

TESIS
INTERNALISASI NILAI DAN NORMA AGAMA PADA
PENGEMBANGAN PARIWISATA HALAL DI SENGGIGI KECAMATAN
BATU LAYAR KABUPATEN LOMBOK BARAT PROVINSI NTB



OLEH:

BAEHAKI
NIM. 22205021007

PEMBIMBING:

Dr. Masroer, S.Ag., M.Si
NIP. 19691029 200501 1 003

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

Diajukan Kepada Program Studi Magister (S2) Studi Agama-Agama

Fakultas Ushuluddin Dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga

Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat

Penyusunan Tesis

YOGYAKARTA

2024



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA
FAKULTAS USHULUDDIN DAN PEMIKIRAN ISLAM
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 512156 Fax. (0274) 512156 Yogyakarta 55281

PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-2126/Un.02/DU/PP.00.9/12/2024

Tugas Akhir dengan judul : INTERNALISASI NILAI DAN NORMA AGAMA PADA PENGEMBANGAN
PARIWISATA HALAL DI SENGIGI KECAMATAN BATU LAYAR KABUPATEN
LOMBOK BARAT PROVINSI NTB

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : BAEHAKI, S.Sos
Nomor Induk Mahasiswa : 22205021007
Telah diujikan pada : Rabu, 11 Desember 2024
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

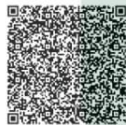
dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang
Dr. Masroer, S. Ag. M. Si.
SIGNED

Valid ID: 67650abb582cf



Penguji I
Dr. Mahatva Yoga Adi Pradana, M.Sos.
SIGNED

Valid ID: 67650620c364f



Penguji II
Prof. Dr.Phil. H. Al Makin, S.Ag., M.A.
SIGNED

Valid ID: 676a4ef398301



Yogyakarta, 11 Desember 2024
UIN Sunan Kalijaga
Dekan Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam
Dr. H. Robby Habiba Abror, S.Ag., M.Hum.
SIGNED

Valid ID: 676a6770ddcda

PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Baehaki, S.Sos
NIM : 22205021007
Fakultas : Ushuluddin dan Pemikiran Islam
Jenjang : Magister (S2)
Program Studi : Studi Agama-agama
Konsentrasi : Sosiologi Agama

Menyatakan bahwa naskah tesis ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya. Jika kemudian hari terbukti bahwa naskah ini bukan karya saya sendiri, maka saya siap ditindak sesuai dengan hukum yang berlaku

Yogyakarta, November 2024
Saya yang menyatakan,



Baehaki, S.Sos
NIM. 22205021007

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Baehaki, S.Sos
NIM : 22205021007
Fakultas : Ushuluddin dan Pemikiran Islam
Jenjang : Magister (S2)
Program Studi : Studi Agama-agama
Konsentrasi : Sosiologi Agama

Menyatakan bahwa naskah tesis ini secara keseluruhan benar-benar bebas dari plagiasi. Jika dikemudian hari terbukti bahwa terdapat plagiasi di dalam naskah tesis ini, maka saya siap ditindak sesuai dengan hukum yang berlaku.

Yogyakarta, November 2024
Saya yang menyatakan,



Baehaki, S.Sos
NIM. 22205021007

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

NOTA DINAS PEMBIMBING

Kepada Yth,
Dekan Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam
UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Assalammu 'alaikum Wr.Wb

Disampaikan dengan hormat, setelah melakukan bimbingan, koreksi, dan arahan terhadap penyusunan atau penulisan tesis dengan judul:

**Dinamika Sosial Industrialisasi Wisata Halal Di Kawasan Wisata Senggigi
Kabupaten Lombok Barat Provinsi NTB**

Yang ditulis oleh:

Nama : Baehaki, S.Sos
NIM : 22205021007
Fakultas : Ushuluddin dan Pemikiran Islam
Jenjang : Magister (S2)
Program Studi : Studi Agama-agama
Konsentrasi : Sosiologi Agama

Dengan ini saya berpendapat bahwa tesis tersebut sudah layak diajukan kepada Program Studi Magister (S2) Studi Agama-Agama Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam Universitas Islam Negeri (UIN) Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk diajukan dalam rangka memperoleh gelas magister agama.

Wassalammu 'alaikum Wr.Wb

Yogyakarta, November 2024
Pembimbing,



Dr. Masroer, S.Ag., M.Si

NIP. 19691029 200501 1 003

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, Tesis ini dapat terselesaikan. Dengan penuh rasa syukur karya ini saya persembahkan untuk orang tua yang senantiasa mendoakan, ketiga kakak saya serta teman-teman dan semua orang yang tiada henti memberikan dukungannya.



MOTTO

"It always impossible until it's done"

(Nelson Mandela)

"Bale langgaq ndek tipaq awan, akah tetep leq tanaq."

"Rumah besar (kemajuan) tidak akan melayang ke langit, akar tetap berada di tanah (tidak melupakan tradisi)"

(Pepatah Sasak)



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

KATA PENGANTAR

Bismillah, dengan menyebut nama Allah Yang Maha Kuasa, segala puji hanya terlantun kepada-Nya. Sholawat dan salam kepada Nabi Muhammad, Rasul Saw yang menjadi penuntun dan kompas moral bagi umat manusia. Semoga kita semua dapat bertemu dan mendapat syafaat darinya di hari akhir kelak. Aamin ya rabbal'alamin. Tesis dengan judul “Dinamika Sosial Industrialisasi Pariwisata Halal di Kawasan Wisata Senggigi Kecamatan Batu Layar Kabupaten Lombok Barat Provinsi NTB” dapat diselesaikan dengan baik dan tepat waktu.

Dengan kesadaran penuh, penulis menyadari bahwa tesis ini tidak mungkin terselesaikan dengan sempurna. Namun, sebisa mungkin penulis tetap memaksimalkan agar hasil yang dicapai dapat memberikan kebaikan kepada siapapun. Selain itu, penulis juga memahami bahwa tesis ini tidak akan dapat terselesaikan tanpa bantuan dari banyak pihak. Maka dengan ucapan terimakasih penulis haturkan kepada pihak-pihak yang telah membantu dan berkontribusi dalam penulisan tesis ini, sekaligus penyampaian maaf apabila merepotkan selama penyelesaian tesis ini. Dengan segala kerendahan hati, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada:

1. Kedua orangtuaku, Ayah (Alm. Masyur) dan ibu (Baiq Nihayah) yang senantiasa menuturkan do'a, dukungan serta segala kebutuhan penulis dalam perjalanan selama menuntut ilmu. Do'a yang tak henti-henti penulis haturkan kepada kedua orangtua tersayang.
2. Pak Prof. Noorhaidi Hasan, S.Ag., M.A., M.Phil., Ph.D. Rektor UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.
3. Bapak Dr. H. Robby Habiba Abror, S.Ag., M. Hum. Selaku Dekan Fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam UIN Sunan Kalijaga.
4. Ibu Dr. Dian Nur Anna, S.Ag., M.A. Selaku Ketua Jurusan Magister Studi Agama-agama UIN Sunan Kalijaga. Sosok yang sangat ramah dan mengayomi mahasiswa.

5. Ibu Dr. Siti Khodijah Nurul Aula, M.Ag. Selaku sekretaris Jurusan Magister Studi Agama-agama UIN Sunan Kalijaga.
6. Ibu Prof. Dr. Sekar Ayu Aryani, M.Ag. Selaku pembimbing akademik penulis yang sangat baik dalam memberikan arahan kepada penulis.
7. Bapak Dr. Masroer, S.Ag., M.Si. Dosen pembimbing tesis penulis. Terimakasih bapak atas bimbingannya.
8. Prof. Dr. Phil. H. Al Makin, S.Ag., M.A., Selaku sekretaris penguji penulis
9. Bapak Dr. Mahatva Yoga Adi Pradana, M.Sos. Selaku penguji tesis penulis, yang memberikan saran penting bagi penelitian penulis
10. Seluruh bapak dan ibu dosen Magister Studi Agama-agama yang telah memberikan ilmu serta motivasi kepada penulis.
11. Seluruh pegawai tata usaha fakultas Ushuluddin dan Pemikiran Islam, terimakasih atas layanan dan bantuan yang diberikan kepada penulis.
12. Teman seperjuangan Magister Studi Agama-agama 2022, Yuli, Aul, Arman, Cut, Muzayyin, Ika, Wika, Linda, Ruslin, Mirshad, Guntur, dan Gilas. Terimakasih banyak teman-teman semua atas seluruh bantuan dan kebersamaannya
13. Teman-teman Kelompok Aktif Wacana dan Analisis Nalar (KAWAN), terimakasih banyak juga atas kebersamaannya.
14. Semua pihak yang tak dapat penulis sebutkan satu persatu terimakasih banyak atas segala do'a dan supportnya.

Penulis sematkan do'a atas semua pihak yang terlibat dalam penyelesaian tesis ini diberikan kemudahan, kebaikan dan jalan terang disetiap langkah hidupnya Amin ya rabbal 'alamin.

Yogyakarta, 1 Desember 2024

Baehaki, S.Sos.
NIM: 22205021007

ABSTRAK

Penelitian ini membahas tentang internalisasi nilai dan norma agama dalam pengembangan pariwisata halal di Desa Senggigi, Kecamatan Batu Layar, Kabupaten Lombok Barat, Provinsi Nusa Tenggara Barat. Dengan tujuan untuk mengetahui proses internalisasi nilai-nilai agama serta mengetahui bagaimana tantangan dan peluang dalam pengembangan pariwisata halal di Desa Senggigi. Untuk memperoleh data, penelitian ini menggunakan metode kualitatif berjenis penelitian lapangan. Dengan data primer berupa hasil wawancara dan observasi yang ditemukan di lapangan. Sedangkan data sekundernya berupa dokumen, catatan maupun tulisan yang berkaitan dengan kajian tulisan ini. Selanjutnya teori yang digunakan ialah teori internalisasi dan komersialisasi.

Penelitian ini menunjukkan bahwa perkembangan pariwisata halal di Desa Senggigi tidak hanya berpengaruh pada sektor ekonomi, tetapi juga pada dinamika sosial yang ada di masyarakat setempat. Pengutamaan nilai-nilai agama, khususnya nilai Islam, dalam pengembangan pariwisata halal membawa dampak signifikan terhadap pola interaksi sosial antara komunitas masyarakat yang ada di Senggigi. Dengan menggunakan teori internalisasi, penelitian ini menemukan bahwa proses internalisasi nilai-nilai agama dalam pariwisata halal di Senggigi berlangsung melalui hubungan dialektis antara wisatawan, masyarakat lokal, dan pelaku industri pariwisata. Proses ini menghasilkan integrasi prinsip-prinsip agama Islam ke dalam produk dan layanan pariwisata yang ditawarkan, sehingga menciptakan peluang baru dalam sektor ekonomi. Namun, di sisi lain, komersialisasi pariwisata halal juga membawa tantangan, seperti polarisasi sosial dan resistensi budaya lokal terhadap perubahan yang dibawa oleh pariwisata halal. Hasil penelitian menunjukkan bahwa meskipun pariwisata halal memberikan peluang ekonomi yang besar, tantangan berupa ketegangan antaragama dan pergeseran nilai budaya lokal tetap perlu diperhatikan. Oleh karena itu, dibutuhkan kebijakan yang inklusif, berbasis pada keberagaman, dan sensitif terhadap nilai-nilai lokal untuk memastikan pengembangan pariwisata halal yang berkelanjutan dan memberikan manfaat bagi seluruh masyarakat Senggigi.

Kata Kunci: Dinamika Sosial, Identitas Lokal, Internalisasi, Komersialisasi Agama, Pariwisata Halal, Senggigi.

ABSTRACT

This research discusses the internalization of religious values and norms in the development of halal tourism in Senggigi Village, Batu Layar District, West Lombok Regency, West Nusa Tenggara Province. With the aim of knowing the process of internalizing religious values and knowing what are the challenges and opportunities in the development of halal tourism in Senggigi Village. To obtain data, this study uses a qualitative method of field research. With primary data in the form of interview results and observations found in the field. Meanwhile, the secondary data is in the form of documents, notes and writings related to the study of this writing. Furthermore, the theory used is the theory of internalization and commercialization.

This research shows that the development of halal tourism in Senggigi Village not only affects the economic sector, but also on the social dynamics in the local community. The prioritization of religious values, especially Islamic values, in the development of halal tourism has a significant impact on the pattern of social interaction between communities in Senggigi. Using the theory of internalization, this study finds that the process of internalizing religious values in halal tourism in Senggigi takes place through a dialectical relationship between tourists, local communities, and tourism industry players. This process resulted in the integration of Islamic religious principles into the tourism products and services offered, thus creating new opportunities in the economic sector. However, on the other hand, the commercialization of halal tourism also brings challenges, such as social polarization and local cultural resistance to the changes brought by halal tourism. The results of the study show that although halal tourism provides great economic opportunities, challenges in the form of interreligious tensions and shifts in local cultural values still need to be considered. Therefore, inclusive, diversity-based, and sensitive to local values are needed to ensure the sustainable development of halal tourism and provide benefits for all Senggigi people.

Keywords : Social Dynamics, Local Identity, Internalization, Commercialization

Religion, Halal Tourism, Senggigi.

DAFTAR ISI

PENGESAHAN TUGAS AKHIR.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN.....	iii
PERNYATAAN BEBAS PLAGIASI	iv
NOTA DINAS PEMBIMBING	v
MOTTO	vi
PERSEMBAHAN.....	vii
ABSTRAK	viii
ABSTRACT	ix
KATA PENGANTAR.....	x
DAFTAR ISI	xii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	13
C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian	13
D. Tinjauan Pustaka	14
E. Kerangka Teori.....	21
1. Internalisasi	21
2. Komersialisasi.....	26
F. Metode Penelitian.....	30
1. Jenis Penelitian.....	30
2. Teknik Pengumpulan Data	31
3. Teknik Analisis Data	33
G. Sistematika Pembahasan	
BAB II KONDISI SOSIAL, BUDAYA, AGAMA DAN EKONOMI DESA SENGGIGI	36
A. Demografi Desa Senggigi.....	35
1. Letak Geografis	35
2. Kondisi Administratif.....	36
B. Kondisi Sosial Ekonomi Masyarakat	38

C. Kondisi Sosial Keagamaan Masyarakat	43
BAB III HUBUNGAN DIALEKTIS ANTARA MASYARAKAT, PELAKU INDUSTRI DAN WISATAWAN DALAM PENGEMBANGAN PARIWISATA HALAL DI SENGGIGI.....	46
A. Hubungan Dialektis antara Masyarakat dengan Pelaku Industri	49
B. Hubungan Dialektis Masyarakat Lokal dengan Wisatawan	53
C. Hubungan Dialektis antara Pelaku Industri dengan Wisatawan.....	67
D. Internalisasi Nilai dan Norma Agama dalam Kebijakan Pariwisata Halal	71
BAB IV PELUANG DAN TANTANGAN YANG TIMBUL DARI INTERNALISASI NILAI DAN NORMA AGAMA DALAM PENGEMBANGAN PARIWISATA HALAL DI SENGGIGI	
A. Peluang dari Pengembangan Pariwisata Halal di Senggigi	76
1. Segmentasi Pasar yang Jelas	76
2. Citra Destinasi Wisata Halal: Antara Strategi Global dan Lokal	79
3. Dukungan Ekonomi Lokal	81
4. Penguatan Identitas Lokal	83
B. Tantangan dalam Pengembangan Pariwisata Halal di Senggigi	85
1. Komodifikasi Nilai Religius	89
2. Potensi Resistensi Budaya Lokal	92
3. Polarisasi Sosial Agama	95
BAB V PENUTUP	
A. Kesimpulan	101
B. Saran	102
DAFTAR PUSTAKA	



STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Indonesia adalah negeri yang diberkahi kekayaan luar biasa, mulai dari keindahan alam hingga keanekaragaman budaya dan warisan sejarah yang menakjubkan. Dengan lebih dari 17.000 pulau yang membentang dari Sabang hingga Merauke, negeri ini menawarkan pemandangan alam yang memukau pantai berpasir putih, gunung menjulang tinggi, hingga hutan hujan tropis yang lebat.

Selain keindahan alamnya, Indonesia juga menyimpan keunikan budaya yang tidak hanya menjadi daya tarik visual, tetapi juga memberikan pengalaman spiritual yang memperkaya kebutuhan rohani. Keberagaman tradisi, bahasa, dan seni yang tersebar di setiap daerah mencerminkan harmoni dalam keberagaman. Warisan sejarah dan keanekaragaman budaya Indonesia dapat dilihat dari sudut pandang komersialisasi, menjadi daya tarik utama bagi wisatawan mancanegara. Melalui pengelolaan yang tepat, kekayaan ini dapat menjadi sumber pendapatan yang signifikan, sekaligus memperkuat identitas bangsa di panggung dunia.

Keindahan-keindahan yang dimiliki negeri ini sia-sia jika dibiarkan begitu saja. Maka dikeluarkanlah beberapa kebijakan guna menarik pelancong dari luar negeri untuk berkunjung ke Indonesia, dengan harapan dapat memberikan pengaruh terhadap pendapatan bangsa. Pemerintah melakukan berbagai cara agar keindahan negeri ini tidak terabaikan begitu saja. sebagian besar branding yang

dilakukan dapat dikatakan berhasil lantaran dalam catatan kementerian pariwisata dan ekonomi kreatif kunjungan wisatawan dari luar negeri ke Indonesia dari tahun ke tahun mengalami peningkatan, kunjungan tertinggi tercatat pada periode sebelum covid di tahun 2019 dengan jumlah 16.106.954 kunjungan. Kemudian dalam lanjutan catatan tersebut menerangkan bahwa jumlah pengeluaran terbanyak dalam rata-rata statistika didominasi oleh pengunjung dari timur Tengah.¹

Melihat data kunjungan wisata, sebagian besar wisatawan berasal dari negara-negara Timur Tengah, yang secara global dikenal didominasi oleh umat Muslim. Salah satu alasan yang mendasari fakta tersebut adalah identitas Indonesia sebagai negara dengan mayoritas penduduk beragama Islam. Fenomena ini dapat dianalisis menggunakan teori tindakan instrumental yang dikemukakan oleh Max Weber. Dalam teori tersebut, tindakan seseorang dipengaruhi oleh tujuan yang rasional, termasuk dalam memilih konsumsi atau aktivitas sesuai dengan ajaran agama yang diyakini. Dalam konteks pariwisata, pertimbangan rasional ini terlihat dalam preferensi wisatawan Muslim yang memilih destinasi yang sesuai dengan nilai-nilai dan ajaran agama Islam, seperti halal tourism.²

Faktor lainnya juga datang dari konsep wisata halal yang muncul beberapa tahun belakangan ini. Dimana dalam konsep ini Indonesia dinobatkan sebagai destinasi wisata halal nomor satu di dunia dengan Lombok sebagai predikat destinasi halal unggulannya. Nusa Tenggara Barat merupakan salah satu dari

¹ Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, *Statistik Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif 2020* (Jakarta: Pusat Data dan Sistem Informasi, 2020).

² Sindung Harianto, *Sosiologi Agama Dari Klasik Hingga Postmodern* (Yogyakarta: Ar Ruzz Media, 2015).

sepuluh provinsi yang dipilih pemerintah untuk mengembangkan destinasi wisata halal. Daerah ini juga mendapat predikat terbaik dalam kancah nasional maupun internasional dalam pengembangan destinasi pariwisata halal pada tahun 2015 dan 2019.³ Baru-baru ini, dalam postingan Inside Lombok menginformasikan bahwa provinsi NTB terpilih sebagai destinasi wisata ramah muslim terbaik di Indonesia versi “Indonesia Muslim Travel Index (IMTI) 2023”.⁴ Yang artinya bahwa bukan tidak mungkin daerah ini nantinya menjadi destinasi wisata halal kelas dunia. Harapan ini dipayungi oleh peraturan daerah tahun 2016 yang berisikan tentang pariwisata sebagai salah satu aspek yang mempercepat Pembangunan ekonomi di NTB. Dengan demikian pemasukan dibidang industri pariwisata diharapkan dapat menopang perekonomian negeri.

Hal demikian menjadi landasan dalam kebijakan industri pariwisata dalam negeri yang menggunakan konsep pariwisata halal. Artinya kegiatan berwisata memiliki corak perjalanan Rohani. Dari gaungan bahasanya sudah jelas bahwa konsep wacana ini berembrio dari ajaran Islam. Negara ini didominasi dengan warga muslim, secara demografis merupakan negara dengan populasi muslim terbanyak di dunia. Tak heran jika pariwisata halal juga menjadi salah satu penunjang penting dibidang ekonomi. Jika melihat dari asalnya, konsep halal dibuat oleh kementerian pariwisata lantaran melihat potensi warga asing mayoritas muslim untuk berkunjung ke Indonesia. Ketika dinominalkan kemungkinan laba yang terkumpul dari kunjungan warga asing mayoritas muslim diperkirakan

³ Aan Jaelani, “Halal Tourism Industry in Indonesia: Potential and Prospects,” *SSRN Electronic Journal*, 2017, <https://doi.org/10.2139/ssrn.2899864>.

⁴ “Inside Lombok (@insidelombok) • Instagram Photos and Videos,” accessed November 4, 2023, <https://www.instagram.com/p/CzDcmMgLOyn/>.

mencapai 400 triliun.⁵ Meskipun pada beberapa daerah konsep wisata halal ini berada pada ambang kontroversi seperti daerah Danau Toba, Toraja dan Bali yang mayoritas penganut agama dari masing-masing daerah tersebut berada di luar agama Islam. Hal ini menyinggung realitas dari daerah-daerah tersebut yang seolah-olah dianggap haram dan perlu dihalalkan.⁶

Halal dalam syariat ajaran Islam diartikan sebagai segala sesuatu yang diperbolehkan, lawan kata halal yakni haram yang diartikan sebagai segala sesuatu yang terlarang dalam agama. Jika ditarik ke dalam konteks kajian dalam tulisan ini, pariwisata halal dapat diartikan sebagai konsep dasar yang memberikan pelayanan dan fasilitas yang sesuai dengan ajaran Islam kepada wisatawan Muslim yang melakukan perjalanan wisata ke suatu destinasi yang tidak bertentangan dengan ajaran Islam. Namun dalam perkembangannya konsep ini lambat laun bergeser, dalam artian apa saja yang halal, tidak hanya dikonsumsi oleh Masyarakat muslim akan tetapi oleh seluruh umat beragama pada umumnya, karena pada dasarnya dalam hal konsumsi “halal” identik dengan sesuatu yang higienis. Sehingga dalam praktiknya wisata halal tidak eksklusif bagi umat muslim saja akan tetapi juga diperbolehkan bagi kalangan non-muslim.

Dari pandangan MUI wisata halal diartikan sebagai kegiatan wisata didukung berbagai fasilitas serta layanan yang disediakan oleh entitas yang berkecimpung dibidangnya seperti pemerintah, pengusaha, Masyarakat dan

⁵ Muhammad Djakfar, *Peta Jalan Menuju Pengembangan Akademik & Industri Halal di Indonesia* (Malang: UIN-Maliki Press, 2017).

⁶ Akhmad Saufi et al., “Pariwisata Halal: Perlukah Rekonseptualisasi?,” *JMM UNRAM - Master Of Management Journal* 9, no. 3 (October 1, 2020): 305–14.

pemerintah daerah yang sesuai dengan prinsip syariah.⁷ Realisasi fasilitas pariwisata halal mewajibkan atas pelaku pariwisata konvensional di area wisata tersebut untuk menyediakan arah kiblat di kamar hotel, informasi masjid terdekat, tempat ibadah bagi wisatawan dan karyawan muslim, keterangan tentang produk halal dan tidak halal, terpisahnya tempat berwudhu bagi laki-laki dan Perempuan, serta adanya kemudahan untuk bersuci. Beberapa hal tersebut sebagian besar sudah dilaksanakan diberbagai destinasi wisata di Lombok secara tekstual.

Selanjutnya dalam Undang-undang pariwisata No. 10 Tahun 2009, pasal 5. Menjelaskan kepariwisataan dilaksanakan dengan prinsip menjunjung tinggi norma agama dan nilai budaya sebagai aktualisasi dari konsep hidup yang seimbang antara manusia dengan manusia lainnya dan antara manusia dengan lingkungannya.⁸ Sedangkan pariwisata secara konvensional menurut James J. Spillane ialah perjalanan yang berorientasi pada kenikmatan, mencari kepuasan, mengetahui sesuatu, memperbaiki kesehatan, menikmati olahraga atau istirahat menunaikan tugas dan lain-lain.⁹ Definisi lebih luas dari pariwisata ialah perjalanan dari suatu tempat ke tempat lain yang bersifat sementara dilakukan oleh seroang individu maupun kelompok sebagai usaha mencari keseimbangan maupun kebahagiaan dalam dimensi sosial. Artinya pariwisata adalah kegiatan berjalan jauh dari rumah dalam lingkup antar daerah, antar negara biasanya

⁷ Amirah Ahmad Nahrawi, *Pariwisata Halal Indonesia* (Jakarta: Majelis Ulama Indonesia, 2020).

⁸ Betty Silfia Ayu Utami and Abdullah Kafabih, “Sektor Pariwisata Indonesia di Tengah Pandemi Covid 19,” 2021.

⁹ I Ketut Setia Sapta Nengah Landra, *Bisnis Pariwisata* (Bali: Noah Aletheia, 2018).

dilakukan untuk perjalanan bisnis atau kesenangan dimana seseorang tidak menetap di destinasi wisata tersebut.

Jika diilustrasikan pengunjung atau wisatawan dapat dikatakan sebagai tamu yang berkunjung ke dalam rumah keluarga muslim (destinasi). Dalam ajaran Islam setiap tamu wajib dihormati dengan jamuan yang pantas (atraksi-objek wisata) disertai dengan pelayanan yang baik dari sang tuan rumah (sumber daya manusia) agar sang tamu merasa betah dan senang., hendaknya suasana rumah harus bersih Selain itu juga perlu perabot rumah dan segala fasilitas (daya dukung) seperti penerangan yang cukup, ruang tamu, ruang shalat (mushalla), ruang makan, kamar tidur, kamar mandi dan lain sebagainya dan kesemuanya bersih, nyaman dan tertata rapi. Atau bahkan jika perlu sang tuan rumah menyiapkan sarana transportasi jika sekiranya si tamu butuh berkunjung ke tempat lain.¹⁰

Destinasi pariwisata halal ini termasuk dalam hidangan baru atau objek baru bagi Masyarakat luas untuk memilih destinasi wisata mana sekiranya sesuai dengan keyakinannya. Selain terdapat tujuan utama untuk berlibur, sekaligus menjadi bagian dari perjalanan ibadah bagi yang bersangkutan. Dengan demikian guna merealisasikan tujuan tersebut perlu adanya kesadaran dari pemangku kepentingan dan segala entitas di dalamnya untuk memfasilitasi kebutuhan tersebut. Agar sejatinya perjalanan wisata yang halal benar-benar terlaksana sesuai syariat. Dengan demikian bukankah membangun wisata halal merupakan ekspresi

¹⁰ Djakfar, *Peta Jalan Menuju Pengembangan Akademik & Industri Halal di Indonesia*.

dari membumikan ajaran langit ke ranah bisnis, sekaligus menjadi wahana menerjemahkan ajaran *rahmatan lil alamin* di Tengah kehidupan manusia.¹¹

Jika melihatnya dalam khazanah sosiologi serangkaian aktivitas dalam kegiatan pariwisata halal tersebut sebenarnya datang dari sejarah masyarakat industri. Merujuk pada periode di mana masyarakat mulai beralih dari pola hidup agraris tradisional menuju sistem ekonomi dan produksi yang lebih terfokus pada industri dan manufaktur. Proses ini sering kali terkait dengan Revolusi Industri yang dimulai di Inggris pada abad ke-18 dan menyebar ke seluruh dunia.¹² Kemajuan dibidang industri ini juga ditandai dengan globalisasi yang membawa Masyarakat dengan segala Integrasi dengannya (termasuk agama) didatangi kapitalisasi ekonomi.

Sistem sosial ekonomi kapital tersebut menyentuh realitas agama dengan tak kasat mata. Mengutip kalimat yang terlontar dalam tulisan Turner bahwa dewasa ini semua tradisi agama dapat diberi merek dan dapat dijual ke seluruh dunia, dalam konteks ini wacana konsep halal dalam Islam dibungkus ke dalam industri wisata syariah seperti telah terjadi di berbagai daerah di Indonesia yang menjadikan branding wisata halal sebagai ceruk meraih keuntungan devisa negara. Melihat hal tersebut sebenarnya semakin mengiyakan bahwa agama yang dipasarkan (komodifikasi agama) menancapkan agama-agama secara lebih kuat ke dalam ranah hubungan komoditas. Melihat fakta tersebut dapat dikatakan

¹¹ “Jaelani - 2017 - Halal Tourism Industry in Indonesia Potential and.Pdf,” accessed October 30, 2023, https://mpira.ub.uni-muenchen.de/76237/1/MPRA_paper_76237.pdf.

¹² Amalia Annisa, *Sejarah Revolusi Industri Dari 1.0 Sampai 4.0*, 2021, <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.20215.24488>.

bahwa komodifikasi agama merupakan bagian tak terpisahkan dari modernisasi dunia global dewasa ini.¹³

Jika bergeser ke dalam bingkai yang lebih kritis lagi, wisata halal merupakan bentuk dari kapitalisasi agama artinya, agama yang suci dimanfaatkan oleh yang berkepentingan untuk meraup keuntungan.¹⁴ Dari beberapa uraian yang dipaparkan sebelumnya diterangkan bahwa wisata halal dari sudut pandang komoditas dapat meraup keuntungan lumayan besar namun, yang menjadi problem seperti disampaikan oleh para teolog ialah, ketika agama diperdagangkan atau dicampurkan dengan sesuatu yang berbau komoditi akan mengancam ruh suci dalam agama tersebut. Seperti tercampurnya provan dengan sakral. Orientasi meraup *income* atau segala hasrat duniawi mengalami ekspansi (pergeseran) pasarnya pada simbol-simbol agama.¹⁵ Dalam kasus ini konsep halal dalam syariat Islam digunakan sebagai wacana di dalam Industri Pariwisata.

Kapitalisasi dan ekspansi pasar sebenarnya berembrio dari komodifikasi agama. Seperti yang diketahui bahwa agama tak dapat terpisahkan dari modernisasi. Agama merupakan bagian ojektifikasi yang artinya selalu terjalin dengan aspek-aspek modernis, terutama negara dan pasar. Kemudian komodifikasi hadir sebagai buah dari proses dialektis semacam itu. Ketika sebuah agama dikomodifikasikan melalui institusi pasar modern, maka hal tersebut menjadi fakta bahwa keagamaan siap menyesuaikan diri dengan perubahan.

¹³ Briyan S. Turner, *Sosiologi Agama* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013).

¹⁴ Wahyu Budi Nugraha, *Memahami Kembali Marx, Marxisme Dan Perkembangannya* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2019).

¹⁵ Turner, *Sosiologi Agama*.

Dalam konteks ini menunjukkan bahwa agama berusaha menyesuaikan diri dengan memodernisasikan dirinya sendiri.¹⁶

Demikian dinamika wisata halal dari sudut komodifikasi, sedikit bersebrangan dari paradigma tersebut., Jika dilihat dari sudut pandang yang lebih strategis, wisata halal dapat dipahami sebagai salah satu bentuk inovasi dalam industri pariwisata yang mengintegrasikan nilai-nilai agama dengan kebutuhan pasar. Wisata halal, yang menawarkan destinasi ramah Muslim sesuai dengan prinsip nilai dan norma Islam, tidak hanya menciptakan peluang ekonomi yang signifikan tetapi juga mendukung internalisasi nilai-nilai agama dalam pengembangan pariwisata. Konsep ini memungkinkan masyarakat lokal untuk mempertahankan identitas keagamaannya sambil meningkatkan daya saing destinasi wisata di pasar global.¹⁷

Dalam konteks internalisasi, wisata halal bukan hanya sebatas komersialisasi simbol-simbol agama, melainkan juga sebagai upaya memperkuat budaya dan tradisi lokal yang selaras dengan nilai-nilai Islam. Misalnya, penyediaan fasilitas ibadah, makanan halal, serta edukasi tentang budaya lokal yang berbasis halal dapat menjadi strategi untuk memberikan pengalaman yang bermakna bagi wisatawan, sekaligus mendorong pembangunan berkelanjutan. Hal ini sejalan dengan prinsip maqashid syariah, yang bertujuan menjaga agama, jiwa,

¹⁶ Turner.

¹⁷ Kamali, *Maqasid Al-Shariah Made Simple* (London: Islamic Book Trust, 2008).

akal, keturunan, dan harta melalui cara-cara yang inklusif dan bermanfaat bagi semua pihak.¹⁸

Pengembangan wisata halal juga dapat berperan dalam mempromosikan keunikan budaya Islam lokal, seperti kuliner tradisional, seni, dan adat istiadat, sebagai daya tarik utama. Wisata halal tidak hanya menjadi instrumen ekonomi, tetapi juga sarana untuk melestarikan dan mengenalkan warisan budaya yang sesuai dengan nilai-nilai Islam. Melalui pengelolaan yang baik, konsep ini dapat mendorong terciptanya pariwisata berkelanjutan yang menghargai identitas lokal sekaligus memenuhi kebutuhan wisatawan Internasional.¹⁹

Dalam konteks penelitian ini akan mengangkat destinasi wisata halal yang ada di Desa Senggigi. mengingat senggigi merupakan objek wisata yang cukup populer di daerah pulau Lombok dengan beberapa destinasi unggulannya seperti pantai, sunset view, pegunungan, hutan maupun destinasi hiburan malam yang ada di dalamnya. Seperti yang sama-sama kita ketahui bahwa senggigi merupakan bagian dari proyek wisata halal di pulau Lombok yang dalam brandingnya melaksanakan standar operasional sesuai dengan prinsip pariwisata syariah. Dalam observasi yang peneliti lakukan desa senggigi menyediakan begitu banyak fasilitas ibadah bagi kaum muslim disekitarnya. Seperti contoh pada pantai Merumata Senggigi selain menyediakan hidangan menu yang terlihat ke barat-baratan akan tetapi dipinggiran pintu masuk terdapat tempat beribadah bagi pengunjung Muslim.

¹⁸ Henderson, "Halal Tourism: Emergence and Key Dimensions," *Tourism Management Perspectives* 19 (2016).

¹⁹ M Battour, "Halal Tourism: Concepts, Practises, Challenges, Future," *Tourism Managemen Perspectives* 19 (July 2016).

Dalam konteks penelitian ini, fokusnya adalah pada destinasi wisata halal di Desa Senggigi. Sebagai salah satu objek wisata populer di Pulau Lombok, Senggigi menawarkan berbagai daya tarik unggulan, seperti pantai dengan pemandangan matahari terbenam, pegunungan, hutan, hingga berbagai hiburan malam. Namun, dalam proyek wisata halal yang menjadi bagian dari branding Pulau Lombok, Senggigi mengedepankan pengelolaan destinasi sesuai prinsip pariwisata halal, yang tidak hanya mengakomodasi kebutuhan wisatawan Muslim tetapi juga menciptakan peluang ekonomi baru bagi masyarakat lokal.

Dalam observasi yang dilakukan, Desa Senggigi menunjukkan bagaimana nilai-nilai Islam diinternalisasikan ke dalam pengembangan destinasi wisata melalui fasilitas yang ramah Muslim.²⁰ Contohnya, di Pantai Merumata Senggigi, terdapat perpaduan unik antara sajian menu bergaya barat dengan penyediaan tempat ibadah di pintu masuk, yang menunjukkan keseimbangan antara modernitas dan nilai-nilai religius. Pendekatan ini juga mencerminkan proses komersialisasi, di mana elemen-elemen agama digunakan untuk meningkatkan daya tarik destinasi tanpa menghilangkan aspek spiritualitas yang menjadi inti dari pariwisata halal. Dengan demikian, Senggigi tidak hanya menjadi destinasi wisata, tetapi juga ruang di mana nilai-nilai agama dan ekonomi berinteraksi secara harmonis.

Penelitian ini berfokus pada internalisasi nilai dan norma Islam dalam pariwisata halal di Senggigi, Kecamatan Batu Layar, Kabupaten Lombok Barat,

²⁰ Pierre Bordieu, *Outline of a Theory of Practice* (Cambridge: Cambridge University Press, 1977).

Provinsi Nusa Tenggara Barat. Senggigi, sebagai salah satu destinasi wisata unggulan di Lombok, merepresentasikan bagaimana nilai dan norma Islam diintegrasikan ke dalam pengelolaan pariwisata untuk menciptakan pengalaman yang ramah bagi wisatawan Muslim. Penelitian ini akan membahas proses internalisasi nilai-nilai Islam, seperti penyediaan fasilitas ibadah, pengelolaan makanan halal, serta pembentukan lingkungan yang sesuai dengan prinsip-prinsip ajaran Islam, yang turut berkontribusi dalam membangun identitas Lombok sebagai destinasi wisata halal terkemuka di dunia.

Dengan menggunakan bingkai sosiologi, penelitian ini berupaya memahami bagaimana nilai dan norma agama diadaptasi dan diimplementasikan oleh masyarakat lokal dalam konteks pariwisata halal, serta bagaimana hal ini berdampak pada interaksi sosial di kawasan wisata Senggigi. Internalisasi nilai-nilai Islam ini tidak hanya mencerminkan usaha untuk memenuhi kebutuhan wisatawan Muslim, tetapi juga menjadi bagian dari strategi yang memperkuat identitas budaya lokal melalui pariwisata berkelanjutan yang berbasis nilai-nilai religius.

STATE ISLAMIC UNIVERSITY
SUNAN KALIJAGA
YOGYAKARTA

B. Rumusan Masalah

Seperti yang telah dipaparkan dalam latar belakang terkait tentang konsep wisata halal dan bagaimana konsep tersebut merupakan bagian dari wacana komersialisasi agama. Yang dikerucutkan dalam penelitian ini pada salah satu destinasi wisata halal di Pantai Senggigi kabupaten Lombok Barat Provinsi Nusa Tenggara Barat. Maka dari itu peneliti memetakan beberapa rumusan masalah yang nantinya dapat membantu dalam memecahkan problem akademik dalam penelitian ini, sebagai berikut:

1. Bagaimana proses internalisasi nilai dan norma agama dalam penerapan konsep pariwisata halal di Senggigi, Kecamatan Batu Layar, Kabupaten Lombok Barat, Provinsi NTB?
2. Seperti apa tantangan dan peluang yang muncul dari internalisasi nilai dan norma agama dalam pengembangan pariwisata halal di Senggigi?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui proses internalisasi nilai dan norma agama dalam penerapan konsep pariwisata halal di Senggigi, Kecamatan Batu Layar, Kabupaten Lombok Barat, Provinsi NTB.
2. Untuk mengetahui tantangan dan peluang yang muncul dari internalisasi nilai dan norma agama dalam pengembangan pariwisata halal di Senggigi.

Selain menjawab rumusana masalah tersebut, penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi di bidang akademis, khususnya dalam pengembangan teori terkait internalisasi nilai dan norma Islam, serta penerapan konsep komersialisasi dalam pariwisata halal. Penelitian ini bertujuan untuk melihat sejauh mana teori-

teori tersebut dapat bekerja secara praktis di lapangan dalam konteks pariwisata halal di Senggigi. Selain itu, penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti-peneliti selanjutnya yang hendak mengkaji wisata halal, khususnya dalam perspektif sosiologi agama.

Dengan fokus pada internalisasi nilai dan norma Islam, penelitian ini menawarkan pemahaman mendalam tentang bagaimana pariwisata halal dapat berkembang melalui pengintegrasian prinsip-prinsip religius ke dalam industri kreatif. Dalam konteks ini, Senggigi sebagai kawasan ekonomi kreatif menjadi objek kajian yang relevan untuk memahami perubahan sosial dan dinamika yang menyertainya. Penelitian ini juga memberikan landasan bagi kajian lebih lanjut terkait hubungan antara agama, budaya lokal, dan industri pariwisata dalam kerangka pengembangan destinasi yang berkelanjutan.

D. Tinjauan Pustaka

Studi tentang wisata dalam perspektif sosiologi sudah banyak dilakukan diantaranya oleh Hafizah Awalia (2017), M. Fahrizal Anwar (2017), Moh Soehadha (2013), Holina (2023). Zohratun Nai'ah dkk (2020), Pramono (2023), Sudiarsa (2021), I Ketut Muada dkk (2021), NM. Pira Erawati (2021), M. Zakaria (2023). Dari penelusuran literatur tersebut, studi tentang wisata dalam perspektif sosiologi dapat dikategorikan menurut fokus kajian, teori dan metodologi ke dalam tiga tipologi yaitu, pertama kajian wisata agama, kedua kajian wisata yang diakitkan dengan kapitalisasi, dan ketiga kaitan wisata dengan sekularisasi agama.

Telaah literatur yang dikaji dari tipologi agama yaitu Hafizah aulia pada tahun 2017 dengan judul Komodifikasi Pariwisata Halal NTB dalam Promosi

Destinasi Wisata Islami di Indonesia. Berisikan tentang dominasi pemerintah terhadap rakyat dalam pariwisata halal di NTB yang dikupas menggunakan teori Foucault tentang diskursus dan kekuasaan: elite kuasa yang mampu menciptakan sebuah diskursus baru (wisata halal) untuk memperkuat dominasi politiknya. Kemudian dengan menggunakan perspektif Teori Baudrillard terhadap munculnya masyarakat konsumtif di NTB sebagai akibat komodifikasi modal dan dominasi dari para kapitalis.²¹ berikutnya M.F. Anwar di tahun 2017 melakukan research terkait analisis dampak pengembangan wisata religi makam Sunan Maulana Malik Ibrahim pada kehidupan sosial dan ekonomi Masyarakat sekitar. Dalam paparannya menggambarkan Kota Gresik merupakan salah satu daerah yang agamis, dimana di daerah tersebut di tandai dengan adanya dua makam diantara sembilan makam Wali Sanga yang ada di Indonesia, salah satunya makam Sunan Maulana Malik Ibrahim yang sering dikunjungi oleh penziarah. Proses pengembangan pariwisata di obyek wisataa religi Makam Sunan Maulana Malik Ibrahim di harapkan banyak memberikan dampak positif baik dari segi sosial maupun ekonomi di dalam kehidupan masyarakat sekitar. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dan melalui kegiatan wawancara. Tujuan penelitiann ini adalahh untuk mengetahui dampak pengembangan, wisata religi dalam kehidupann sosial dan ekonomi masyarakat sekitar. Dampak, dari pengembangan wisata religi Makam Sunan Maulana Malik Ibrahim yaitu pada aspek pengembangan Obyek Daya Tarik adanya pemugaran gapura, bagian sarana dan prasarana berupa pembangunan aula, pihak yayasan Makam Malik Ibrahim

²¹ Hafizah Awalia, "Komodifikasi Pariwisata Halal NTB dalam Promosi Destinasi Wisata Islami di Indonesia," *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies)* 1, no. 1 (March 2, 2017), <https://doi.org/10.25139/jsk.v1i1.64>.

bekerja sama dengan pihak biro perjalanan, dan sumber daya manusia bekerja dengan penerapan SOP. Aspek sosial berupa transformasi norma, mata pencaharian dan dampak lingkungan. Aspek ekonomi yaitu, terjadi penyerapan tenaga kerja, mendorong aktivitas berwirausaha, dan meningkatkan pendapatan.²² Wisata dalam kajian komodifikasi budaya dan agama juga dilakukan oleh Moh Soehadha pada tahun 2013 tentang Komodifikasi Asketisme Islam Jawa: Ekspansi Pasar Pariwisata dan Prostitusi di Balik Tradisi Ziarah di Gunung Kemukus. Yang menunjukkan bahwa eksistensi asketisme Islam Jawa di Gunung Kemukus dicirikan oleh praktik ritual seks tersebut dapat dipotret sebagai gejala penyimpangan atas ajaran asketisme, baik yang ada dalam Hindu, Buddha, maupun Islam. Praktik penyimpangan itu semakin kukuh, karena pengaruh dari ekspansi pasar pariwisata, terutama ketika menjadikan “seks” sebagai komoditas untuk mendapatkan akumulasi kapital. Dalam analisisnya menunjukkan adanya ambiguitas dalam kasus tersebut di satu sisi para peziarah melakukan praktik asketisme untuk mencari jalan Tuhan di lain sisi juga untuk kepentingan duniawi seperti kekayaan dan kewibawaan.²³ Dari beberapa penelitian ini dicirikan dengan adanya pengaruh komodifikasi agama dan budaya dalam kegiatan wisata.

Berikutnya wisata dalam tipologi kapitalisasi dikaji oleh Zohratun Nafi'ah di tahun 2020 tentang kapitalisasi pengelolaan pariwisata berbasis komunitas yang melakukan studi kasus pada wisata sumber maron desa Karang Suko, Malang.

²² “Anwar and Hamid - (Studi Pada Kelurahan Gapurosukolilo Kabupaten Gre.Pdf,” accessed November 15, 2023, <https://media.neliti.com/media/publications/87795-ID-analisis-dampak-pengembangan-wisata-reli.pdf>.

²³ Moh Soehadha Moh Soehadha, “Komodifikasi Asketisme Islam Jawa: Ekspansi Pasar Dan Prostitusi Di Balik Tradisi Ziarah Di Gunung Kemukus,” *Harmoni* 12, no. 1 (April 30, 2013): 101–15.

Pada penelitian ini menganalisis tentang dinamika kapitalisme di kawasan wisata desa karang suko penulis menemukan bahwa pengelolaan pariwisata memiliki dampak positif dan juga negatif yaitu rusaknya lingkungan sekitar pariwisata akibat kapitalisasi yang terjadi di sector pariwisata tersebut. Tindakan kapitalisasi yang dilakukan adalah pengalihan fungsi lahan pertanian menjadi warung permanen untuk memenuhi kebutuhan wisatawan.²⁴ Kajian lainnya dalam tipologi kapitalisasi ditulis oleh Moh Soehadha (2013), tulisannya berfokus pada agama dan perubahan sosial akibat ekspansi pasar di dataran tinggi Dieng dengan judul Ritual Rambut Gembel Dalam Arus Ekspansi Pasar Pariwisata. Secara teoritis studi ini memberikan penjelasan bahwa modal kapital mempengaruhi religiusitas Masyarakat. Hal tersebut digambarkan dengan unsur-unsur budaya di dalam Masyarakat tidak dapat menepis arus pasar dan kerap kali mengalami perubahan. Dalam kasus masyarakat Dieng, tergambar secara nyata bahwa kepentingan ekonomilah yang menjadi pemicu utama dari pergeseran kebudayaan, hal itu sebagaimana tergambar dalam sikap mereka terhadap komodifikasi ritual rambut gimbal. Pergeseran nilai atau perubahan budaya itu dapat terjadi, terutama karena dipicu oleh proses kapitalisasi yang dilakukan oleh negara melalui pengembangan pasar pariwisata.²⁵

Tipologi terakhir terkait wisata perspektif sosiologi ialah tentang sekularisasi. Ada beberapa telaah literature yang peneliti temukan terkait

²⁴ Zahrotun Nafi'ah, Danisa Thalita Laras Ayu, and Raden Arvin Praja Kurniawan, "Kapitalisasi Pengelolaan Pariwisata Berbasis Komunitas (Studi Kasus Wisata Sumber Maron, Desa Karangsuko, Kecamatan Pagelaran, Kabupaten Malang)," *Journal of Governance Innovation* 2, no. 1 (March 17, 2020): 68–76, <https://doi.org/10.36636/jogiv.v2i1.370>.

²⁵ Moh Soehadha, "Ritual Rambut Gembel Dalam Arus Ekspansi Pasar Pariwisata," *Walisongo: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan* 21, no. 2 (December 15, 2013): 347–64.

sekularisasi wisata diantaranya. Oleh I Ketut Muada dkk yang bertemakan dampak pariwisata terhadap fenomena sekularisasi dalam seni pertunjukan wayang kulit Bali. Kecendrungan untuk melakukan interpretasi yang berbentuk rasional dan dunia sering kita dengar sebagai bentuk sekularisasi. Orientasi pemahaman dalam tulisan ini diarahkan kepada sekularisasi sebagai pembebasan dari tahayul. Kajian yang ditulis oleh I Ketut Muada dkk ini menganalisa terkait seni pertunjukan wayang kulit Bali bebas dari tujuan-tujuan yang berorientasi pada agama tetapi ingin menunjukkan seni pertunjukan wayang kulit itu sebagai sesuatu yang fungsional menghadapi rasionalisasi sesuai dengan realitas yang ada. Dalam kajian ini menunjukkan bahwa seni pertunjukan wayang kulit mengalami sebuah fenomena sekularisasi, akan tetapi tidak dipandang sebagai pemisahan antara urusan dunia dan akhirat melainkan sebagai proses ilmiah dalam ilmu pengetahuan untuk menjadi lebih ilmiah dan argumentatif.²⁶ Kedua ialah studi yang dilakukan oleh I Wayan Sudarsa yang berisikan tentang analisis sekularisasi terkait fenomena gamelan slonding masuk hotel. Gamelan Salonding adalah salah satu dari sekian banyak barungan gamelan Bali yang hingga kini eksistensinya masih menunjukkan sebuah ke-eratan hubungan antara ritual dan seni. Gamelan Salonding adalah salah satu jenis gamelan Bali yang termasuk ke dalam kelompok gamelan tua dan diperkirakan telah berkembang sebelum abad ke-XV yaitu pada zaman Bali Aga/Kuna. Namun, di dalam perjalanan sejarah eksistensinya, nampaknya kini gamelan Salonding tidak hanya tampak eksis sebagai seni sakral, akan tetapi juga telah dikembangkan untuk kepentingan non sakral. Hal ini

²⁶ I Ketut Muada, Nyoman Astawan, and I Nyoman Sadwika, "Dampak Pariwisata Terhadap Fenomena Sekularisasi Dalam Seni Pertunjukan Wayang Kulit Bali," April 3, 2021, <https://doi.org/10.5281/ZENODO.4661300>.

teramati dari perkembangan gamelan Salonding di luar desa Tenganan Pegringsingan. Sebagaimana dengan terjadinya sekularisasi pada bermacam jenis seni pertunjukan Bali, gamelan Salonding yang pada awalnya hanya memiliki fungsi sakral juga tidak luput mengalami hal itu. Terjadinya sekularisasi pada gamelan Salonding pada dasarnya disebabkan oleh adanya pengaruh rasionalisasi, modernisasi, dan komersialisasi sebagai eksis dari perubahan sistem sosial masyarakat dan berkembangnya industri pariwisata di Bali.²⁷ Berikutnya Pira Erawati menulis tentang transmisi legong bali dalam paradigma sekularisasi, Tujuan penelitian ini untuk mendiskripsikan dan menganalisis transmisi tari sebagai dampak dari perkembangan masyarakat. Penelitian tentang transmisi tari legong dalam paradigma sekularisasi adalah untuk meningkatkan pemahaman masyarakat tentang seni sebagai sebuah warisan budaya yang melekat dengan kehidupan masyarakat Bali, baik lahir maupun batin. Penelitian ini sangat penting dilakukan untuk memberikan pemahaman terhadap masyarakat bahwa tari legong mengandung nilai budaya yang dapat berfungsi untuk membentuk sikap dan perilaku sosial sesuai dengan budaya dan agama Hindu di Bali. Proses transmisi tari legong merupakan salah satu usaha pelestarian budaya, sehingga tari legong warisan budaya tidak punah ditelan jaman. Metodologi dalam tulisan ini meminjam metode penelitian kualitatif dan alat analisisnya adalah teori sekularisasi. Untuk memahami adanya proses sekularisasi digunakan teori fungsional struktural. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa latar belakang legong di Bali, semula merupakan seni sakral sebagai kreativitas pengabdian pada

²⁷ I Wayan Sudiarsa, "Perkembangan Gamelan Salonding di Desa Tenganan Pegringsingan, Kecamatan Manggis, Kabupaten Karangasem" 3 (2021).

upacara keagamaan berkembang menjadi seni tontonan yang berimplikasi terhadap berkembangnya berbagai kreasi pelegongan yang menjadi gaya tarik generasi muda, saat ini.²⁸ Tulisan Lainnya dalam Tipologi ini oleh A.M Zakaria yang berkaitan dengan sakral dan profan pada wisata religi Kyai Haji Umar kabupaten magelang. Penelitian digambarkan dengan pendekatan fenomenologis ini menjumpai bahwa peziarah yang datang dari berbagai daerah juga melakukan kegiatan yang sakral dengan berziarah sekaligus profane yang diperlihatkan melalui kegiatan berfoto selfie di dalam masjid, cara berpakaian dengan corak barat memperlihatkan bahwa western globalization telah masuk ke ranah masyarakat agama karena peranan teknologi internet dan media sosial, latar belakang KH Umar yang meninggalkan duniawi atau low profile berlainan dengan peziarah yang datang dengan sisi materialisnya. Hal tersebut menunjukkan bahwa konsep yang sakral pada peziarah tersebut merupakan sakral yang semu. Kemudian adanya wisata religi memberikan ruang bagi pelaku usaha dan meningkatkan kesejahteraan ekonomi masyarakat sekitar.²⁹

Dari paparan pemetaan telaah pustaka tersebut dapat dikatakan bahwa penelitian tentang wisata dari perspektif sosiologi lebih banyak berfokus pada komodifikasi budaya dan agama serta sekularisasi. Maka dari itu peneliti dapat menemukan keunikan dari penelitian ini ialah mengaitkan wisata halal yang dipermukaan dilihat sebagai aktivitas industri pariwisata namun jika ditelaah lebih mendalam ternyata pariwisata halal tersebut mengalami ekspansi

²⁸ Ni Made Pira Erawati, "Transmisi Legong Dalam Paradigma Sekularisasi di Bali," April 3, 2021, <https://doi.org/10.5281/ZENODO.4661386>.

²⁹ Alif Muhammad Zakaria and Moh Mufid, "The Sacred and Profane Pada Wisata Religi Kyai Haji Umar Payaman Kabupaten Magelang," *Oetoesan-Hindia: Telaah Pemikiran Kebangsaan* 5, no. 1 (June 14, 2023): 38–48, <https://doi.org/10.34199/oh.v5i1.166>.

kapitalisasi. Dengan demikian fokus dalam studi ini nantinya akan menelaah terkait Industrialisasi wisata halal di pulau seribu masjid dengan kerangka teoritis asumsi dinamika dibalik kapitalisasi wisata halal di area wisata pantai senggigi. Seperti yang telah dipaparkan sebelumnya bahwa Lombok lekat dengan sebutan pulau seribu masjid dan branding wisata halal nomor satu namun dalam observasi yang peneliti lakukan pada daerah wisata di Pantai senggigi justru bersebrangan dengan konsep halal dalam syariat agama. Yang artinya ini bukan hanya praktik rahmatan lil alamin dalam agama tersebut, melainkan terceburnya agama ke dalam arus pasar modern.

E. Kerangka Teori

1. Internalisasi

Internalisasi adalah proses di mana nilai, norma, dan kepercayaan yang berasal dari luar individu diadopsi, dihayati, dan menjadi bagian integral dari kesadaran serta tindakan individu tersebut. Proses ini memungkinkan nilai-nilai eksternal yang awalnya bersifat normatif atau kolektif diterima secara personal oleh individu atau kelompok dan diterapkan dalam kehidupan sehari-hari.³⁰ Konsep internalisasi sangat erat kaitannya dengan pembentukan identitas sosial individu dalam masyarakat, di mana individu tidak hanya menerima tetapi juga menjadikan nilai dan norma tersebut sebagai pedoman perilaku.³¹

Menurut Berger dan Luckmann dalam buku *The Social Construction of Reality*, internalisasi adalah salah satu tahap dari tiga proses utama dalam

³⁰ Harianto, *Sosiologi Agama Dari Klasik Hingga Postmodern*.

³¹ Turner, *Sosiologi Agama*.

konstruksi realitas sosial, bersama dengan eksternalisasi dan objektivasi.³² Dalam konteks ini, internalisasi adalah tahap akhir di mana individu menyerap nilai-nilai yang sebelumnya telah diobjektifikasi oleh masyarakat, sehingga nilai-nilai tersebut menjadi bagian dari kesadaran mereka. Internalitas ini menciptakan pola pikir, keyakinan, dan tindakan yang dianggap wajar oleh individu sebagai bagian dari kehidupannya.³³

Proses internalisasi tidak terjadi secara spontan, melainkan melalui tahapan sosialisasi yang terus berlanjut sepanjang kehidupan individu. Sosialisasi primer merupakan tahap awal ketika individu, biasanya anak-anak, belajar tentang norma dan nilai dasar dari lingkungan keluarga atau komunitas terdekat. Sebaliknya, sosialisasi sekunder berlangsung ketika individu mulai berinteraksi dengan institusi sosial yang lebih luas seperti sekolah, tempat kerja, lembaga keagamaan, atau bahkan media. Dalam kedua bentuk sosialisasi ini, internalisasi nilai dan norma agama berperan besar dalam membentuk identitas keagamaan individu sekaligus memengaruhi perilaku sosialnya.

Dalam konteks agama, internalisasi memiliki arti yang mendalam. Nilai-nilai agama yang diinternalisasi bukan hanya berupa panduan moral atau etika, tetapi juga mencakup ajaran spiritual yang menjadi landasan bagi tindakan individu. Durkheim, dalam studinya tentang agama, menyatakan bahwa agama memainkan peran penting dalam menciptakan keteraturan sosial melalui nilai-nilai kolektif yang diinternalisasi oleh individu. Melalui proses internalisasi,

³² Peter L. Berger, *The Sacred Canopy: Elements of a Sociological Theory of Religion* (Open Road Media, 2011).

³³ Gordon Clanton, *Peter L. Berger and the Reconstruction of the Sociology of Religion* 1973, 1973, http://archive.org/details/bim_early-english-books-1641-1700_clanton-gordon_1973_ia40330111-49.

agama menjadi kekuatan yang mengatur interaksi sosial dan memberikan legitimasi terhadap norma-norma yang berlaku di masyarakat.

Internalisasi nilai dan norma agama terjadi melalui beberapa mekanisme. Salah satu mekanisme utama adalah edukasi, di mana nilai-nilai agama diajarkan secara eksplisit melalui institusi pendidikan formal, seperti sekolah berbasis agama, maupun pendidikan informal di lingkungan keluarga atau komunitas. Mekanisme lainnya adalah simbolisme, di mana ajaran agama diperkuat melalui penggunaan simbol-simbol keagamaan seperti pakaian, ritual, atau tempat ibadah.³⁴ Simbol-simbol ini tidak hanya menjadi representasi nilai agama, tetapi juga memperkuat identitas kolektif dan rasa keterikatan individu terhadap kelompok agama tersebut.³⁵ Selain itu, internalisasi juga berlangsung melalui praktik sosial yang mencerminkan penerapan nilai agama dalam kehidupan sehari-hari, seperti pelaksanaan ibadah, pengamalan etika kerja yang Islami, hingga konsumsi makanan halal.³⁶

Dalam konteks pariwisata halal, internalisasi nilai dan norma agama memegang peranan yang sangat strategis. Pariwisata halal adalah sektor yang secara eksplisit mengintegrasikan prinsip-prinsip Islam ke dalam industri pariwisata, baik melalui pengelolaan destinasi, penyediaan fasilitas, maupun penyelenggaraan layanan. Proses internalisasi dalam pariwisata halal mencakup dua dimensi utama: internalisasi di tingkat masyarakat lokal dan di tingkat pelaku industri pariwisata. Di tingkat masyarakat lokal, internalisasi

³⁴ Emile Durkheim, *The Elementary Form of Religious Life* (London: George Allen, 1912).

³⁵ Liga Suryadana, *SOSIOLOGI PARIWISATA: Kajian Kepariwisataan dalam Paradigma Intergratif-Transformatif menuju Wisata Spiritual* (Humaniora, n.d.).

³⁶ Dadang Kahmad, *Sosiologi Agama: Potret Agama Dalam Dinamika Konflik, Pluralisme, Dan Modernitas* (Bandung, 2011).

terjadi ketika masyarakat di destinasi wisata halal mulai memahami dan mengadopsi prinsip-prinsip Islam, seperti pentingnya menyediakan layanan yang ramah Muslim, menjaga etika dalam berinteraksi dengan wisatawan, dan mengembangkan atraksi wisata yang sesuai dengan nilai-nilai agama.

Di sisi lain, internalisasi di tingkat pelaku industri mencakup penerapan standar halal dalam layanan dan fasilitas wisata, seperti restoran yang bersertifikat halal, hotel yang menyediakan fasilitas ibadah, serta atraksi budaya yang mencerminkan nilai-nilai Islam.³⁷ Selain itu, pemerintah dan lembaga terkait berperan penting dalam mendorong internalisasi nilai agama melalui kebijakan, regulasi, dan program sosialisasi yang mendukung pengembangan pariwisata halal.³⁸ Misalnya, pemerintah daerah di Senggigi dapat mengadakan pelatihan bagi pelaku usaha wisata tentang pentingnya mengintegrasikan prinsip-prinsip Islam dalam layanan mereka.

Namun, proses internalisasi dalam pariwisata halal tidak selalu berjalan mulus. Tantangan utama yang sering dihadapi adalah resistensi dari kelompok masyarakat yang memiliki tradisi atau keyakinan yang berbeda. Di destinasi multikultural seperti Senggigi, penerapan nilai dan norma agama tertentu dapat menimbulkan ketegangan sosial jika tidak dilakukan dengan pendekatan yang inklusif. Selain itu, ada risiko bahwa nilai-nilai agama yang diinternalisasi dalam pariwisata halal berpotensi dikomersialisasi secara berlebihan, sehingga

³⁷ Ahmad Nahrawi, *Pariwisata Halal Indonesia*.

³⁸ Liga Suryadana, *SOSIOLOGI PARIWISATA*.

kehilangan esensi spiritualnya. Dalam kasus ini, nilai-nilai agama lebih berfungsi sebagai alat pemasaran daripada panduan moral yang sebenarnya.³⁹

Meski demikian, internalisasi nilai dan norma agama dalam pariwisata halal juga menawarkan peluang besar, terutama dengan meningkatnya permintaan wisata halal di tingkat global. Proses ini dapat memperkuat identitas lokal yang berbasis agama sekaligus meningkatkan daya tarik destinasi wisata bagi wisatawan Muslim. Internalisasi yang berhasil juga dapat menciptakan harmoni antara kepentingan ekonomi, sosial, dan spiritual, yang pada akhirnya mendukung pembangunan berkelanjutan di destinasi wisata tersebut.⁴⁰

Dengan demikian, internalisasi nilai dan norma agama dalam pariwisata halal bukan hanya tentang penerapan ajaran agama dalam sektor ekonomi, tetapi juga tentang membangun harmoni sosial yang mengakui keberagaman budaya dan keyakinan masyarakat lokal.⁴¹ Proses ini membutuhkan pendekatan yang hati-hati, di mana internalisasi dilakukan tidak hanya untuk memenuhi standar ekonomi, tetapi juga untuk menciptakan pengalaman wisata yang bermakna dan sesuai dengan prinsip-prinsip agama.

³⁹ Dyah Nurnaningtyas, "Globalisasi Dan Tenaga Kerja: Internalisasi Norma Sertifikasi Tenaga Kerja Pariwisata Di Indonesia," *Jurnal Transformasi Global* 8, no. 1 (2021).

⁴⁰ Saufi et al., "PARIWISATA HALAL."

⁴¹ Nurnaningtyas, "Globalisasi Dan Tenaga Kerja: Internalisasi Norma Sertifikasi Tenaga Kerja Pariwisata Di Indonesia."

2. Komersialisasi

Komersialisasi adalah proses di mana suatu ide, produk, atau nilai diubah menjadi komoditas ekonomi yang dapat diperjualbelikan.⁴² Dalam konteks sosiologi, komersialisasi tidak hanya dipandang sebagai transformasi nilai-nilai menjadi produk pasar, tetapi juga melibatkan perubahan struktur sosial, budaya, dan interaksi manusia akibat dominasi logika pasar. Dalam proses ini, aspek yang sebelumnya tidak memiliki nilai ekonomi mulai dikemas dan dijual untuk memenuhi permintaan pasar. Teori komersialisasi sering digunakan untuk memahami bagaimana kapitalisme dan ekonomi pasar memengaruhi berbagai bidang kehidupan, termasuk agama, budaya, dan pariwisata.⁴³

Menurut Baudrillard dalam *The Consumer Society: Myths and Structures*, komersialisasi tidak hanya menghasilkan produk fisik, tetapi juga menciptakan makna simbolis yang melekat pada produk tersebut.⁴⁴ Dalam pandangan ini, konsumen tidak hanya membeli barang, tetapi juga nilai, identitas, dan status sosial yang dikaitkan dengan barang tersebut. Fenomena ini menjelaskan bagaimana produk-produk tertentu, termasuk yang berbasis agama atau budaya, menjadi bagian dari pasar komoditas karena nilai simbolisnya yang kuat.⁴⁵

Dalam konteks agama, komersialisasi merujuk pada proses di mana nilai-nilai agama, ritual, dan simbol-simbol religius diubah menjadi produk atau jasa

⁴² Bryan S. Turner, *Religion and Modern Society: Citizenship, Secularisation and the State* (Cambridge University Press, 2011).

⁴³ Turner, *Sosiologi Agama*.

⁴⁴ Baudrillard, *The Consumer Society: Myths and Structures* (London: Sage Publications, 1998).

⁴⁵ Eamon Butler, *Kapitalisme: Modal, Kepemilikan, dan Pasar yang Menciptakan Kesejahteraan Dunia* (London: The Institute of Economic Affairs, 2018).

yang memiliki nilai ekonomi. Asad dalam *Genealogies of Religion* menyatakan bahwa agama yang awalnya bersifat transendental dan sakral dapat menjadi bagian dari logika pasar melalui komersialisasi.⁴⁶ Contoh sederhana dari komersialisasi agama adalah penjualan atribut religius, seperti pakaian Islami, perlengkapan ibadah, hingga jasa perjalanan haji dan umrah. Komersialisasi agama juga mencakup bagaimana institusi agama beradaptasi dengan logika pasar untuk tetap relevan dalam masyarakat yang semakin terdigitalisasi dan terkomodifikasi.⁴⁷

Proses komersialisasi terjadi melalui berbagai mekanisme, termasuk pemasaran, branding, dan pengemasan produk. Dalam konteks agama, simbol-simbol agama digunakan sebagai alat pemasaran untuk menarik perhatian konsumen. Misalnya, produk makanan halal tidak hanya dipasarkan sebagai makanan yang sesuai dengan syariat Islam, tetapi juga sebagai simbol identitas keagamaan. Proses ini menunjukkan bahwa komersialisasi tidak hanya melibatkan nilai ekonomis tetapi juga membangun hubungan emosional dan simbolis antara produk dan konsumen.⁴⁸

Dalam pariwisata halal, teori komersialisasi dapat digunakan untuk menganalisis bagaimana konsep dan nilai-nilai agama dijadikan sebagai daya tarik ekonomi. Pariwisata halal pada dasarnya bertujuan untuk memenuhi

⁴⁶ Asad, *Genealogies of Religion: Discipline and Reasons of Power in Christianity and Islam* (Baltimore: Johns Hopkins University Press, 1993).

⁴⁷ Nafi'ah, Thalita Laras Ayu, and Arvin Praja Kurniawan, "Kapitalisasi Pengelolaan Pariwisata Berbasis Komunitas (Studi Kasus Wisata Sumber Maron, Desa Karanguko, Kecamatan Pagelaran, Kabupaten Malang)."

⁴⁸ Abd Karim, "Kapitalisasi Sektor Pariwisata Dan Marginalisasi Masyarakat Lokal: Studi Di Desa Senggigi Kecamatan Batulayar Kabupaten Lombok Barat" (Universitas Gajah Mada, 2005).

kebutuhan wisatawan Muslim dengan menyediakan layanan dan produk yang sesuai dengan prinsip-prinsip Islam. Namun, dalam praktiknya, nilai-nilai agama yang menjadi dasar dari konsep pariwisata halal sering kali diadaptasi agar dapat diterima dalam pasar global. Adaptasi ini mencakup branding destinasi sebagai "ramah Muslim" dan penyediaan fasilitas halal yang dirancang untuk menarik minat wisatawan dari berbagai negara. Proses ini menggambarkan bagaimana agama menjadi bagian dari strategi pasar untuk meningkatkan daya saing destinasi wisata.⁴⁹

Sebagai contoh, destinasi wisata seperti Senggigi di Lombok Barat mengadopsi konsep pariwisata halal dengan menyediakan fasilitas seperti restoran bersertifikat halal, masjid yang nyaman untuk wisatawan, dan program budaya yang mengedepankan nilai-nilai Islami. Fasilitas-fasilitas ini tidak hanya dirancang untuk memenuhi kebutuhan spiritual wisatawan Muslim, tetapi juga untuk meningkatkan daya tarik destinasi di mata pasar global. Dengan kata lain, nilai-nilai agama dikemas sedemikian rupa sehingga dapat menjadi komoditas yang menghasilkan keuntungan ekonomi.

Namun, komersialisasi agama dalam pariwisata halal tidak terlepas dari kritik. Salah satu kritik utama adalah bahwa proses komersialisasi cenderung mengurangi esensi spiritual dari nilai-nilai agama. Dalam banyak kasus, agama lebih diperlakukan sebagai alat pemasaran daripada pedoman moral yang seharusnya menjadi dasar dari perilaku manusia. Selain itu, komersialisasi agama dapat memicu konflik sosial, terutama jika nilai-nilai agama yang

⁴⁹ Soehadha, "Komodifikasi Asketisme Islam Jawa: Ekspansi Pasar Dan Prostitusi Di Balik Tradisi Ziarah Di Gunung Kemukus."

dikomersialisasi dianggap mendominasi atau mengabaikan nilai-nilai budaya lokal. Dalam konteks Senggigi, misalnya, ada kekhawatiran bahwa pengembangan pariwisata halal dapat mengesampingkan tradisi non-Islami yang menjadi bagian dari identitas budaya lokal.⁵⁰

Meski demikian, teori komersialisasi juga menawarkan peluang untuk mengintegrasikan nilai-nilai agama dengan kebutuhan pasar secara harmonis. Dalam konteks pariwisata halal, komersialisasi dapat menjadi alat yang efektif untuk mempromosikan nilai-nilai Islam kepada khalayak yang lebih luas, sambil menciptakan peluang ekonomi bagi masyarakat lokal. Dengan strategi yang tepat, pariwisata halal dapat menjadi sarana untuk memperkenalkan nilai-nilai Islami, sekaligus mendorong pembangunan ekonomi yang berkelanjutan.

Untuk memastikan bahwa komersialisasi agama dalam pariwisata halal tetap berlandaskan pada nilai-nilai spiritual, pendekatan yang inklusif dan sensitif terhadap keberagaman budaya sangat diperlukan. Pendekatan ini melibatkan partisipasi aktif dari berbagai pemangku kepentingan, termasuk pemerintah, pelaku industri, masyarakat lokal, dan wisatawan. Dengan demikian, nilai-nilai agama yang dikomersialisasi tidak hanya memberikan manfaat ekonomi tetapi juga memperkuat hubungan sosial dan spiritual antarindividu maupun komunitas.⁵¹

⁵⁰ Hasan Baharun and Harisatun Niswa, "Syariah Branding; Komodifikasi Agama Dalam Bisnis Waralaba Di Era Revolusi Industri 4.0," *INFERENSI: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan* 13, no. 1 (July 20, 2019): 75–98, <https://doi.org/10.18326/infsl3.v13i1.75-98>.

⁵¹ Ramadhanita Mustika Sari et al., "An Examination of Talal Asad's Anthropological Thought on the Islamic Community of Sasak Lombok," *Indonesian Journal of Islam and Muslim Societies* 14, no. 1 (June 1, 2024): 117–44, <https://doi.org/10.18326/ijims.v14i1.117-144>.

Komersialisasi sebagai teori memberikan kerangka analisis yang penting dalam memahami bagaimana nilai-nilai agama dapat diadaptasi untuk memenuhi kebutuhan pasar tanpa kehilangan esensinya. Dalam konteks pariwisata halal, teori ini menyoroti tantangan dan peluang yang muncul dari interaksi antara agama dan ekonomi, serta bagaimana interaksi ini dapat menciptakan dinamika sosial yang kompleks.

F. Metode Penelitian

Dalam suatu penelitian tentu saja kita tak boleh melewati metode penelitian. metode penelitian ini mencakup tentang jenis penelitian, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data. Selain itu memudahkan pembaca memahami arah kajian dalam suatu penelitian maka diperlukan adanya pendekatan. Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan sosiologis dimana datanya akan dioalah dan didapatkan melalui proses kualitatif dengan penjabaran serta pengumpulan data secara naratif.

1. Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang diajukan dalam penelitian ini ialah kualitatif dengan olahan data berbentuk narasi dari hasil observasi, wawancara, dokumentasi terkait data yang didapat di kawasan wisata Pantai senggigi, Lombok, Nusa Tenggara Barat Nantinya.

a. Sumber data

Sumber data dari penelitian ini nantinya dibagi menjadi dua yakni data primer dan data sekunder. Berikut penjelasan dari dua sumber data yang akan digunakan:

1) Data primer

Data primer diartikan sebagai data pokok yang harus ada dalam penelitian. Data primer dalam penelitian ini didapat dari pengamatan terlibat. Yaitu dengan mengamati apa yang sedang terjadi di lapangan dan melakukan tinjauan melalui wawancara. Proses ini nantinya berisikan tentang apa yang subjek atau pelaku wisata lakukan di lapangan dan apa yang mereka katakan terkait fenomena yang sedang terjadi disana.⁵² Adapun informan yang menjadi sumber informasi nantinya ialah entitas yang terlibat pada praktik wisata halal di area wisata senggigi diantaranya, aktor pemerintah, wirausaha sebagai pelaku bisnis pariwisata dan beberapa pengunjung nantinya yang ikut terlibat di dalamnya.

2) Data Sekunder

Data sekunder dari penelitian ini diperoleh melalui studi dokumentasi dan pustaka. Dalam tulisan ini nantinya bisa didapat melalui pelaycakan tentang tulisan yang terkait pariwisata halal dan beberapa informasi yang beredar di media sosial yang berkaitan tentang branding wisata halal yang ada di pulau Lombok.

2. Teknik Pengumpulan Data

Langkah yang paling krusial dalam penelitian ini ialah pengumpulan data. Tanpa adanya pengumpulan data maka penulisan dalam penelitian tidak akan terlaksana. Fungsi lainnya dari teknik pengumpulan data ialah dapat menjadi

⁵² Moh Soehadha, *Metode Penelitian Sosial Kualitatif Untuk Studi Agama* (Yogyakarta: SUKA-Press UIN Sunan Kalijaga, 2012).

acuan dalam menganalisis sejauh mana tantangan-tantangan yang akan dihadapi pada saat di lapangan nantinya. Adapun teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini ialah:

a. Observasi

Untuk dapat dilabeli sebagai penelitian yang objektif maka, diperlukan adanya observasi. Observasi dalam penelitian ini berguna untuk memahami medan yang kita temui di lapangan. Observasi ini juga berguna untuk menjawab persoalan-persoalan yang ada pada objek kajian. Seperti yang disampaikan oleh Nasution bahwa teknik observasi ialah salah satu dasar dari ilmu pengetahuan. Lantaran observasi dapat membantu peneliti untuk memahami objek kajian melalui potret yang didapat setelah melakukan observasi. Seperti yang dipaparkan di atas objek yang diobservasi dalam penelitian ini adalah kawasan Pantai senggigi dengan memperhatikan serta memetakan konsep wisata yang ada di Pantai Senggigi.

b. Wawancara

Data jika dilihat dengan observasi saja maka kurang valid, lantaran dalam penelitian ini menggunakan pengamatan terlibat yang artinya observasi dan wawancara dipadukan menjadi satu. Dalam praktiknya wawancara dalam pengamatan terlibat dilakukan sambil lalu dan bersifat kondisional yang artinya wawancara tersebut tidak dilakukan dengan terencana dan biasanya subjeknya pun tidak dipilih dengan rencana sebelumnya. Wawancara dilakukan dengan informan yang sekiranya

memiliki kapasitas sesuai dengan data yang diperlukan dengan tema penelitian. Wawancara nantinya berupa percakapan antara peneliti dengan informan. Guna mendapatkan data secara mendalam maka peneliti menggunakan teknik wawancara bebas, yang artinya menanyakan secara bebas tentang objek kajian agar data terungkap secara mendalam dari subjek penelitian.⁵³

Agar penelitian ini tidak merambah kemana-mana maka perlu adanya pemetaan informan yang nantinya hendak diwawancara. Adapun informan yang akan diwawancarai dalam penelitian ini ialah pihak yang terlibat atas praktik wisata halal yang ada di area wisata Pantai senggigi yang meliputi: pelaku wisata, pengunjung, dan pemerintah yang berwenang di atasnya.

c. Dokumentasi

Teknik dokumentasi ini sangat diperlukan guna memperkaya data dalam penelitian lapangan. Pelacakan data dalam dokumentasi dapat berupa analisis terhadap teks-teks tertulis yang beredar pada arsip maupun media sosial dan berita. Seperti yang dibahas sebelumnya wisata halal ini tidak hanya menyentuh realitas saja akan tetapi menyentuh dunia virtual. Dimana terdapat teks-teks yang dapat menjadi sumber tambahan data seperti postingan branding wisata halal di media sosial.

3. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data dalam penelitian ini melalui tiga tahap seperti yang disampaikan oleh Miles dan Huberman diantaranya:

⁵³ Moh Soehadha, *Metode Penelitian Sosial Kualitatif Untuk Studi Agama* (YOgyakarta: SUKA-Press UIN Sunan Kalijaga, 2012).

a. Reduksi data

Tahap ini dilakukan setelah data yang dibutuhkan telah terkumpul. Dan selanjutnya diseleksi secara cermat untuk memilih sekiranya data yang mana sesuai dan tidak sesuai dengan kebutuhan penelitian. Sehingga dalam penelitian ini tahap reduksi data digunakan guna menguatkan data agar tidak tercampur dengan data-data yang tidak dibutuhkan agar apa yang diinginkan dalam penelitian berjalan dengan efektif.

b. Tahap display dan penyajian data

Tahap ini berfungsi untuk memposisikan data, dengan cara menyatukan fakta yang ada pada objek kajian dengan mengolahnya menjadi data. Dengan proses ini nantinya berguna untuk melahirkan data yang dapat dipertanggung jawabkan secara ilmiah dan mampu menilikinya secara jernih.

c. Tahap verifikasi data

Dalam verifikasi data, data dalam penelitian ini dianalisis menggunakan metode yang tepat sesuai dengan metode yang diajukan sebelumnya. Seperti dalam konteks penelitian ini data diperoleh dengan cara dengan wawancara dari beberapa informan kemudian dianalisis secara kualitatif. Dengan hasil catatan ringkasan terkait hasil wawancara serta membuat kesimpulan yang dapat dimengerti oleh peneliti sendiri dan pembaca.

G. Sistematika Pembahasan

Guna memberikan gambaran yang terstruktur dalam penelitian ini, maka perlu adanya penyajian terkait beberapa gambaran bahasan yang ada dalam penelitian ini. Berikut lima bab dan bahasan yang akan disampaikan dari masing-masing babnya:

- BAB I** : Menyajikan pendahuluan yang meliputi latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan serta manfaat, tinjauan pustaka, kerangka teori, metodologi penelitian, dan sistematika pembahasan.
- BAB II** : Berisikan tentang Profil Desa Senggigi seperti, kondisi geografis, kondisi sosial ekonomi, kondisi Masyarakat, dan kondisi sosial keagamaan.
- BAB III** : Proses internalisasi nilai dan norma agama dalam penerapan konsep pariwisata halal di Senggigi, Kecamatan Batu Layar, Kabupaten Lombok Barat, Provinsi NTB.
- BAB IV** : Tantangan dan peluang yang muncul dari internalisasi nilai dan norma agama dalam pengembangan pariwisata halal di Senggigi.
- BAB V** : Berisikan tentang Kesimpulan dari hasil penelitian.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Penelitian ini berfokus pada proses internalisasi nilai dan norma agama dalam pengembangan pariwisata halal di Senggigi, Kecamatan Batu Layar, Kabupaten Lombok Barat, Provinsi Nusa Tenggara Barat (NTB). Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa proses internalisasi nilai dan norma agama di Senggigi terjadi melalui hubungan dialektis antara wisatawan, masyarakat, dan pelaku industri pariwisata. Interaksi antara ketiga elemen tersebut menjadi kunci dalam menyelaraskan prinsip-prinsip agama Islam dengan praktik pariwisata yang ada di daerah tersebut. Wisatawan, yang sebagian besar berasal dari kalangan Muslim, membawa tuntutan akan adanya fasilitas yang sesuai dengan prinsip halal, sementara masyarakat lokal dan pelaku industri pariwisata berusaha untuk menyesuaikan penawaran mereka dengan kebutuhan tersebut, sekaligus mempertahankan tradisi dan identitas lokal. Proses internalisasi ini memperlihatkan adaptasi nilai-nilai Islam yang lebih luas ke dalam sektor ekonomi, di mana pariwisata halal tidak hanya dipandang sebagai peluang ekonomi, tetapi juga sebagai bagian dari upaya memperkuat identitas agama dan budaya lokal.

Di sisi lain, penelitian ini juga menganalisis tantangan dan peluang yang muncul akibat komersialisasi pariwisata halal di Senggigi. Di satu sisi, pariwisata halal menawarkan peluang besar untuk meningkatkan perekonomian lokal, memperkenalkan budaya Islam, dan menguatkan identitas lokal yang berbasis

pada nilai-nilai agama. Namun, di sisi lain, komersialisasi ini juga menghadirkan tantangan, terutama dalam bentuk resistensi dari segelintir pihak yang merasa bahwa praktek pariwisata halal dapat menggeser atau mengurangi nilai-nilai budaya lokal. Selain itu, komersialisasi pariwisata halal berpotensi menciptakan polarisasi sosial antara kelompok yang menguntungkan dan kelompok yang merasa terpinggirkan. Oleh karena itu, meskipun terdapat banyak peluang dalam pengembangan pariwisata halal, tantangan terkait dengan keberagaman sosial, ketidaksetaraan akses ekonomi, dan penguatan identitas lokal tetap perlu diatasi.

Secara keseluruhan, penelitian ini menyimpulkan bahwa pengembangan pariwisata halal di Senggigi memerlukan kebijakan yang inklusif dan sensitif terhadap keragaman agama dan budaya di wilayah tersebut. Kebijakan yang dapat mengintegrasikan nilai-nilai agama dengan tradisi lokal dan sektor ekonomi, serta menjaga keseimbangan antara kebutuhan pariwisata dengan keberagaman sosial yang ada, akan sangat penting dalam memastikan bahwa pariwisata halal dapat memberikan manfaat yang merata bagi seluruh masyarakat Senggigi serta meminimalisir ketegangan sosial.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, beberapa saran yang dapat diajukan untuk pengembangan pariwisata halal di Senggigi adalah sebagai berikut. Pertama, perlu ada peningkatan kerjasama yang lebih erat antara pemerintah daerah, pelaku industri pariwisata, dan masyarakat lokal dalam merumuskan kebijakan yang mendukung pariwisata halal yang berbasis pada nilai-nilai agama Islam, namun tetap menghargai keberagaman budaya lokal. Kolaborasi yang lebih terbuka antar

pemangku kepentingan akan memungkinkan terciptanya kebijakan yang lebih inklusif dan mengakomodasi berbagai kepentingan yang ada. Selain itu, penting untuk meningkatkan pemahaman dan kesadaran mengenai pariwisata halal melalui program pendidikan dan sosialisasi yang lebih intensif bagi masyarakat lokal dan pelaku industri pariwisata. Hal ini akan membantu mengurangi resistensi terhadap komersialisasi pariwisata halal serta memperkenalkan potensi ekonomi yang dapat diperoleh dari sektor ini tanpa mengorbankan nilai-nilai budaya yang ada.

Selain itu, dalam rangka mengatasi tantangan akibat komersialisasi pariwisata halal, pengelolaan pariwisata yang berkelanjutan dan sensitif terhadap budaya lokal sangat diperlukan. Pendekatan ini akan memastikan bahwa pariwisata halal tidak hanya memberikan keuntungan ekonomi jangka pendek, tetapi juga berkontribusi pada pelestarian budaya lokal dan perlindungan terhadap warisan budaya yang ada di Senggigi. Peningkatan kualitas sumber daya manusia (SDM) dalam industri pariwisata halal juga menjadi langkah penting. Pelatihan yang meliputi prinsip-prinsip halal, pelayanan terhadap wisatawan Muslim, serta pemahaman tentang keberagaman agama dan budaya akan meningkatkan kualitas pelayanan dan mengurangi potensi ketegangan sosial antara kelompok yang berbeda.

Selanjutnya, penting untuk melakukan monitoring dan evaluasi secara berkala terhadap implementasi kebijakan pariwisata halal. Dengan evaluasi yang tepat, dapat diketahui dampak positif dan negatif yang ditimbulkan, sehingga kebijakan yang diterapkan dapat terus diperbaiki dan disesuaikan dengan

perubahan kondisi sosial dan kebutuhan masyarakat Senggigi. Terakhir, kebijakan pariwisata halal yang dikembangkan harus berbasis pada prinsip inklusivitas dan keadilan, sehingga semua lapisan masyarakat, baik Muslim maupun non-Muslim, dapat merasakan manfaat yang adil dan merata tanpa adanya ketegangan sosial atau polarisasi antar kelompok.



DAFTAR PUSTAKA

- Ahmad Nahrawi, Amirah. *Pariwisata Halal Indonesia*. Jakarta: Majelis Ulama Indonesia, 2020.
- Annisa, Amalia. *Sejarah Revolusi Industri Dari 1.0 Sampai 4.0*, 2021. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.20215.24488>.
- “Anwar and Hamid - (Studi Pada Kelurahan Gapurosukolilo Kabupaten Gre.Pdf.” Accessed November 15, 2023. <https://media.neliti.com/media/publications/87795-ID-analisis-dampak-pengembangan-wisata-reli.pdf>.
- Asad. *Genealogies of Religion: Discipline and Reasons of Power in Christianity and Islam*. Baltimore: Johns Hopkins University Press, 1993.
- Awalia, Hafizah. “Komodifikasi Pariwisata Halal NTB dalam Promosi Destinasi Wisata Islami di Indonesia.” *Jurnal Studi Komunikasi (Indonesian Journal of Communications Studies)* 1, no. 1 (March 2, 2017). <https://doi.org/10.25139/jsk.v1i1.64>.
- Aziz, Al-Mansoori, and Rashid. “Halal Tourism and Its Impact on Local Economic Development.” *Journal of Tourism Economics* 18, no. 2 (2020).
- Azizah, N. *Religious Tourism and Cross-Cultural Understanding*. Jakarta: Rajawali Press, 2020.
- Baharun, Hasan, and Harisatun Niswa. “Syariah Branding; Komodifikasi Agama Dalam Bisnis Waralaba Di Era Revolusi Industri 4.0.” *INFERENSI: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan* 13, no. 1 (July 20, 2019): 75–98. <https://doi.org/10.18326/infl3.v13i1.75-98>.
- Battour, M. “Halal Tourism: Concepts, Practises, Challenges, Future.” *Tourism Managemen Perspectives* 19 (July 2016).
- Baudrillard. *The Consumer Society: Myths and Structures*. London: Sage Publications, 1998.
- Berger, Peter L. *The Sacred Canopy: Elements of a Sociological Theory of Religion*. Open Road Media, 2011.
- Bordieu, Pierre. *Outline of a Theory of Practice*. Cambridge: Cambridge University Press, 1977.
- Butler, Eamon. *Kapitalisme: Modal, Kepemilikan, dan Pasar yang Menciptakan Kesejahteraan Dunia*. London: The Institute of Economic Affairs, 2018.
- Casanova, José. *Public Religions in the Modern World*. University of Chicago Press, 1994.
- Clanton, Gordon. *Peter L. Berger and the Reconstruction of the Sociology of Religion 1973*, 1973. http://archive.org/details/bim_early-english-books-1641-1700_clanton-gordon_1973_ia40330111-49.
- Cohen. *The Sociology of Tourism: Approaches, Issues, and Findings*. London: Sage Publications, 1988.
- Coleman, James S. *Foundations of Social Theory*. London: The Belknap Press of Harvard University Press, 1990.
- Dadang Kahmad. *Sosiologi Agama: Potret Agama Dalam Dinamika Konflik, Pluralisme, Dan Modernitas*. Bandung, 2011.

- Djakfar, Muhammad. *Peta Jalan Menuju Pengembangan Akademik & Industri Halal di Indonesia*. Malang: UIN-Maliki Press, 2017.
- Durkheim, Emile. *The Elementary Form of Religious Life*. London: George Allen, 1912.
- Erawati, Ni Made Pira. "Transmisi Legong Dalam Paradigma Sekularisasi di Bali," April 3, 2021. <https://doi.org/10.5281/ZENODO.4661386>.
- Eric Cohen. "Traditions In The Qualitative Sociology of Tourism." *Analys of Tourism Research* 15 (1988).
- Giddens, Anthony. *The Constitution of Society: Outline of the Theory of Structuration*. United Kingdom: Polity Press, 1984.
- Giddens, Anthony, and Christopher Pierson. *Conversations with Anthony Giddens: Making Sense of Modernity*. Stanford, Calif: Stanford University Press, 1998.
- "Global Muslim Travel Index 2023." Accessed December 19, 2024. <https://www.crescentrating.com/reports/global-muslim-travel-index-2023.html>.
- Habermas, Jürgen. *The Structural Transformation of the Public Sphere [Electronic Resource] : An Inquiry into a Category of Bourgeois Society*. Cambridge, Mass. : MIT Press, 1989.
- Hakim, R. "Community-Based Tourism and Religious Values." *Jurnal Pariwisata Religius* 2, no. 1 (2019).
- Harianto, Sindung. *Sosiologi Agama Dari Klasik Hingga Postmodern*. Yogyakarta: Ar Ruzz Media, 2015.
- Henderson. "Halal Tourism: Emergence and Key Dimensions." *Tourism Management Perspectives* 19 (2016).
- Henderson, J.C. *Halal Tourism: Growing Demand*. London: Emerald Group Publishing, 2010.
- Hidayat. *Pariwisata Syariah: Konsep Dan Implementasi Di Indonesia*. Bandung: Alfabeta, 2021.
- I Ketut Muada, Nyoman Astawan, and I Nyoman Sadwika. "Dampak Pariwisata Terhadap Fenomena Sekularisasi Dalam Seni Pertunjukan Wayang Kulit Bali," April 3, 2021. <https://doi.org/10.5281/ZENODO.4661300>.
- "Inside Lombok (@insidelombok) • Instagram Photos and Videos." Accessed November 4, 2023. <https://www.instagram.com/p/CzDcmMgLOyn/>.
- "Jaelani - 2017 - Halal Tourism Industry in Indonesia Potential and.Pdf." Accessed October 30, 2023. https://mpira.ub.uni-muenchen.de/76237/1/MPRA_paper_76237.pdf.
- Jaelani, Aan. "Halal Tourism Industry in Indonesia: Potential and Prospects." *SSRN Electronic Journal*, 2017. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2899864>.
- Jamal Munawir, M. Chaerul. "Nilai Edukatif Dalam Budaya Lombok Nyongkolan." *Imaji* 18, no. 1 (April 30, 2020): 42–50. <https://doi.org/10.21831/imaji.v18i1.31643>.
- Kamali. *Maqasid Al-Shariah Made Simple*. London: Islamic Book Trust, 2008.
- Karim, Abd. "Kapitalisasi Sektor Pariwisata Dan Marginalisasi Masyarakat Lokal: Studi Di Desa Senggigi Kecamatan Batulayar Kabupaten Lombok Barat." Universitas Gajah Mada, 2005.

- Karl Marx. *Economic and Philosophic Manuscripts of 1844*. Moscow: Progress Publishers, n.d.
- Kementrian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. *Statistik Pariwisata Dan Ekonomi Kreatif 2020*. Jakarta: Pusat Data dan Sistem Informasi, 2020.
- Khair. "Pariwisata Halal Di Indonesia: Tantangan Dan Peluang." *Gadjah Mada University Press* 3, no. 2 (2018).
- Liga Suryadana. *SOSIOLOGI PARIWISATA: Kajian Kepariwisata dalam Paradigma Intergratif-Transformatif menuju Wisata Spiritual*. Humaniora, n.d.
- Maulidi, Mohammad Jeffry. "Wisata Halal Dan Identitas Islami: Studi Kasus Lombok, Nusa Tenggara Barat." *Jurnal Pemikiran Sosiologi* 6, no. 1 (January 2019).
- Misbah, Mohamad. "Agama Dan Alienasi Manusia (Refleksi Atas Kritik Karl Marx Terhadap Agama)." *KOMUNIKA: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi* 9, no. 2 (2015): 196–206. <https://doi.org/10.24090/komunika.v9i2.849>.
- Moh Soehadha. *Metode Penelitian Sosial Kualitatif Untuk Studi Agama*. YOGYAKARTA: SUKA-Press UIN Sunan Kalijaga, 2012.
- . *Metode Penelitian Sosial Kualitatif Untuk Studi Agama*. Yogyakarta: SUKA-Press UIN Sunan Kalijaga, 2012.
- Mohsin, A., Ramli, and Alkhulayfi, B. "Halal Tourism: Emerging Opportunities." *Tourism Management Perspectives* 19 (2016).
- Mueller, G. H. "The Dimensions of Religiosity." *Sociological Analysis* 41, no. 1 (1980): 1. <https://doi.org/10.2307/3709855>.
- Nafi'ah, Zahrotun, Danisa Thalita Laras Ayu, and Raden Arvin Praja Kurniawan. "Kapitalisasi Pengelolaan Pariwisata Berbasis Komunitas (Studi Kasus Wisata Sumber Maron, Desa Karangsuko, Kecamatan Pagelaran, Kabupaten Malang)." *Journal of Governance Innovation* 2, no. 1 (March 17, 2020): 68–76. <https://doi.org/10.36636/jogiv.v2i1.370>.
- Nengah Landra, I Ketut Setia Sapta. *Bisnis Pariwisata*. Bali: Noah Aletheia, 2018.
- Nugraha, Wahyu Budi. *Memahami Kembali Marx, Marxisme Dan Perkembangannya*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2019.
- Nurnaningtyas, Dyah. "Globalisasi Dan Tenaga Kerja: Internalisasi Norma Sertifikasi Tenaga Kerja Pariwisata Di Indonesia." *Jurnal Transformasi Global* 8, no. 1 (2021).
- Pitana, and Gayatri. *Sosiologi Pariwisata: Kajian Sosiologis Terhadap Struktur, Sistem, Dan Dampaknya Di Indonesia*. Yogyakarta: Andi Publisher, 2005.
- R, Eid, and El-Gohary. "The Commercialization of Religious Practices: Implications for Halal Tourism." *Journal of Hospitality and Tourism Management* 47, no. 1 (2022).
- Rachman, A. "Islamic Values and Halal Tourism: A Case Study in Lombok." *Jurnal Pariwisata Halal* 5, no. 1 (2021).
- Razzaq. "The Halal Certification Process: A Study of Its Impact on Halal Tourism Destinations." *International Journal of Tourism Research* 18, no. 6 (2016).
- Reisinger, Yvette. "Cross-Cultural Behaviour in Tourism: Concepts and Analysis." *Elsevier*, 2003.

- Sari, Ramadhanita Mustika, Ita Rodiah, Ahmad Fauzi, and Lalu Pradipta Jaya Bahari. "An Examination of Talal Asad's Anthropological Thought on the Islamic Community of Sasak Lombok." *Indonesian Journal of Islam and Muslim Societies* 14, no. 1 (June 1, 2024): 117–44. <https://doi.org/10.18326/ijims.v14i1.117-144>.
- Saufi, Akhmad, Lalu Edy Herman Mulyono, Idham Kholid, Herman Jayadi, Siti Hamdiah Hamdiah Rojabi, Ega Dwi Putri M, and Baiq Lisdiana Apriani. "Pariwisata Halal: Perlukah Rekonseptualisasi?" *JMM UNRAM - Master Of Management Journal* 9, no. 3 (October 1, 2020): 305–14.
- Soedjono, Buntaran. "Community Involvement in Halal Tourism Development." *Indonesian Journal of Tourism Studies* 12, no. 2 (2020).
- Soehadha, Moh. "Ritual Rambut Gembel Dalam Arus Ekspansi Pasar Pariwisata." *Walisongo: Jurnal Penelitian Sosial Keagamaan* 21, no. 2 (December 15, 2013): 347–64.
- Soehadha, Moh Soehadha Moh. "Komodifikasi Asketisme Islam Jawa: Ekspansi Pasar Dan Prostitusi Di Balik Tradisi Ziarah Di Gunung Kemukus." *Harmoni* 12, no. 1 (April 30, 2013): 101–15.
- Solihin, Mukhlis. *Komersialisasi Agama Dalam Ekonomi Modern*. Jakarta: Pustaka Pelajar, 2018.
- Sudiarsa, I Wayan. "Perkembangan Gamelan Salondinng di Desa Tenganan Peringgisinangan, Kecamatan Manggis, Kabupaten Karangasem" 3 (2021).
- Sulaiman, Aimie. "Memahami Teori Konstruksi Sosial Peter L. Berger." *Society* 4, no. 1 (June 1, 2016): 15–22. <https://doi.org/10.33019/society.v4i1.32>.
- Syam, M. *Ekonomi Islam Dan Pariwisata Halal*. Jakarta: Pustaka Ilmu, 2020.
- Turner, Briyan S. *Sosiologi Agama*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2013.
- Turner, Bryan S. *Religion and Modern Society: Citizenship, Secularisation and the State*. Cambridge University Press, 2011.
- Utami, Betty Silfia Ayu, and Abdullah Kafabih. "Sektor Pariwisata Indonesia di Tengah Pandemi Covid 19," 2021.
- Zakaria, Alif Muhammad, and Moh Mufid. "The Sacred and Profane Pada Wisata Religi Kyai Haji Umar Payaman Kabupaten Magelang." *Oetoesan-Hindia: Telaah Pemikiran Kebangsaan* 5, no. 1 (June 14, 2023): 38–48. <https://doi.org/10.34199/oh.v5i1.166>.