta stigma mengenai islamisasi menunjukkan kebutuhan akan strategi komunikasi yang peka terhadap keragaman dan kearifan lokal. Pariwisata halal perlu dipandang sebagai suatu konsep yang inklusif, mampu berintegrasi dengan budaya setempat, sekaligus meningkatkan citra keramahan bangsa Indonesia.

Referensi

Abdussamad, Y. (2017). Pengembangan Sumber Daya Manusia Aparatur Melalui Kompetensi. *Jurnal Ekonomi dan Bisnis*.

Afriyani, F., Hasan, L.D., Rokhmat, A., dan Wahyudin, Y. (2024). *Manajemen sumber Daya Manusia: Teori Komprehensif dalam MSDM*. Google Books

Ahmad, Z., dan Owoyemi, M.Y. (2021). Spiritual Leadership in Islamic Workplace: An Integrative Framework. *Journal of Islamic Business and Management*, 11 (1), 45-63

Darmawan, I. (2006) Pembangunan Manusia Sebagai Sarana Pemberdayaan Masyarakat Miskin. *Jurnal Economia*, 2(1), 1-11.

Ebel, R.L. & Frisbie, D.A. (1991). *Essential Of Educational Measurement (5th Edition)*. New Delhi: Prentice-Hall, Inc.

GoodStats, (2024). Tahun 2024, Angka Kunjungan Wisman ke Indonesia Tertinggi dalam 5 Tahun Terakhir, 10 Maret 2025, <https://data.goodstats.id/statistic/tahun-2024-angka-kunjungan-wisman-ke-indonesia-tertinggi-dalam-5-tahun-terakhir-jloBN>

Harahap, P.N. & Iskandar, T. (2024) Manajemen Pengembangan Sumber Daya Manusia Bank Syari'ah Indonesia Kota Medan. *Jurnal Perbankan Syariah*, 3(1), 11-25. <https://doi.org/10.59342/jer.v3i1.511>

Ismail, N.A., dan Daud, M.A. (2021). Digital Literacy and Adaptability in Islamic Financial Institutions. *Information Technology or Development*, 27 (1), 23-41.

Japar, R., Siradjuddin, Sumarlin, & Asrawan. (2024). Peran Manajemen Sumber Daya Manusia Dalam Pembangunan Ekosistem Industri Halal di Indonesia, *Jurnal Manajemen, Organisasi, dan Bisnis*, 13(2), <https://doi.org/10.56486/kompleksitas.vol13no2.571>

Krugman, P.R. (2012). *International Economics: Theory & Policy (9th Edition)*. Boston: Addison-Wesley.

Nasution, M. I., et al (2021). Technical Competence and Sharia Compliance in Islamic Banking

Seminar Nasional FMI 2025 Batam

Prosiding



e-ISSN: 3026-4499
Vol. 3
21-23 Oktober 2025

HR. *International Journal of Ethics and Systems*, 37 (4), 539-553

Nasution, M. Y., Kemala, R., & Al-Amin, A.-A. (2025). Manajemen Sumber Daya Insani dalam Bisnis Syariah: Perspektif Pendidikan dan Pengembangan Kompetensi Karyawan. *Jurnal Ekonomi Utama*, 4(1), 166–176. <https://doi.org/10.55903/juria.v4i1.248>

Nasution, H.M.Yasir, Tanjung, Hendri and Yuliaty, Tetty Yuliaty (2020). Development of Halal Tourism in Indonesia: Halal Certification as a Top Priority and Awareness of Businessman, *International Journal of Innovative Research & Development*, 9 (1), 253-258.

Rahim, A.R., Haliding, S., Hakim, L., Syafiuddin, dan Wahyuddin. (2025). Adaptive Strategy for Technology-Based Halal Tourism Development in Indonesia: Lessons from Singapore's Success. *International Journal of Research in Social Science and Humanities*, 6(6), <https://doi.org/10.47505/IJRSS.2025.6.5>

Samudra, D., Safagutan, F., Silvi, N., Lutfiana, E., Aura, H., & Parniati. (2024). A Systematic Review: Halal Tourism Development in Indonesia. *Iqtishodiah: Jurnal Ekonomi Dan Perbankan Syariah*, 6(2), 71–78. <https://doi.org/10.62490/iqtishodiah.v6i2.733>

Sulaiman, M., et al. (2022). The Role of Organizational Culture in Digital Transformasi of Islamic Institutions, *Journal of Islamic Marketing*, 13 (95).

Stafrezar, B. (2024). Potensi dan Tantangan Digitalisasi dalam Memajukan Wisata Halal di Indonesia: Solusi dan Implementasi, *Journal of Economics, Business, Management, Accounting, and Social Sciences*, 2(6), 342-351. <https://doi.org/10.63200/jebmass.v2i6.157>

Sumarno (2012). Implementasi Kebijakan Desentralisasi Pendidikan Dasar. *Laporan Penelitian*. Yogyakarta: LPPM UNY.

Waqiah (2024). Transformasi Kompetensi SDM di Sektor Wisata Halal Menuju Era Industri 4.0. *Jurnal Kolaboratif Sains*, 7(11), 4233-4243. <https://doi.org/10.56338/jks.v7i11.6403>

White, H. (2007). *Problem-Based Learning in Introductory Science Across Disciplines*. Diakses dari <http://www.udel.edu/chem/white/finalrpt.html> pada tanggal 6 Januari 2011.

Yelle, L.E. (1980). Industrial Life Cycles and Learning Curves: Marketing and Production Interaction. *Industrial Marketing Management*, 9(4), 311-318.

Yoshinta, D.O., Suhariadi, F., Wijoyo, S. (2024). Integrating Human Resource Development and Halal Tourism Strategies for Sustainable Development in Indonesia. *Technium Social Sciences Journal*, <https://doi.org/10.47577/tssj.v62i1.11718>

Copyrights

Copyright for this article is retained by the author(s), with first publication rights granted to the journal.

This is an open-access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution license (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>)