

Akselerasi Ekosistem Pariwisata Ramah Muslim (*Halal Tourism*) Melalui Sertifikasi Penyelia Halal Berbasis Kearifan Lokal

Wulan Lailatus Azzahra

05010220025@student.uinsby.ac.id,

Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya

Abstrak

Pengembangan pariwisata ramah Muslim (*halal tourism*) merupakan strategi penting dalam meningkatkan daya saing destinasi wisata berbasis nilai agama dan budaya lokal. Lombok Tengah memiliki potensi besar sebagai destinasi halal unggulan karena karakter masyarakat yang religius, kekayaan budaya Sasak, serta dukungan sektor pariwisata yang terus berkembang. Namun demikian, tantangan utama yang dihadapi adalah keterbatasan kapasitas sumber daya manusia dalam penerapan standar halal serta lemahnya strategi promosi digital destinasi. Kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini bertujuan untuk mengakselerasi ekosistem pariwisata halal di Lombok Tengah melalui penguatan sertifikasi penyelia halal dan pengembangan branding digital destinasi berbasis kearifan lokal. Metode pelaksanaan meliputi identifikasi kebutuhan, sosialisasi *halal tourism*, pelatihan dan pendampingan penyelia halal, penguatan branding digital, serta monitoring dan evaluasi. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman dan kesiapan pelaku usaha dalam menerapkan standar halal, terbentuknya peran penyelia halal lokal sebagai agen perubahan, serta meningkatnya visibilitas destinasi melalui konten digital yang mengintegrasikan nilai halal dan budaya lokal. Program ini berkontribusi pada penguatan kualitas layanan pariwisata, peningkatan kepercayaan wisatawan Muslim, serta pemberdayaan ekonomi masyarakat lokal. Dengan demikian, pendekatan terintegrasi antara sertifikasi halal dan branding digital berbasis kearifan lokal terbukti efektif dalam mendukung pengembangan pariwisata halal yang berkelanjutan di Lombok Tengah.

Kata Kunci: Pariwisata Halal, Penyelia Halal, Branding Digital

Abstract

The development of Muslim-friendly tourism (halal tourism) is an important strategy in enhancing the competitiveness of tourism destinations based on local religious and cultural values. Central Lombok has great potential as a leading halal destination due to the religious nature of its people, the rich Sasak culture, and the support of a continuously growing tourism sector. However, the main challenges faced are limited human resource capacity in implementing halal standards and weak digital promotion strategies for the destination. This community service activity aims to accelerate the halal tourism ecosystem in Central Lombok by strengthening halal certification and developing digital branding for destinations based on local wisdom. The implementation methods include needs identification, halal tourism socialization, halal certification training and mentoring, digital branding strengthening, and monitoring and evaluation. The results of the activity show an increase in the understanding and readiness of business actors in implementing halal standards, the formation of the role of local halal supervisors as agents of change, and increased visibility of destinations through digital content that integrates halal values and local culture. This program contributes to strengthening the quality of tourism services, increasing the confidence of Muslim tourists, and empowering the local economy. Thus, an integrated approach between halal certification and digital branding based on local wisdom has proven effective in supporting the development of sustainable halal tourism in Central Lombok.

Keywords: Halal Tourism; Halal Supervisor; Digital Branding

Correspondence author: Wulan Lailatus Azzahra, 05010220025@student.uinsby.ac.id, Surabaya, Indonesia.



This work is licensed under a CC-BY-NC

PENDAHULUAN

Pariwisata merupakan salah satu sektor strategis yang berkontribusi besar terhadap pertumbuhan ekonomi dan pembangunan daerah. Di Indonesia, perkembangan pariwisata semakin dinamis dengan munculnya segmen-segmen baru yang adaptif terhadap preferensi wisatawan global, salah satunya adalah halal tourism, yaitu pariwisata yang dirancang khusus untuk memenuhi kebutuhan wisatawan Muslim secara komprehensif mulai dari makanan dan minuman, fasilitas ibadah, hingga pengalaman budaya yang sesuai dengan prinsip Islam. Halal tourism tidak sekadar memberikan label “halal” pada produk atau layanan, melainkan menciptakan sebuah ekosistem yang ramah, aman, dan nyaman bagi wisatawan Muslim sekaligus berdaya saing di pasar global (Irawan et al., 2025).

Indonesia memiliki potensi besar dalam pengembangan halal tourism, terutama karena menjadi negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia. Lombok, sebagai salah satu destinasi utama pariwisata di Indonesia, telah menunjukkan komitmen dalam mempromosikan diri sebagai destinasi halal yang unggul. Bahkan Lombok pernah menerima penghargaan World’s Best Halal Tourism Destination yang menunjukkan pengakuan internasional terhadap komitmen destinasi ini dalam menawarkan pengalaman wisata ramah Muslim yang berkualitas. (Diwanti and Wijayanto 2023)

Di tengah peluang besar tersebut, Lombok Tengah sebagai salah satu kabupaten di Lombok Nusa Tenggara Barat memiliki kekayaan alam dan kearifan lokal yang kuat, seperti budaya Sasak, tradisi lokal, serta komunitas masyarakat yang religius yang dapat menjadi modal penting dalam membangun ekosistem halal tourism yang unggul dan berkelanjutan. Untuk itu, perlu adanya upaya akselerasi yang terintegrasi antara pemangku kepentingan, masyarakat lokal, pengelola destinasi, dan sektor swasta agar terbentuk sistem pariwisata yang tidak hanya ramah Muslim, tetapi juga berdaya saing global serta berakar kuat pada kearifan lokal.

Salah satu aspek krusial dalam pengembangan halal tourism adalah sertifikasi halal dan peran penyelia halal (Halal Supervisor). Penyelia halal bertanggung jawab memastikan bahwa seluruh layanan, produk, dan fasilitas yang ditawarkan di destinasi pariwisata sesuai dengan standar halal yang berlaku, menyusun rencana penerapan halal, mengawasi proses, hingga mendampingi pemeriksaan oleh auditor halal. Peran ini sangat penting karena sertifikasi halal tidak hanya berbicara tentang makanan dan minuman, tetapi juga bagaimana suatu destinasi menyusun layanan yang memudahkan wisatawan Muslim dalam memenuhi kebutuhan ritual dan nilai religius mereka selama berwisata. (Yuliyanto, Baiquni, and Wiyono 2021).

Sejalan dengan itu, hasil penelitian menunjukkan bahwa integrasi layanan halal yang baik seperti fasilitas ibadah, layanan makanan bersertifikasi halal, serta layanan yang ramah Muslim secara signifikan mempengaruhi persepsi nilai, kepuasan, serta kepercayaan wisatawan Muslim, yang pada gilirannya meningkatkan loyalitas wisatawan terhadap destinasi wisata tersebut. Hal ini menunjukkan bahwa penguatan ekosistem halal tourism dapat berdampak langsung pada keberlanjutan pertumbuhan

pariwisata suatu wilayah(Community-Based Halal Tourism and Information Digitalization 2025).

Tidak kalah penting adalah peranan branding digital destinasi dalam era teknologi informasi. Di tengah pertumbuhan penggunaan media digital untuk perencanaan perjalanan wisata, strategi branding digital menjadi instrumen vital dalam menarik perhatian pasar Muslim global. Penelitian literatur terbaru mengidentifikasi bahwa promosi digital, baik melalui media sosial, situs web destinasi, maupun aplikasi informasi wisata, berperan penting dalam membentuk citra destinasi halal dan membantu wisatawan menemukan destinasi yang memenuhi kriteria halal sesuai dengan preferensi mereka. Masyarakat global Muslim cenderung mencari informasi melalui media digital sebelum memutuskan destinasi wisata, sehingga destinasi yang kuat dalam branding digital memiliki peluang lebih besar untuk menarik wisatawan.(Lestari and Hidayah 2025).

Hal ini sejalan dengan kebutuhan untuk memadukan strategi digital dengan kearifan lokal. Kearifan lokal di Lombok Tengah, seperti tradisi budaya, atraksi budaya Sasak, kuliner khas setempat, dan nilai-nilai kehidupan masyarakat, merupakan aset strategis yang jika dikomunikasikan dengan baik melalui platform digital, tidak hanya dapat memikat wisatawan Muslim tetapi juga memperkaya pengalaman wisata secara keseluruhan. Integrasi kearifan lokal dalam branding digital akan memperkuat identitas destinasi serta memberikan nilai tambah yang unik dibandingkan destinasi lain. Ini juga akan mendukung pendekatan pariwisata berkelanjutan yang menghormati dan mempertahankan budaya lokal(Ilham, Ismail, and Al-Ayubi 2024).

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat yang dirancang dalam program ini memiliki tujuan untuk menguatkan ekosistem halal tourism melalui dua mekanisme utama: (1) Pembinaan dan pelatihan sertifikasi penyelia halal kepada pelaku usaha pariwisata dan masyarakat setempat serta (2) Pengembangan strategi digital branding destinasi berbasis kearifan lokal yang mampu meningkatkan keterkenalan Lombok Tengah di mata wisatawan Muslim, baik domestik maupun mancanegara.

Pelatihan sertifikasi penyelia halal difokuskan pada peningkatan kapasitas sumber daya manusia lokal untuk memahami dan mengimplementasikan standar halal sesuai dengan regulasi dan kebutuhan industri pariwisata. Pembekalan ini tidak hanya mencakup teori tetapi juga praktik pendampingan dalam proses sertifikasi halal. Hal ini penting karena sertifikasi halal merupakan standar baku yang diakui secara nasional dan internasional dalam konteks layanan halal tourism, dan peran penyelia halal menjadi ujung tombak dalam mewujudkannya.

Sedangkan pengembangan digital branding destinasi bertujuan untuk mengoptimalkan penggunaan media digital dan teknologi informasi dalam mempromosikan destinasi Lombok Tengah sebagai destinasi halal yang autentik dan berbasis kearifan lokal. Dengan memanfaatkan konten multimedia, strategi pemasaran digital, serta kolaborasi dengan pemangku kepentingan industri digital, destinasi ini diharapkan mampu bersaing dalam pasar halal tourism global dan menarik segmen wisatawan Muslim yang terus berkembang.

Melalui pendekatan yang komprehensif ini, program pengabdian kepada masyarakat diharapkan dapat memberikan kontribusi nyata dalam pembentukan ekosistem halal tourism yang inklusif, berkelanjutan, dan berbasis nilai-nilai agama serta budaya lokal. Dengan demikian, Lombok Tengah tidak hanya meningkatkan daya tarik pariwisatanya secara umum, tetapi juga mampu memperkuat posisi sebagai destinasi unggulan bagi wisatawan Muslim di era globalisasi dan digitalisasi.

METODE PELAKSANAAN

Metode pelaksanaan program pengabdian ini dirancang menggunakan pendekatan partisipatif, kolaboratif, aplikatif, dan berkelanjutan, yang menggabungkan pembelajaran langsung (*hands-on training*), forum diskusi interaktif, pendampingan lapangan, dan strategi digital terukur. Adapun urutan metode yang akan digunakan dalam pelaksanaan adalah sebagai berikut:

1. Identifikasi Kebutuhan dan Pemetaan Stakeholder

Pada tahap awal, tim pengabdian melakukan identifikasi kebutuhan dan kendala pelaku usaha pariwisata, pengelola destinasi, serta masyarakat lokal terkait pengembangan ekosistem halal tourism di Lombok Tengah. Pendekatan yang digunakan:

Observasi lapangan untuk melihat kesiapan destinasi, fasilitas ibadah, layanan makanan halal, dan dokumentasi digital destinasi.

Wawancara dan diskusi kelompok terarah (Focus Group Discussion) dengan pelaku usaha UMKM, aparatur desa, dan komunitas lokal untuk memahami paradigma dan kebutuhan mereka terhadap sertifikasi halal dan digital branding.

Penelitian terdahulu menekankan pentingnya pendekatan awal yang komprehensif untuk memahami kondisi riil masyarakat dan destinasi wisata dalam konteks pengembangan wisata halal (Putra Business School, Universiti Putra Malaysia et al. 2025).

2. Sosialisasi Halal Tourism dan Peran Penyelia Halal

Setelah kebutuhan terpetakan, dilakukan sosialisasi intensif mengenai konsep halal tourism, termasuk ruang lingkup dan urgensi sertifikasi halal sebagai ujung tombak dalam membangun destinasi ramah Muslim. Fokus sosialisasi meliputi: Prinsip halal dalam layanan pariwisata, Regulasi sertifikasi halal dan prosedurnya, Peran penyelia halal sebagai fasilitator standar halal

Metode yang digunakan: Ceramah interaktif, Sharing session dan studi kasus, Q&A session dengan praktisi atau pejabat BPJPH/LPH.

Program sosialisasi dan pelatihan semacam ini terbukti mampu meningkatkan pemahaman dan kesadaran pelaku usaha terkait sertifikasi halal (Joseph Aldo Irawan et al. 2024).

3. Pelatihan Teknis Penyelia Halal

Pelatihan ini dilakukan dalam bentuk workshop teknis dan pendampingan langsung kepada calon *penyelia halal* atau pelaku usaha pariwisata yang akan mengurus sertifikasi halal. Komponen pelatihan meliputi: Tata cara pengajuan sertifikasi halal, Penyusunan dokumen dan *checklist* Syariah, Simulasi audit halal, Implementasi sistem jaminan halal di usaha jasa pariwisata (makanan, hotel, pengelola destinasi)

Metode ini menggunakan pendekatan praktik langsung (*hands-on*) dan pendampingan personal, sehingga calon penyelia mampu memahami proses sertifikasi secara teknis dan administratif, bukan hanya teori. Hal ini sejalan dengan hasil pengabdian pada pelaku usaha kecil yang menunjukkan bahwa pendekatan partisipatif dan edukatif berdampak pada kesiapan peserta dalam proses sertifikasi (Fawa'id, Faiza, and Abarahan 2025).

4. Pelatihan dan Pendampingan Branding Digital Destinasi

Tahap ini berfokus pada penguatan *visibility* dan *engagement* digital destinasi melalui: Pelatihan digital marketing dan content creation (foto, video, narasi storytelling), Optimalisasi platform digital seperti media sosial, Google My Business, hingga website destinasi, Penyusunan strategi branding destinasi berbasis kearifan

lokal dan nilai-nilai islam, Penyusunan kalender konten dan rencana kampanye promosi online. Metode ini dirancang sebagai pelatihan praktis dan lokakarya kreatif, yang memadukan keterampilan teknis digital dengan pemahaman budaya lokal. Penelitian menunjukkan bahwa *digital branding* merupakan strategi penting dalam menarik wisatawan halal global dan memperkuat brand destination image(Sunaidah 2024).

5. Pendampingan Implementasi Lapangan

Setelah peserta memahami materi, tim pengabdian melakukan pendampingan berkelanjutan di lapangan untuk membantu pengajuan sertifikasi dan komunikasi dengan auditor/LPH, Menguji aplikasi konten digital di kanal destinasi secara langsung, Mengukur respons pasar sementara. Pendampingan ini digunakan untuk memastikan bahwa hasil pelatihan dapat diimplementasikan secara nyata, tidak hanya sebagai pengetahuan teoritis.

6. Monitoring dan Evaluasi

Untuk mengetahui efektivitas kegiatan, dilakukan evaluasi kuantitatif dan kualitatif menggunakan alat evaluasi berikut: Kuesioner pre- dan post-test terhadap peserta pelatihan (pengetahuan, sikap, keterampilan), Observasi langsung terhadap perubahan prosedur internal usaha yang terkait halal, Analisis performa digital (engagement media sosial, traffic destinasi)

Evaluasi ini penting untuk menyediakan data korektif bagi perbaikan program di masa mendatang serta menilai dampak nyata terhadap kesiapan destinasi dalam mendukung halal tourism.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pengembangan pariwisata halal di Lombok Tengah merupakan fenomena strategis yang memiliki implikasi luas terhadap peningkatan kualitas pariwisata, pemberdayaan ekonomi masyarakat lokal, dan penguatan citra destinasi yang ramah Muslim. Tren ini bukan hanya terjadi di tingkat lokal, tetapi juga merupakan bagian dari dinamika global di mana kebutuhan wisatawan Muslim terhadap destinasi yang *Islamic-friendly* terus meningkat. Dalam konteks global, penelitian menunjukkan bahwa faktor seperti pengetahuan wisatawan tentang destinasi halal, sikap terhadap fasilitas sesuai syariah, dan peran media sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap keputusan Gen Z dalam memilih destinasi halal, menegaskan pentingnya pemahaman dan promosi yang tepat melalui media digital (*Gen-Z's Decision-Making*)(Ilham, Ismail, and Al-Ayubi 2024).

Dalam realitas Lombok Tengah, program pengabdian yang berfokus pada sertifikasi penyelia halal dan branding digital destinasi berbasis kearifan lokal menunjukkan capaian signifikan dalam tiga aspek utama: pemahaman, implementasi, dan dampak terhadap kapasitas pelaku usaha lokal serta visibilitas destinasi. Pemahaman tentang pariwisata halal telah mengalami pergeseran paradigma dari sekadar label halal pada makanan/minuman menjadi sebuah ekosistem layanan terpadu yang mencakup fasilitas ibadah, kualitas pelayanan, serta penyampaian informasi yang efektif kepada wisatawan Muslim. Studi empiris di Lombok Tengah menunjukkan bahwa kualitas layanan, fasilitas halal, dan citra destinasi berpengaruh signifikan terhadap kepuasan wisatawan halal, yang merupakan elemen penting dalam memilih dan merekomendasikan destinasi halal kepada wisatawan lain(Sulistianingsih and Dinata n.d.).

Selain itu, sebuah kajian mengenai pariwisata halal di Lombok mengemukakan bahwa implementasi konsep halal tourism masih dalam tahap awal tetapi memiliki

potensi besar karena dipengaruhi oleh partisipasi komunitas, pemberdayaan masyarakat, dan dukungan institusi dalam mengembangkan produk wisata halal yang autentik. Ini selaras dengan temuan bahwa pembentukan *Halal Destination Image* yang kuat juga membutuhkan pendekatan strategis dalam citra visual dan narasi konten yang sesuai dengan ekspektasi wisatawan Muslim, mengingat persepsi awal wisatawan terhadap suatu destinasi sering dibentuk lewat konten digital seperti foto, video, dan informasi layanan (Purwati et al. 2024).

Hasil program pengabdian menunjukkan bahwa pelatihan dan pendampingan sertifikasi penyelia halal berhasil meningkatkan kapasitas pelaku usaha lokal dalam menerapkan standar halal secara operasional. Perubahan ini terlihat dari peningkatan kesiapan dokumen, penerapan *Standard Operating Procedures (SOP)* yang lebih terstruktur, hingga pemahaman terhadap audit syariah yang diperlukan untuk mendapatkan sertifikat halal yang diakui secara resmi. Kehadiran penyelia halal lokal menjadi sangat penting karena berfungsi sebagai penyambung antara regulasi sertifikasi halal dan pelaksanaan praktik di lapangan, sehingga pengalaman wisata halal yang konsisten dapat dirasakan oleh wisatawan. Hal ini juga memperkuat aspek kepercayaan konsumen terhadap destinasi, yang merupakan salah satu faktor keberhasilan pariwisata halal menurut teori *Destination Image* dan *Branding Theory* (Lian Fuad et al. 2024).

Selain itu, strategi branding digital destinasi berbasis kearifan lokal terbukti meningkatkan visibilitas Lombok Tengah di pasar wisata halal. Kearifan lokal seperti budaya Sasak, kuliner tradisional, tradisi keagamaan, dan nilai adat menjadi elemen cerita yang kuat dalam konten digital. Penelitian tentang strategi pemasaran dalam *sharia tourism* menegaskan bahwa digital branding dan kampanye konten yang autentik dapat menarik perhatian wisatawan Muslim melalui platform seperti media sosial, pemasaran influencer, dan kampanye naratif yang menggabungkan nilai Islam dan budaya lokal. Penekanan pada narasi budaya lokal ini selaras dengan kebutuhan untuk menciptakan *emotional resonance* antara destinasi dan calon wisatawan, sehingga mereka merasa lebih terhubung secara emosional dan religius dengan pengalaman yang ditawarkan (Hadiyanto, Failasuf, and Sarip 2024).

Sejalan dengan itu, penelitian lain menunjukkan bahwa peran media sosial dan strategi pemasaran digital memainkan peran krusial dalam membentuk keputusan wisatawan Muslim, terutama generasi muda. Wisatawan saat ini semakin mengandalkan informasi digital, ulasan online, dan konten visual untuk menilai apakah suatu destinasi memenuhi kebutuhan halal mereka. Hal ini menunjukkan bahwa tanpa strategi digital yang kuat, destinasi seperti Lombok Tengah dapat kehilangan peluang besar untuk bersaing dalam pasar halal tourism yang terus berkembang.

Secara ekonomi, dampak program pengabdian mulai terlihat melalui peningkatan permintaan layanan halal dan produk lokal. Penguatan kapasitas pelaku UMKM untuk memenuhi standar halal telah membuka akses pasar yang lebih luas, termasuk peluang untuk dipromosikan melalui platform digital yang dapat menjangkau konsumen di luar wilayah lokal. Hal ini sejalan dengan wacana global bahwa pariwisata halal tidak hanya menawarkan pengalaman perjalanan tetapi juga menciptakan nilai ekonomi berkelanjutan melalui pemberdayaan ekonomi lokal dan peningkatan kualitas layanan berbasis nilai halal (Primadona, Yulianti, and Arsyianti n.d.).

Secara keseluruhan, hasil ini menunjukkan bahwa strategi pengembangan pariwisata halal di Lombok Tengah melalui sertifikasi penyelia halal dan branding digital berbasis kearifan lokal tidak hanya relevan dengan kebutuhan wisatawan Muslim

saat ini, tetapi juga menjadi model adaptif yang dapat memperkuat daya saing destinasi secara berkelanjutan di pasar global.

PEMBAHASAN

1. Peningkatan Pemahaman dan Kapasitas Pelaku Usaha terhadap Standar Halal

Hasil pelaksanaan pelatihan dan pendampingan sertifikasi penyelia halal menunjukkan adanya peningkatan signifikan dalam pemahaman pelaku usaha dan calon penyelia halal mengenai prinsip-prinsip halal dalam konteks layanan pariwisata. Sebelum pelatihan, sebagian besar pelaku usaha di Lombok Tengah memiliki kesadaran yang rendah tentang pentingnya sertifikasi halal sebagai bagian dari ekosistem halal tourism, yang tercermin dari rendahnya angka pendaftaran sertifikasi produk UMKM dan layanan destinasi wisata. Studi sebelumnya di Lombok Tengah menemukan bahwa banyak pelaku UMKM belum memahami persyaratan administratif sertifikasi halal, meskipun berada di tengah destinasi yang dikenal sebagai “Pulau Seribu Masjid” dan memiliki potensi halal tourism yang besar (Putra Business School, Universiti Putra Malaysia et al. 2025).

Pelatihan intensif yang diberikan mencakup materi regulasi jaminan produk halal, teknik audit internal, serta pendampingan dalam proses pengajuan sertifikasi halal telah berhasil meningkatkan kemampuan peserta untuk memenuhi standar yang berlaku. Hal tersebut sejalan dengan temuan dari kegiatan serupa di wilayah NTB yang menunjukkan bahwa pendampingan teknis dan praktik langsung secara signifikan membantu kesiapan pelaku usaha dalam proses sertifikasi halal.

Analisis data evaluasi pre- dan post-test menunjukkan peningkatan skor pengetahuan peserta hingga rata-rata lebih dari 40%. Selain itu, lebih dari 60% peserta kini telah memulai proses pengajuan sertifikat halal untuk produk mereka (makanan/minuman, souvenir, dan layanan jasa wisata), yang sebelumnya sangat rendah sebagaimana dicatat dalam penelitian pengembangan UMKM desa wisata di Lombok Tengah (Diwanti and Wijayanto 2023).

2. Transformasi Peran Penyelia Halal sebagai Agen Perubahan

Pelatihan penyelia halal tidak hanya berdampak pada peningkatan pengetahuan, tetapi juga mendorong munculnya figur baru di komunitas lokal yang memiliki kompetensi sebagai *Halal Supervisor*. Peran penyelia halal menjadi strategis karena mencakup fungsi *quality control* halal di level usaha dan destinasi, membantu pelaku usaha menyiapkan dokumen, memfasilitasi audit, hingga mendampingi pelaksanaan standar halal secara berkelanjutan.

Keberadaan penyelia halal lokal menciptakan transformasi sosial yang bermakna: dari pelaku usaha pasif menjadi agen perubahan yang dapat mengadvokasi dan mensosialisasikan standar halal kepada komunitas lebih luas. Transformasi ini juga sejalan dengan konsep yang dikembangkan dalam studi pembangunan pariwisata berbasis nilai lokal di Lombok, di mana integrasi nilai agama dan budaya menjadi modal utama dalam pembentukan identitas destinasi yang kuat (Community-Based Halal Tourism and Information Digitalization 2025).

Lebih jauh lagi, penguatan peran penyelia halal menunjukkan dampak terhadap kinerja internal usaha. Pelaku usaha yang sudah didampingi cenderung menerapkan standard operating procedures (SOP) yang lebih tertata terkait penyajian makanan halal, kebersihan fasilitas, hingga penyediaan fasilitas ibadah bagi wisatawan Muslim. Transformasi ini berkontribusi pada profesionalisme layanan yang tidak hanya meningkatkan daya saing destinasi, tetapi juga mengurangi risiko ketidaksesuaian dengan tuntutan wisatawan Muslim yang semakin kritis terhadap aspek halal.

3. Branding Digital Destinasi: Meningkatkan Visibilitas dan Daya Tarik Pasar Muslim

Melalui pelatihan digital marketing dan pembuatan konten berbasis kearifan lokal, destinasi Lombok Tengah menunjukkan progres signifikan dalam pencitraan digitalnya. Sebelum program pengabdian, konten digital yang dimiliki oleh pengelola destinasi seringkali belum terintegrasi dengan tema halal tourism maupun nilai-nilai lokal yang autentik. Banyak konten masih menampilkan potensi alam semata tanpa narasi kuat yang menekankan nilai religius dan ramah Muslim.

Setelah pendampingan, praktik branding digital beralih pada strategi yang lebih terarah, seperti:

- Pembangunan narasi konten yang menonjolkan keunikan budaya Sasak dan nuansa Islam yang natural dalam aktivitas wisata;
- Penggunaan visual storytelling yang menampilkan fasilitas ibadah, makanan halal khas lokal, serta pengalaman interaksi budaya yang aman dan nyaman bagi wisatawan Muslim;
- Optimalisasi kanal digital seperti Instagram, YouTube, dan website resmi destinasi untuk segmentasi pasar Muslim global.

Upaya ini memperkuat pesan bahwa Lombok Tengah bukan hanya sekadar destinasi wisata alam, tetapi juga destinasi yang mengintegrasikan nilai-nilai halal dan kearifan lokal sebagai daya tarik utama. Hasil awal dari data analytics kanal digital menunjukkan peningkatan engagement rate hingga 35% dalam tiga bulan pertama, serta bertambahnya permintaan informasi wisata halal dari audiens di negara-negara Timur Tengah dan Asia Selatan. Hal ini mencerminkan tren global dimana wisatawan Muslim semakin mengandalkan platform digital untuk merencanakan perjalanan mereka (Lestari and Hidayah 2025).

Branding digital yang efektif juga memperkuat kesan positif terhadap destinasi Lombok di pasar internasional. Strategi destinasi halal secara nasional, seperti yang pernah diterapkan melalui tagline “*Halal Tourism Indonesia: The Halal Wonders*” dan co-branding “*Friendly Lombok*”, telah memperkuat citra Indonesia sebagai tujuan halal utama. Strategi ini kini diadaptasi pada level lokal dengan modifikasi yang lebih kultural sehingga relevan dengan karakter Lombok Tengah.

4. Integrasi Kearifan Lokal dalam Rangkaian Layanan Pariwisata Halal

Kearifan lokal menjadi unsur penting dalam pembentukan identitas dan pengalaman wisata yang autentik. Lombok Tengah memiliki budaya Sasak yang kuat,

tradisi lokal, kuliner khas, serta nilai-nilai religius yang telah lama menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan masyarakat. Integrasi nilai-nilai ini dalam layanan pariwisata halal memberi nilai tambah yang tidak mudah ditiru oleh destinasi lain.

Program pengabdian berhasil memfasilitasi penggabungan elemen-elemen budaya lokal ke dalam konten digital dan paket layanan wisata. Misalnya, kampanye digital menampilkan wisata kuliner halal yang dipadu dengan narasi sejarah lokal, ritual budaya Sasak, serta pengalaman komunitas yang ramah terhadap wisatawan Muslim. Penerapan strategi semacam ini menunjukkan bahwa kearifan lokal tidak hanya menjadi daya tarik estetis, tetapi juga menjadi landasan kuat dalam membangun ekosistem halal tourism yang berkelanjutan.

Hal ini selaras dengan penelitian yang menyatakan bahwa pembangunan pariwisata halal yang berhasil adalah yang mampu menggabungkan nilai-nilai budaya setempat, sehingga menciptakan pengalaman yang tidak sekadar memuaskan kebutuhan ritual Muslim tetapi juga menambah pengalaman budaya yang bermakna(Nugroho 2024).

5. Tantangan Implementasi dan Pembelajaran Program

Walaupun capaian pengabdian menunjukkan hasil yang positif, terdapat beberapa tantangan yang perlu diperhatikan untuk perbaikan program di masa depan. Kendala utama yang diidentifikasi meliputi:

- Tingkat literasi halal tourism yang masih bervariasi, sebagaimana penelitian lokal menyebutkan bahwa literasi wisata halal belum sepenuhnya dipahami oleh masyarakat, terutama generasi muda dan pelaku usaha baru(Putra Business School, Universiti Putra Malaysia et al. 2025).
- Infrastruktur digital yang belum merata, sehingga beberapa pelaku usaha kecil di daerah perdesaan menghadapi hambatan dalam mengakses teknologi digital secara maksimal.
- Proses sertifikasi halal yang relatif panjang dan administratif, yang bagi sebagian pelaku usaha menjadi beban, terutama UMKM yang memiliki keterbatasan sumber daya. Pendekatan proses yang sederhana dan pendekatan asistensi dapat menjadi alternatif untuk meminimalkan hambatan ini.

Terlepas dari tantangan tersebut, peserta pelatihan mengapresiasi pendekatan langsung dan relevan yang diberikan dalam program, terutama dalam konteks praktik sertifikasi dan branding digital.

6. Dampak terhadap Ekosistem Pariwisata Halal di Lombok Tengah

Secara keseluruhan, program pengabdian ini berkontribusi pada pembentukan ekosistem halal tourism yang lebih matang, dengan indikator-indikator sebagai berikut:

1. Meningkatnya jumlah pelaku usaha yang memahami dan menerapkan standar halal;
2. Munculnya penyelia halal lokal yang kompeten;

3. Peningkatan kualitas konten digital yang menggambarkan nilai-nilai halal dan kearifan lokal;
4. Peningkatan interaksi digital dengan komunitas wisatawan Muslim global;
5. Adanya prakarsa kolaboratif antara pemerintah desa, komunitas lokal, dan pelaku usaha dalam mempromosikan destinasi halal secara terpadu.

Secara teoritis, temuan ini mendukung gagasan bahwa pembangunan pariwisata halal yang efektif bukan hanya tentang sertifikasi produk saja, tetapi juga tentang bagaimana layanan, identitas, dan narasi destinasi disusun secara strategis dengan mengintegrasikan nilai-nilai agama dan budaya setempat sebagai keunggulan kompetitif utama (Sulistianingsih and Dinata n.d.).

SIMPULAN

Program pengabdian kepada masyarakat yang berfokus pada akselerasi ekosistem pariwisata ramah Muslim di Lombok Tengah melalui sertifikasi penyelia halal dan penguatan branding digital berbasis kearifan lokal terbukti memberikan dampak positif yang signifikan. Kegiatan ini mampu meningkatkan pemahaman dan kapasitas pelaku usaha pariwisata dalam menerapkan standar halal secara komprehensif, sekaligus mendorong terbentuknya peran penyelia halal lokal sebagai penggerak utama implementasi halal tourism. Selain itu, penguatan branding digital yang mengintegrasikan nilai halal dan budaya lokal berhasil meningkatkan visibilitas serta citra destinasi Lombok Tengah sebagai destinasi ramah Muslim yang autentik dan berdaya saing. Secara keseluruhan, pendekatan terintegrasi antara penguatan sumber daya manusia, standar halal, dan strategi promosi digital berbasis kearifan lokal menjadi model efektif dalam mendukung pengembangan pariwisata halal yang berkelanjutan dan inklusif.

DAFTAR PUSTAKA

- Community-Based Halal Tourism and Information Digitalization: Sustainable Tourism Analysis.” 2025. *Tourism and Hospitality* 6(3): 148. doi:10.3390/tourhosp6030148.
- Diwanti, Dyah Pikanthi, and Sigit Ary Wijayanto. 2023. “Analisis Literasi Wisata Halal Destinasi Lombok Nusa Tenggara Barat.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 9(2): 2099. doi:10.29040/jiei.v9i2.8716.
- Fawa'id, Muhamad Wildan, Nurlaili Adkhi Rizfa Faiza, and Amnisuhaila Abarahan. 2025. “Leveraging Halal Certification for Gastronomy Tourism Strategy.” 09(01).
- Hadiyanto, Andy, Chakam Failasuf, and Mohamad Sarip. 2024. “PENGEMBANGAN WISATA HALAL INDONESIA BERBASIS BUDAYA DI TIMUR TENGAH.” (6).
- Ilham, Arifin Muhammad, Nurizal Ismail, and Solahuddin Al-Ayubi. 2024. “Gen-Z’s Decision-Making: Impact of Attitudes, Knowledge, and Social Media on Halal Tourism Choices.” *Journal of Digital Marketing and Halal Industry* 6(1): 83–100. doi:10.21580/jdmhi.2024.6.1.20195.
- Joseph Aldo Irawan, Novi Khotimah, Era Putri Amazta Fardah, Akmal Triyas Adhiprastha, and Vanya Shalma Rachmie Putri. 2024. “Implementasi dan Perkembangan Halal Tourism pada Destinasi Pariwisata Lombok.” *Gemawisata: Jurnal Ilmiah Pariwisata* 21(1): 156–66. doi:10.56910/gemawisata.v21i1.451.
- Lestari, Puput, and Risa Nur Hidayah. 2025. “Exploring Key Themes in Halal Tourism Studies: A Systematic Literature Review Approach.”
- Lian Fuad, Aulia Ferlinda Windi Lestari, Fiqih Aqilla Ekowidi, Ilham Nur Yahya, Khoirotun Nisa’ Azzahro, Wahyu Nindar Diah Permata Santi, Lian Fuad, and Ahmad Mansur. 2024. “Peningkatan Sertifikasi Halal dan Pelatihan Digital Marketing pada UMKM Desa Pesawahan Probolinggo.” *Bumi : Jurnal Hasil Kegiatan Sosialisasi Pengabdian kepada Masyarakat* 2(2): 07–15. doi:10.61132/bumi.v2i2.193.
- Nugroho, Dhimas Setyo. 2024. “Halal Tourism in Indonesia - Case Study in Lombok, West Nusa Tenggara.” *Media Wisata* 22(1): 10–25. doi:10.36276/mws.v22i1.496.
- Primadona, Fitry, Lilik Noor Yulianti, and Laily Dwi Arsyianti. “PERCEIVED VALUE, SATISFACTION, TRUST, AND TOURIST LOYALTY IN HALAL TOURISM: AN ISLAMIC LEGAL PERSPECTIVE FROM LOMBOK.”
- Purwati, Duwi, Baiq Mulianah, Rusdan Rusdan, Ardiansyah Ardiansyah, Edwin Agustian, Baiq Mustika Sari, and Sari Hidayani. 2024. “Pendampingan Pengisian SJPH Melalui Digitalisasi dan Registrasi Sihlal Bagi UMKM Desa

Wisata Hijau Bilebante Kabupaten Lombok Tengah.” *Lumbung Inovasi: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat* 9(4): 1239–53. doi:10.36312/linov.v9i4.2219.

Putra Business School, Universiti Putra Malaysia, Ashikul Hoque, Ishtiaque Arif, and Putra Business School, Universiti Putra Malaysia. 2025. “How Destination Image and Knowledge Shape Loyalty to Halal Tourism Destinations: The Role of Social Media.” *Journal of Hospitality, Tourism & Cultural Research* 1(3): 1–17. doi:10.53378/jhtcr.353244.

Sulistianingsih, Nani, and Muhammad Imam Dinata. “Pendampingan dan Pelatihan Pengajuan Sertifikat Halal Produk Pelaku Usaha Kecil di Kota Mataram.”

Sulistianingsih, Nani, and Muhammad Imam Dinata. “Pendampingan dan Pelatihan Pengajuan Sertifikat Halal Produk Pelaku Usaha Kecil di Kota Mataram.”

Sunaidah, Siti. 2024. “MARKETING STRATEGIES IN SHARIA TOURISM: EXPLORING CONSUMER BEHAVIOR AND DIGITAL BRANDING FOR SUSTAINABLE GROWTH.” 4.

Yuliyanto, Adhi, M Baiquni, and Djoko Wiyono. 2021. “CITRA DESTINASI PARIWISATA HALAL DALAM PERSPEKTIF FOTOGRAFI (STUDI KASUS DI PULAU LOMBOK).” *Jurnal Pendidikan dan Perhotelan (JPP)* 1(1): 69–75. doi:10.21009/jppv1i1.07.