

**PROPOSAL**  
**PENELITIAN KOMPETITIF BERBASIS SBKU TAHUN 2021**  
**TAHUN ANGGARAN 2021**

**Diajukan kepada :**  
**Puslitbang Bimas Agama dan Layana Keagamaan**  
**Badan Litbang dan Diklat - Kementerian Agama**



**DESAIN KEBIJAKAN GAYA HIDUP HALAL PADA SEKTOR**  
**PARIWISATA DALAM ERA PANDEMI COVID-19 UNTUK KALANGAN**  
**MASYARAKAT MILLENIAL**  
**(Studi Kasus Pada Daerah Istimewa Yogyakarta)**

**Diusulkan oleh :**

1. Ir, Arya Wirabhuana, S.T, M.Sc (Ketua)
2. Izra Berakon, S.EI, M.Sc (Anggota)
3. Trio Yonathan T.K, S.T, M.T. (Anggota)

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI (UIN) SUNAN KALIJAGA**  
**YOGYAKARTA**  
**TAHUN 2020**



KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
**LEMBAGA PENELITIAN DAN PENGABDIAN KEPADA MASYARAKAT (LPPM)**

Alamat: Jl. Marsda Adisucipto, Telp. (0274) 550776, 550778 Fax. (0274) 550776  
website: [lemilit@uin-suka.ac.id](mailto:lemilit@uin-suka.ac.id), [puslitbit@uin-suka.ac.id](mailto:puslitbit@uin-suka.ac.id) Yogyakarta 55281

**SURAT KETERANGAN ATASAN**

Nomor : 3693/Un.02/L3/TU.00.9/12/2020

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Dr. Muhrisun, S.Ag., BSW., M.Ag., MSW.  
NIP. : 19710514 199803 1 004  
Pangkat/Gol. : Lektor (III/d)  
Jabatan : Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian kepada Masyarakat (LP2M)  
Institusi : UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Dengan ini kami memberikan izin kepada:

Nama : Arya Wirabhuana, S.T., M.Sc.  
NIP : 19770127 200501 1 002  
Pangkat/Gol. : Lektor (III/c)  
Jabatan : Dosen  
Institusi : UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Untuk mengikuti kompetisi dan melaksanakan penelitian melalui program Penelitian Kompetitif Berbasis SBKU yang diselenggarakan oleh Puslitbang Bimas Agama dan Layanan Keagamaan Badan Litbang dan Diklat Kementerian Agama RI.

Demikian surat keterangan ini dibuat, untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 22 Desember 2020



An. Rektor  
Ketua Lembaga Penelitian dan Pengabdian  
kepada Masyarakat (LPPM)

*Muhrisun*  
Muhrisun

# SURAT PERNYATAAN

## BEBAS PLAGIASI

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Arya Wirabhuana, S.T. M.Sc.  
NIP : 19770127 200501 1 002  
Pangkat / Golongan : Lektor (III/c)  
Jabatan : Dosen  
Institusi : UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Dengan ini menyatakan bahwa penelitian yang saya buat dengan judul:

### **DESAIN KEBIJAKAN GAYA HIDUP HALAL PADA SEKTOR PARIWISATA DALAM ERA PANDEMI COVID-19 UNTUK KALANGAN MASYARAKAT MILENIAL**

adalah benar-benar hasil karya/penelitian saya sendiri dan bukan merupakan plagiat dari karya/penelitian orang/lembaga lain. Penelitian ini juga tidak mengandung bahan yang pernah ditulis atau diterbitkan oleh pihak lain kecuali sebagai bahan rujukan yang dinyatakan dalam naskah. Apabila di kemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 27 Desember 2020



Arya Wirabhuana, S.T. M.Sc.



# SURAT PERNYATAAN

PENELITIAN BELUM PERNAH DIAJUKAN DAN DIPUBLIKASIKAN

Yang bertanda tangan di bawah ini,

Nama : Arya Wirabhuana, S.T. M.Sc.  
NIP : 19770127 200501 1 002  
Pangkat / Golongan : Lektor (III/c)  
Jabatan : Dosen  
Institusi : UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

Dengan ini menyatakan bahwa penelitian yang saya buat dengan judul:

## **DESAIN KEBIJAKAN GAYA HIDUP HALAL PADA SEKTOR PARIWISATA DALAM ERA PANDEMI COVID-19 UNTUK KALANGAN MASYARAKAT MILENIAL**

belum pernah/tidak sedang diajukan kepada pihak lain dan dipublikasikan pada jurnal atau media lain dan akan diserahkan kepada Puslitbang Bimas Agama dan Layanan Keagamaan Balitbang Diklat Kementerian Agama RI untuk digandakan, diperbanyak dan/atau disebarluaskan. Apabila di kemudian hari pernyataan saya tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi sesuai dengan peraturan perundang-undangan yang berlaku.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya, untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 27 Desember 2020



Arya Wirabhuana, S.T. M.Sc.



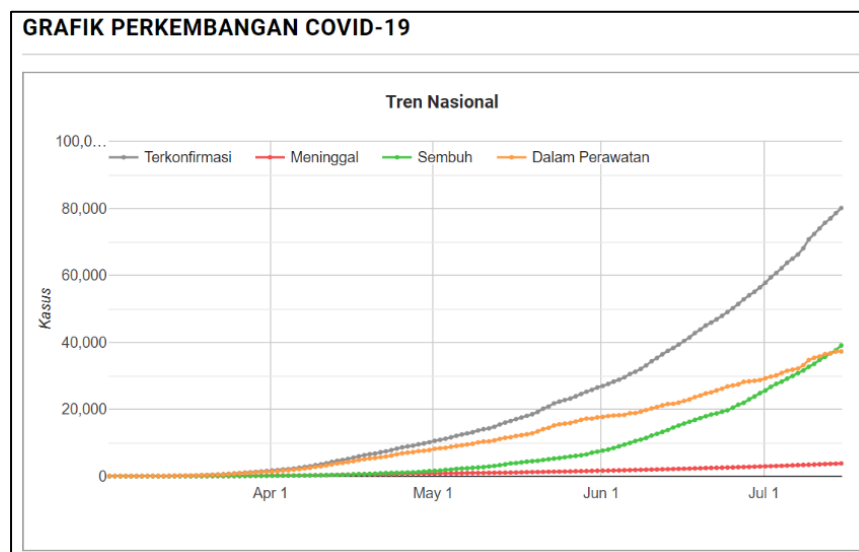
## A. JUDUL

**DESAIN KEBIJAKAN GAYA HIDUP HALAL PADA SEKTOR PARIWISATA DALAM ERA PANDEMI COVID-19 UNTUK KALANGAN MASYARAKAT MILLENIAL (Studi Kasus pada Daerah Istimewa Yogyakarta)**

## B. LATAR BELAKANG

*Covid-19* merupakan penyakit menular yang disebabkan oleh sindrom pernapasan akut *coronavirus 2 (severe acute respiratory syndrome coronavirus 2 atau SARS-CoV-2)*. *Covid-19* sendiri merupakan *coronavirus* jenis baru yang ditemukan di Wuhan, Hubei, China pada tahun 2019 (Ilmiyah, 2020; Hui, et al., 2020). Karena itu, *Coronavirus* jenis baru ini diberi nama *Coronavirus disease-2019* yang disingkat menjadi *Covid-19*. *Covid-19* sejak ditemukan menyebar secara luas hingga mengakibatkan pandemi global yang berlangsung sampai saat ini.

Pandemi global yang terjadi pula di Indonesia membuat banyak pihak berupaya ikut berperan serta dalam mengatasi. Namun pandemi ini tidak kunjung mereda. Dilihat dari data yang dikumpulkan oleh Gugus Tugas Percepatan Penanganan Covid-19, diketahui bahwa hingga 15 Juli 2020 sejumlah 80094 kasus warga terinfeksi *Covid-19*, dengan tingkat kenaikan per hari sebesar 1522 kasus.



Gambar 1. Grafik perkembangan *Covid-19* di Indonesia  
(Sumber : [www.kompas.com/Covid-19](http://www.kompas.com/Covid-19) )

Terjadinya pandemi ini berdampak pada hampir segala sektor kehidupan, baik dari sektor kesehatan hingga ekonomi. Salah satu sektor yang terkena imbas dari pandemi ini adalah sektor Pariwisata. Hal ini terlihat dari jumlah kunjungan wisatawan mancanegara (wisman) yang menurun sangat tajam. Di sisi lain, penurunan jumlah kunjungan wisman ini juga berdampak pada sektor-sektor pendukung pariwisata, seperti tingkat hunian kamar hotel dan sektor transportasi. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS), jumlah kunjungan wisman ke Indonesia pada April 2020 hanya mencapai 160.040 kunjungan. Jumlah ini terdiri atas wisman yang berkunjung melalui pintu masuk udara sebanyak 755 kunjungan, pintu masuk laut sebanyak 46.560 kunjungan, dan pintu masuk darat sebanyak 112.730 kunjungan. Bila dibandingkan jumlah kunjungan wisman pada April 2019 yang berjumlah 1,27 juta kunjungan, jumlah kunjungan wisman pada April 2020 turun sebesar 87,44%. Sedangkan jika dibandingkan dengan Maret 2020, jumlah kunjungan wisman April 2020 juga mengalami penurunan sebesar 66,02%.

Yogyakarta menjadi salah satu wilayah di Indonesia dengan sektor pariwisata yang terdampak pandemi *Covid-19*. Menurut data dari BPS DIY, pada bulan Mei 2020 di DIY tidak ada kunjungan wisatawan mancanegara. Seluruh pelaku wisata, dari posisi puncak hingga paling bawah -- terutama pada sektor-sektor informal -- hampir tak ada yang bisa menghindar dari pelemahan ekonomi akibat pandemi *Covid-19*. Tak hanya pelaku perhotelan dan restoran, ribuan pengayuh becak, kusir andong juga para pedagang kaki lima yang mengandalkan hidup dari kunjungan wisata, tak memperoleh masukan sebagaimana pada hari sebelum wabah. Mereka kehilangan penghasilan tidak tetapnya, karena kunjungan wisatawan anjlok nyaris 100 persen. Hal ini sangat mengkhawatirkan karena diketahui bahwa Yogyakarta menjadi salah satu kota yang menjadi tujuan wisata di Indonesia.

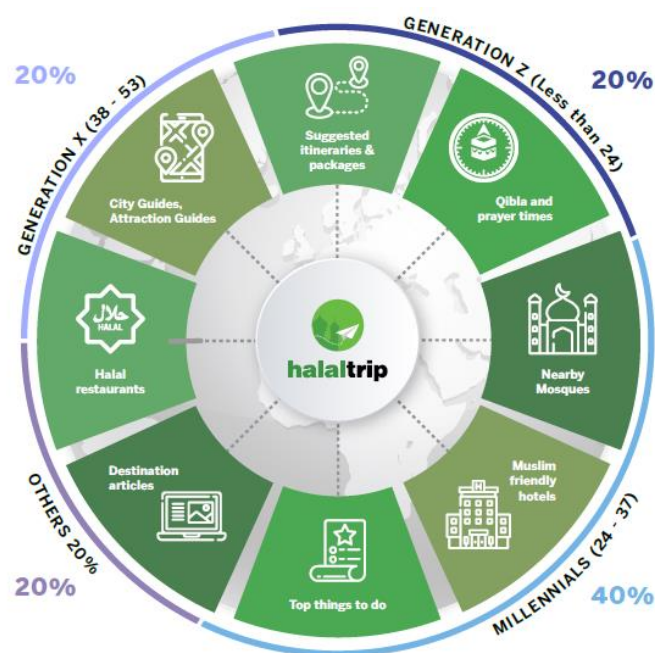
Pembukaan kembali obyek wisata menjadi momentum dan titik balik dalam mempromosikan dan mengembangkan potensi wisata halal di DIY. Keberadaan New Yogyakarta International Airport menjadi salah satu wujud kesiapan pemerintah DIY untuk memobilisasi kedatangan wisatawan muslim yang berasal dari berbagai negara

di dunia dan sejumlah daerah yang berada di tanah air. Ditetapkannya DIY menjadi salah satu Destinasi Halal Prioritas Nasional oleh Kementerian Pariwisata pada tahun 2018 (Sekretariat Kabinet RI, 2019) membuat pemerintah DIY tidak hanya fokus pada pembangunan infrastruktur peribadatan akan tetapi juga melakukan standarisasi pelayanan sesuai dengan prinsip syariah. Lebih lanjut, Kepala Dinas Pariwisata DIY menerangkan bahwa para pelaku pariwisata seperti restoran dan hotel akan didorong untuk mengikuti sertifikasi halal dari Majelis Ulama Indonesia demi meyakinkan dan meningkatkan kepercayaan konsumen atas layanan wisata halal yang disediakan.

Pada tahun 2018, tercatat wisata halal tumbuh 18% dengan jumlah wisatawan muslim mancanegara yang mengunjungi destinasi wisata halal prioritas sebanyak 2,8 juta dengan perolehan devisa mencapai Rp40 Triliun. Peningkatan jumlah wisatawan muslim setiap tahunnya membuat Bank Indonesia semakin optimis terhadap perkembangan wisata halal di Indonesia. Ditambah lagi dengan dinobatkannya Indonesia sebagai peringkat 1 destinasi wisata di dunia versi Global Muslim Travel Index yang diterbitkan oleh CresentRating pada tahun 2019. Bank Indonesia juga menilai bahwa wisata halal merupakan sumber kekuatan baru yang dipercaya dapat berkontribusi terhadap masa depan ekonomi Indonesia. Logika dasarnya adalah dengan peningkatan kunjungan wisatawan muslim mancanegara maka secara linier cadangan devisa pemerintah akan meningkat, nilai tukar rupiah akan terapresiasi karena permintaan kebutuhan rupiah meningkat. Tidak hanya itu kondisi ini akan terus memberikan sinyal positif bagi para investor baik domestik maupun asing untuk menanamkan modalnya seiring dengan laju perkembangan wisata halal di Indonesia.

Semua wisatawan dalam sektor Halal Tourism dari lintas generasi sangat membutuhkan media dan teknologi digital untuk meningkatkan pengalaman perjalanan mereka. Kehadiran aplikasi yang tersedia pada Smartphone menjadi platform unggulan untuk memfasilitasi layanan berbasis agama sesuai dengan kebutuhan wisatawan Muslim. Prinsipnya, wisatawan muslim dapat menjalankan ibadah saat melakukan perjalanan wisata atau mengunjungi destinasi wisata sesuai dengan ajaran Islam. Ada delapan aktivitas yang sering dilakukan oleh wisatawan muslim ketika menggunakan platform digital untuk mendukung gaya hidup halal saat berwisata, yaitu: pencarian paket perjalanan wisata halal, arah dan waktu shalat, masjid, *muslim friendly hotel*, artikel-artikel yang mengeksplorasi keindahan

destinasi wisata, restaurant halal, pertunjukan atau atraksi wisata, dan beberapa hal menarik yang dilakukan oleh wisatawan lainnya ketika berkunjung ke destinasi wisata tertentu. Menariknya, penggunaan aplikasi digital dalam rangka mematuhi prinsip syariah dan habituasi halal life style ternyata didominasi oleh Generasi Milenial (24-37 Tahun) sebesar 40% dan Generasi Z (Kurang dari 24 Tahun) sebesar 20%. Ini adalah generasi produktif yang diproyeksikan menjadi penyumbang terbesar wisata halal dunia karena jika dijumlah persentase mereka (Generasi Milenial dan Z) mencapai 60% dari total generasi yang ada.



Gambar 2. Halaltrip Generations Digitalprint  
Sumber: Mastercard-CrescentRating

Pada Kesempatan yang lain, Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (KNEKS) menyampaikan bahwa Gaya Hidup Halal akan Meningkatkan Kualitas Hidup Manusia termasuk akan memperkecil resiko manusia terjangkit virus berbahaya, termasuk Covid-19. Hal tersebut juga diperkuat oleh WHO bahwa gaya hidup Halal dapat mendorong kebangkitan perekonomian nasional pada saat dan paska pandemi COVID-19

Selain itu, Rasyidah (2019) dalam bahwa menyampaikan Industri pariwisata saat ini telah bergeser ke arah pariwisata 4.0 (Dengan Pengaruh Internet of things)

karena terjadinya perubahan perilaku konsumen khususnya generasi milenial. Lebih jauh disampaikan oleh Pertiwi (2016) bahwa Generasi milenial secara nyata telah mengubah industri pariwisata. Milenial sendiri merupakan potensi pasar yang besar, termasuk untuk industri pariwisata. Menurut data dari Accenture, milenial merepresentasikan 45 persen dari populasi di Asia Pasifik. Sementara itu, 60 persen populasi milenial secara global di tahun 2020 akan berada di Asia. Jadi milenial sangat signifikan untuk industri. Milenial memiliki daya beli yang besar, dengan prediksi mereka akan mengeluarkan 6 triliun dollar AS di tahun 2020 untuk barang dan jasa.

Untuk itu, diperlukan suatu kebijakan yang terarah dan berkesinambungan untuk memajukan sektor Pariwisata Halal ( Halal Tourism) kepada generasi atau kalangan masyarakat Millenial.

### C. RUMUSAN MASALAH

Salah satu cara untuk meningkatkan potensi wisata Halal di Indonesia adalah dengan memasyarakatkan gaya hidup halal, khususnya dalam sektor Pariwisata di kalangan Millenial. Untuk itu diperlukan suatu Kebijakan yang terarah dan berkesinambungan untuk mencari faktor faktor utama yang media yang tepat untuk menggalakkan gaya hidup halal pada generasi millenial tersebut. Selain itu, untuk memberikan informasi yang akurat kepada *stakeholders* terkait tingkat *Covid-19 Compliances* dan tingkat keselarasan dengan *Halal Tourism* pada berbagai obyek wisata, maka perlu adanya suatu Kriteria media yang mudah di pahami oleh semua kalangan sehingga mempermudah proses pengambilan keputusan bagi seluruh calon wisatawan yang akan berkunjung ke obyek wisata dengan meningkatkan jaminan akan kesesuaian obyek – obyek wisata tersebut dengan Protokol Kesehatan pasca *Covid-19* dan Wisata Halal.

Secara umum, permasalahan yang menjadi obyek Pembahasan dan diselesaikan dalam lingkup penelitian ini adalah :

1. Apa indikator yang harus diperhatikan dalam mengembangkan pariwisata di (Studi Kasus di DIY) agar sesuai dengan protokol Kesehatan *Covid-19* dan konsep *Halal Tourism*.

2. Apa Indikator dan faktor – faktor utama dalam memasyarakatkan Gaya Hidup Halal pada sektor Pariwisata.
3. Bagaimana Kebijakan yang harus dilaksanakan dalam rangka memasyarakatkan gaya hidup HALAL pada sektor pariwisata untuk kalangan Generasi Millennial sebagai salah satu pasar potensial industri *Halal Tourism*.
4. Media apa saja yang paling sesuai untuk peningkatan *Awareness* bagi generasi millennial terhadap Gaya Hidup Halal terutamanya dalam Sektor Pariwisata.

#### **D. TUJUAN PENELITIAN**

Secara umum, tujuan yang ingin dicapai melalui Penelitian ini adalah memberikan rekomendasi kebijakan publik terkait Gaya Hidup Halal dalam sektor Pariwisata bagi kalangan Millennial sebagai bagian dari usaha untuk membangkitkan kembali sektor pariwisata dalam era Pandemi Covid-19. Secara rinci, hal tersebut dapat disampaikan sebagaimana dibawah ini:

1. Mengidentifikasi Indikator – indikator yang menunjukkan kessuaian antara protokol kesehatan pasca *Covid-19* dengan konsep *Halal Tourism* bagi Obyek Wisata khususnya di wilayah Daerah Istimewa Yogyakarta.
2. Mengidentifikasi Indikator dan faktor – faktor utama dalam memasyarakatkan Gaya Hidup Halal pada sektor Pariwisata.
3. Memberikan usulan atau rekomendasi kebijakan publik yang harus dilaksanakan dalam rangka memasyarakatkan gaya hidup HALAL pada sektor pariwisata untuk kalangan Generasi Millennial sebagai salah satu pasar potensial industri *Halal Tourism*.
4. Menentukan jenis Media yang sesuai untuk peningkatan *Awareness* bagi generasi millennial terhadap Gaya Hidup Halal terutamanya dalam Sektor Pariwisata.

#### **E. TELAAH PUSTAKA**

##### **1. Pandemi Covid-19 di Indonesia**

Dalam menghadapi wabah / pandemi *Covid-19*, tercatat Indonesia telah memiliki Undang-Undang No. 6 Tahun 2018 tentang Kekarantinaan Kesehatan (Telaumbanua, 2020). Undang-undang tersebut telah memuat banyak hal terkait

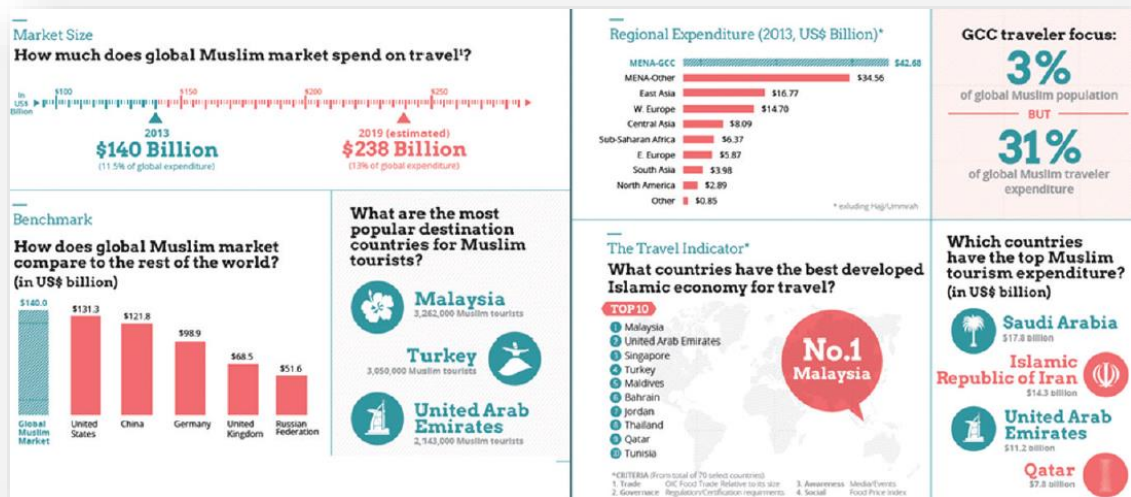
dengan kekarantinaan kesehatan, pihak yang berwenang menetapkan kedaruratan kesehatan masyarakat, dan lain sebagainya. Dalam undang-undang tersebut juga menentukan apa saja peraturan pelaksanaan sebagai tindak lanjut ketentuan dalam kekarantinaan kesehatan.

## **2. Prospek dan Potensi Wisata Halal**

Wisata Halal merupakan terminologi baru dan inovasi layanan di sektor pariwisata yang berusaha mengakomodir kebutuhan wisatawan muslim. Kata halal di sini merupakan serapan langsung dari bahasa arab yang artinya diizinkan atau diperbolehkan (El-Gohary, 2015). Wisata halal adalah suatu bentuk penawaran berupa paket tujuan wisata yang didesain secara khusus untuk melayani kebutuhan wisatawan muslim dengan mengeliminasi makanan yang haram, judi, minimal alkohol, dan aktivitas terlarang lainnya. Razalli et. al. (2012) menegaskan bahwa faktor fundamental dalam wisata halal harus diperhatikan meliputi makanan halal, hotel halal, transportasi halal, logistik halal, spa halal, paket wisata halal dan kebutuhan jasa keuangan Islam. Dengan demikian, wisata halal tidak bisa dipandang sebagai entitas tunggal melainkan meliputi entitas yang berkaitan dengan produk dan jasa halal lainnya. Dalam situasi pandemi saat ini sangat penting memperhatikan produk dan jasa yang dikonsumsi. Implementasi gaya hidup halal menjadi pilihan bijak untuk memitigasi risiko tertularnya Virus Covid-19 karena produk dan jasa dengan label halal sangat erat korelasinya atau identik dengan kebersihan dan kesehatan. Hal ini dikonfirmasi oleh Huat (2009) dan Samori et al. (2016) yang menyatakan bahwa produk halal meliputi kebersihan, keamanan, dan kualitas pada seluruh rantai pasoknya.

Thomson Reuters bekerjasama dengan DinarStandard menerbitkan laporan *State of Islamic Economy Global* yang berusaha mengestimasi pengeluaran perjalanan muslim global sebesar \$238 Milyar pada tahun 2019 atau naik sebesar 70% dari pengeluaran perjalanan muslim pada tahun 2013 sebesar \$140 Milyar. Prediksi pengeluaran perjalanan muslim global dibandingkan dengan total pengeluaran global pada tahun 2019 diperkirakan menduduki angka 13%. Angka ini mengalami kenaikan sebesar 1,5% dari rasio perjalanan muslim global dan total pengeluaran global pada tahun 2013 yang hanya tercatat sebesar 11% (Battour, 2017, Hal: 4).

Pew Research Center merilis laporan mengenai proyeksi pertumbuhan populasi berdasarkan kelompok agama (El-Gohary, 2015). Dalam laporan tersebut, disebutkan bahwa dalam rentang waktu periode 2015-2016 pertumbuhan populasi Muslim di dunia akan mengungguli Umat Nasrani sebagai kelompok agama terbesar di dunia saat ini.

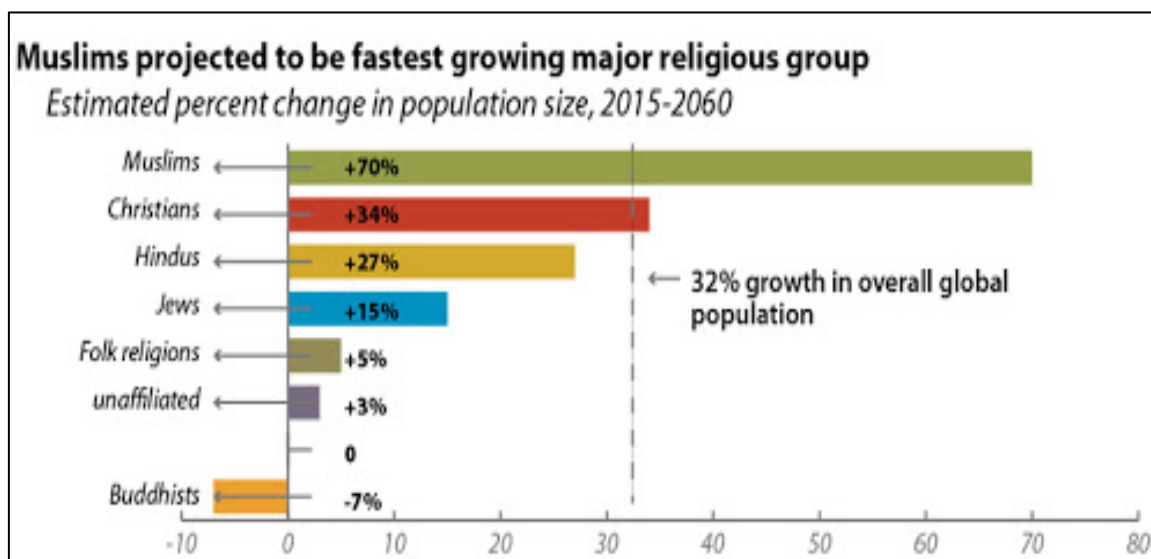


**Gambar 3.** Global Muslim Market  
Sumber: State of the global Islamic economy 2014–2015

Populasi Muslim diprediksi akan mengalami pertumbuhan sebesar 70% dari 1,8 Milyar pada tahun 2015 diproyeksikan mencapai 3 Milyar pada tahun 2060. Tercatat bahwa populasi Muslim tahun 2015 berada pada kisaran 24% dari total populasi penduduk secara global. Sementara jika mengikuti hasil prediksi sebelumnya, maka pada tahun 2016 populasi Muslim dibandingkan dengan total populasi penduduk global akan menduduki 31% atau 1:3 dari total populasi penduduk di dunia. Laporan ini memberikan indikasi dan sinyal positif terhadap seluruh negara di dunia bahwa segmentasi konsumen Muslim menjadi aspek menarik dan krusial untuk dipertimbangkan. Dengan kata lain, keberadaan Muslim sebagai calon kelompok populasi terbesar di dunia sangat komersil dan diperhitungkan sebagai target pasar potensial dalam konteks pemasaran global yang akan menyasar kebutuhan dan keinginan para muslim baik barang ataupun jasa.

Sebagai segmen pasar pariwisata dunia (Vargas-Sánchez and Moral-Moral, 2019), tingkat animo dan partisipasi wisatawan Muslim dalam pengembangan

wisata halal menunjukkan bahwa wisata halal merupakan salah satu *niche market* terbesar dan potensial dalam kemajuan industri pariwisata global yang memberikan peluang yang menjanjikan baik bagi negara-negara Islam maupun non-Islam (Boğan and Sarıışık, 2018). Wajar saja jika saat ini wisata halal merupakan salah satu sektor di industri pariwisata global yang tumbuh dan berkembang dengan pesat sebagaimana laporan dari The World Halal Travel Summit (2015) yang memperkirakan potensi wisata halal melebihi \$230 Miliar pada tahun 2020 (El-Gohary, 2015). Sama halnya dengan negara lain, pemerintah Indonesia meyakini bahwa pengembangan wisata halal merupakan sektor strategis dalam mengakselerasi pertumbuhan ekonomi dan penggerak kunci pengembangan industry halal di Indonesia (Bank Indonesia, 2019). Dalam acara *Halal Tourism Summit* yang digelar pada tahun 2019, Bank Indonesia menyampaikan terdapat 140 juta wisatawan mancanegara yang datang ke Indonesia dan menghabiskan \$35 Miliar untuk belanja atau pengeluaran online pada tahun 2018. Lebih lanjut, Bank Indonesia meramalkan bahwa akan terjadi lonjakan wisatawan muslim mancanegara sebesar 18 juta pengunjung atau tumbuh sekitar 13% pada tahun 2020.



**Gambar 4.** Muslim Projected to be Fastest Growing Major Religious Group

Estimated Percent Change in Population Size

Sumber: Pew Research Center Demographic Projections

Indonesia menjadi salah satu negara yang paling progresif dan tidak ingin menghilangkan momentum dalam mengembangkan Wisata Halal berkelas dunia demi mengantisipasi pertumbuhan wisatawan muslim yang diprediksi oleh Bank

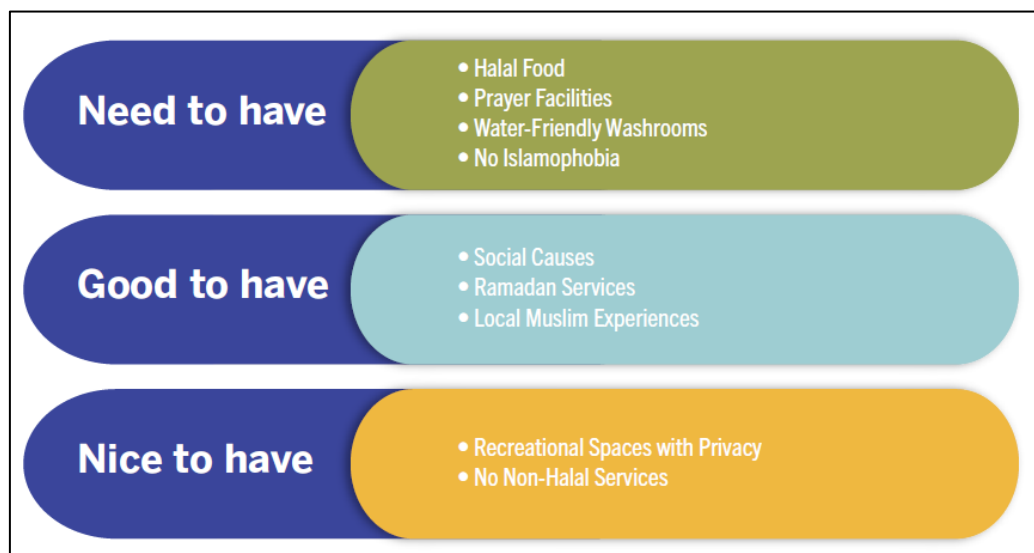
Indonesia mencapai 158 juta jiwa pada tahun 2020 (Bank Indonesia, 2019). Akhirnya kerja keras pemerintah Indonesia membuahkan hasil ketika Lembaga Pemeringkat Dunia Mastercard-Crescent mempublikasi Global Muslim Travel Index (GMTI) dan mengukuhkan Indonesia sebagai destinasi wisata halal terpopuler dunia pada tahun 2019 (Mastercard and CrescentRating, 2019). Dalam penetapan peringkat, Mastercard-Crescent memiliki standar penilaian yang merujuk pada 4 kriteria kunci yaitu Access, Communications, Environment, and Services (ACES). Dari empat kriteria tersebut, faktor komunikasi menjadi kriteria yang mengalami perubahan positif dan signifikan. Alasannya setiap indikator atau sub-kriteria yang mewakili komunikasi meliputi kemudahan komunikasi, kehadiran teknologi digital, dan jangkauan mengalami peningkatan jika dibandingkan pada tahun 2018 (Mastercard and CrescentRating, 2018). Pencapaian ini tidak terlepas dari kemajuan teknologi dan perkembangan sistem informasi yang terus mendorong dan menstimulus lahirnya aplikasi digital sebagai upaya merespon kebutuhan wisatawan dan perbaikan layanan berkelanjutan di era revolusi industri 4.0.

| TOP 10 OIC DESTINATIONS |                |                      |       |        | TOP 10 NON-OIC DESTINATIONS |                |                |       |        |
|-------------------------|----------------|----------------------|-------|--------|-----------------------------|----------------|----------------|-------|--------|
| RANK                    | GMTI 2019 RANK | DESTINATION          | SCORE | CHANGE | RANK                        | GMTI 2019 RANK | DESTINATION    | SCORE | CHANGE |
| 1                       | 1              | Malaysia             | 78    | 0      | 1                           | 10             | Singapore      | 65    | 0      |
| 1                       | 1              | Indonesia            | 78    | 1      | 2                           | 18             | Thailand       | 57    | 0      |
| 3                       | 3              | Turkey               | 75    | 1      | 3                           | 25             | United Kingdom | 53    | 0      |
| 4                       | 4              | Saudi Arabia         | 72    | 1      | 3                           | 25             | Japan          | 53    | 1      |
| 5                       | 5              | United Arab Emirates | 71    | -3     | 3                           | 25             | Taiwan         | 53    | 2      |
| 6                       | 6              | Qatar                | 68    | 0      | 6                           | 29             | South Africa   | 52    | 1      |
| 7                       | 7              | Morocco              | 67    | 3      | 7                           | 31             | Hong Kong      | 51    | -2     |
| 8                       | 8              | Bahrain              | 66    | 0      | 8                           | 34             | South Korea    | 48    | 5      |
| 8                       | 8              | Oman                 | 66    | 1      | 9                           | 36             | France         | 46    | 0      |
| 10                      | 10             | Brunei               | 65    | 1      | 9                           | 36             | Spain          | 46    | 3      |
|                         |                |                      |       |        | 9                           | 36             | Philippines    | 46    | 5      |

**Gambar 5.** Top 10 Destinations – GMTI 2019 Ranking  
Sumber: Mastercard-CrescentRating

Mastercard-CrescentRating secara spesifik mengklasifikasi 3 jenis layanan berdasarkan kebutuhan wisatawan muslim yang terdiri dari Need to have, Good to have, and Nice to have. Dengan kata lain, Need to have mewakili primary needs yang artinya wajib terpenuhi, Good to have merepresentasi secondary needs yang

dianjurkan untuk disediakan dan Nice to have merefleksikan tertiary needs yang bertujuan sebagai pelengkap dan pendukung dari dua kebutuhan sebelumnya. Need to have dibuat untuk memenuhi kebutuhan muslim yang mencakup ketersediaan makanan halal, fasilitas untuk beribadah, kamar mandi yang dilengkapi dengan air bersih, dan jaminan keselamatan dan keamanan saat mengunjungi obyek wisata. Di sisi lain, Good to have dirancang untuk melengkapi kebutuhan wisatawan berkaitan dengan layanan yang berorientasi pada tanggung jawab sosial terhadap lingkungan, layanan saat Bulan Ramadhan, dan pengalaman wisatawan terhadap budaya dan warisan dari komunitas muslim lokal. Sementara Nice to have bertujuan untuk menciptakan paket layanan yang menawarkan lokasi atau area wisata yang bersifat privasi dan memastikan tidak menyediakan layanan kecuali produk dan layanan yang halal. Transformasi layanan digital diharapkan dapat dijadikan sebagai bentuk adaptasi dan inovasi teknologi dalam memasarkan paket wisata halal di era new normal. Lebih lanjut, para pengembang aplikasi juga harus menjamin dan mempromosikan semua layanan yang ditawarkan kepada wisatawan sudah sesuai dengan standar protokol kesehatan yang ditetapkan oleh pemerintah.



**Gambar 6.** Crescentrating Faith-Based Service Needs  
Sumber: Mastercard-CrescentRating

### 3. Potensi Kalangan Millenial dalam Sektor Pariwisata

Tidak dapat dipungkiri, bahwa perkembangan Teknologi Informasi dalam 3 dekade belakang telah membawa manusia berada pada level kualitas hidup yang lebih tinggi melalui kemudahan yang didapat. Hampir seluruh informasi yang diperlukan saat ini dapat disediakan langsung dihadapan kita dengan bantuan Sistem Informasi, seolah – olah *Everything just in one click away*. Saat ini, situasi terkait dengan pariwisata dan teknologi informasi komunikasi berada pada the age of acceleration (Xiang, 2018). Bagi sektor pariwisata, teknologi informasi dan sistem informasi merupakan celah potensial untuk meningkatkan optimalisasi pada perusahaan terkait (Carroll, Caulfield, & Ahern, 2019). Teknologi untuk pengembangan smart tourism muncul dan berkembang di berbagai tempat di dunia (Shafiee, Rajabzadeh Ghatari, Hasanzadeh, & Jahanyan, 2019).

Begitu besarnya pengguna internet saat ini yang difasilitasi oleh *Smartphone* sehingga melahirkan sebuah Generasi Milenial. Sebuah generasi yang 80% eksis di dunia maya, media sosial dan media digital. Kementerian Pariwisata menangkap peluang ini dengan melahirkan sebuah komunitas netizen zaman now yang tertarik dengan pariwisata dan 80% bergerak di sosial media, yaitu GenPI (Generasi Pesona Indonesia) dan GenWI (Generasi Wonderful Indonesia) yang sangat disambut baik oleh Menteri Pariwisata. Dimana GenPI/GenWI adalah generasi milenial dengan basis komunitas yang aktif mempromosikan Pariwisata Indonesia baik melalui blog, vlog atau medsos kepada masyarakat luas. Mereka sangat aktif dan rutin menggunakan jari mereka untuk pariwisata Indonesia. Passion mereka memang di pariwisata, untuk itu setiap hari mempromosikan tema-tema pariwisata di *Instagram, Facebook, Twitter, YouTube, WeChat, Weibo, Line, Path*, dan *platform* medsos lainnya.

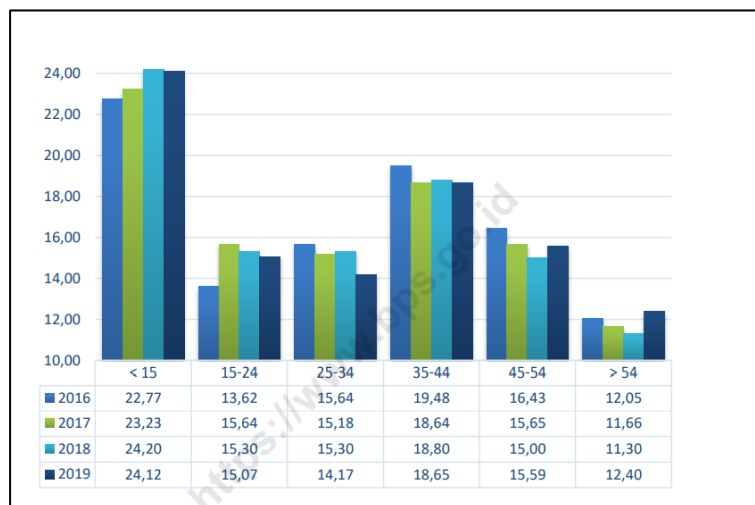
Hasil studi *Singapore Tourism Board* menyatakan bahwa wisatawan milenial lebih suka mencari pengalaman baru, unik, otentik dan personal. Mereka sangat percaya pada ulasan-ulasan wisata terutama pada media sosial. Pada poin inilah wisata berbasis masyarakat bertemu dengan tren pasar. Desain wisata yang mengedepankan keintiman interaksi masyarakat desa dengan para wisatawan serta keunikan desa menjadi daya tarik bagi wisatawan milenial. Masih menurut *Singapore Tourism Board*, wisatawan milenial Indonesia mudah

terpengaruh oleh pengalaman orang lain. Media social-lah yang menjadi media saling mempengaruhi tersebut. Selain media sosial, forum-forum di internet dan situs review wisata menjadi rujukan bagi mereka untuk berkunjung ke sebuah tempat wisata.

Generasi milenial adalah konsumen wisata yang sangat potensial. Selain jumlah yang besar, karakter mereka secara tidak langsung sangat mendukung proses promosi. Karenanya, pengelola wisata dituntut untuk mengikuti keinginan dan harapan mereka. Jika tidak, tentu mereka akan mengabaikan wisata kita. Secara berurutan, generasi milenial paling banyak menggunakan media sosial *youtube*, *facebook* dan *instagram*. Pegiat wisata berbasis masyarakat harus mempelajari karakter dari ketiga media sosial tersebut. Secara teknis, perlu riset media sosial untuk mendapatkan hati para generasi milenial. Hal pertama yang harus dilakukan adalah mencari kata kunci yang berhubungan dengan wisata yang sedang kita kembangkan. Misalnya saat ada penyelenggaraan event pariwisata seperti *Buleleng Festival* tentu penggunaan hastag atau tanda pagar dalam meng-upload sesuatu. Setelah itu perlu mencari akun atau orang-orang yang tertarik dengan karakter wisata yang sedang dikembangkan. Terakhir, mengunggah foto atau video terbaik dengan menyertakan kata kunci dan menandai (*tag*) orang-orang sehingga saat orang lain membuka aplikasi tentu akan menjadi prioritas tampilan dalam halaman awal.

Dilain pihak, Yogyakarta menjadi salah satu wilayah di Indonesia dengan sektor pariwisata yang terdampak pandemi Covid-19. Menurut data dari BPS DIY , dilihat perkembangannya pariwisata sudah mulai tumbuh kembali. Data dari Dinas Pariwisata DIY menunjukkan kunjungan wisatawan mencapai 180 ribu kunjungan selama libur akhir pekan (TribunNews, 2020). Data ini menunjukkan pariwisata DIY semakin membaik. Pada 2021 diperkirakan wisata semakin meningkat karena adanya Keputusan Bersama Menteri Pendidikan dan Kebudayaan, Menteri Agama, Menteri Kesehatan, dan Menteri Dalam Negeri, tentang Panduan Penyelenggaraan Pembelajaran pada Tahun Ajaran 2020/2021 dan Tahun Akademik 2020/2021 di Masa Pandemi Coronavirus Disease 2019 (Covid-19), yang menyatakan kegiatan pembelajaran dapat dilakukan secara *hybrid* yaitu secara luring dan daring. Hal ini tentunya akan meningkatkan kunjungan kelokasi wisata , mengingat banyak sekali

pelajar dari luar DIY yang menuntut ilmu di Yogyakarta. Sektor pariwisata akan dikunjungi oleh para milenial-milenial yang sudah sekitar 10 bulan menetap dirumahnya. Dari data sebaran penduduk yang melakukan perjalanan wisata yang dikumpulkan oleh Badan Pusat Statistik (BPS), generasi milenial memiliki presentase terbanyak melakukan perjalanan wisata yaitu sebesar 39,19% pada tahun 2019, yang terdiri dari kelompok umur < 15 tahun sebesar 24,12 % dan 15-24 tahun sebesar 15,07%.



**Gambar 7.** Sebaran Penduduk yang Melakukan Perjalanan Wisata berdasar kelompok Usia (Sumber : Badan Pusat Statistik, Statistik Wisatawan Nusantara 2019)

Berkembangnya sektor pariwisata nantinya harus diimbangi dengan segala bentuk kebiasaan baru, baik dalam kesehatan maupun berperilaku. Untuk itu maka diperlukan langkah untuk memajukan kembali sektor pariwisata khususnya di Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY). Saat ini pemerintah provinsi DIY sudah membuat langkah untuk membuka tempat-tempat wisata dengan merancang protokol kesehatan. Protokol kesehatan tersebut salah satunya tercantum dalam Peraturan Walikota Yogyakarta Nomor : 51 Tahun 2020. Selain itu sektor pariwisata juga harus mulai merancang tempat wisata yang aman dan nyaman untuk dikunjungi wisatawan. Salah satu factor kenyamanan suatu lokasi wisata adalah tersedianya fasilitas-fasilitas umum seperti tempat ibadah. Masih banyak tempat wisata yang kurang mempertimbangkan fasilitas tersebut, padahal diketahui bahwa

muslim adalah mayoritas di Indonesia. Jadi perlu adanya tindakan untuk membawa tempat wisata kearah *muslim friendly*.

## F. KERANGKA TEORI

### 1. Covid-19

*Covid-19* merupakan penyakit menular yang disebabkan oleh sindrom pernapasan akut coronavirus 2 (*severe acute respiratory syndrome coronavirus 2* atau *SARS-CoV-2*). Virus ini merupakan keluarga besar *Coronavirus* yang dapat menyerang hewan. Ketika menyerang manusia, *Coronavirus* biasanya menyebabkan penyakit infeksi saluran pernafasan, seperti flu, MERS (*Middle East Respiratory Syndrome*), dan SARS (*Severe Acute Respiratory Syndrome*). *Covid-19* sendiri merupakan coronavirus jenis baru yang ditemukan di Wuhan, Hubei, China pada tahun 2019 (Ilmiah, 2020; Hui, et al., 2020). Karena itu, *Coronavirus* jenis baru ini diberi nama Coronavirus disease-2019 yang disingkat menjadi *Covid-19*. *Covid-19* sejak ditemukan menyebar secara luas. hingga mengakibatkan pandemi global yang berlangsung sampai saat ini. Gejala *Covid-19* umumnya berupa demam 38°C, batuk kering, dan sesak nafas serta dampak paling buruk untuk manusia ialah kematian. Cara pencegahan yang terbaik adalah dengan menghindari faktor- faktor yang bisa menyebabkan Anda terinfeksi virus ini, yaitu:

- 1) Terapkan *physical distancing*, yaitu menjaga jarak minimal 1 meter dari orang lain, dan jangan dulu ke luar rumah kecuali ada keperluan mendesak.
- 2) Gunakan masker saat beraktivitas di tempat umum atau keramaian, termasuk saat pergi berbelanja bahan makanan.
- 3) Rutin mencuci tangan dengan air dan sabun atau hand sanitizer yang mengandung alkohol minimal 60%, terutama setelah beraktivitas di luar rumah atau di tempat umum.
- 4) Jangan menyentuh mata, mulut, dan hidung sebelum mencuci tangan.
- 5) Tingkatkan daya tahan tubuh dengan pola hidup sehat.
- 6) Hindari kontak dengan penderita *Covid-19*, orang yang dicurigai positif terinfeksi virus Corona, atau orang yang sedang sakit demam, batuk, atau pilek.
- 7) Tutup mulut dan hidung dengan tisu saat batuk atau bersin, kemudian buang tisu ke tempat sampah.

- 8) Jaga kebersihan benda yang sering disentuh dan kebersihan lingkungan, termasuk kebersihan rumah.

## **2. *New Normal***

*New Normal* adalah tatanan hidup sesuai protokol kesehatan untuk mencegah virus corona (Covid-19). Untuk itu dikeluarkanlah panduan lengkap *New Normal*. Hal itu tertuang dalam Keputusan Menteri Kesehatan nomor HK.01.07/MENKES/328/2020 tentang Panduan Pencegahan dan Pengendalian Covid-19 di Tempat Kerja Perkantoran dan Industri dalam Mendukung Keberlangsungan Usaha pada Situasi Pandemi.

Demi mengatasi penyebaran Covid-19 dan melangsungkan kehidupan, Pemerintah Indonesia memperkenalkan konsep *new normal* atau suatu paradigma yang dapat dipahami sebagai sebuah bentuk penyesuaian baru dalam tatanan kehidupan. *New normal* tidak diartikan sebagai keadaan menyerah atau pasrah dalam berjuang memerangi *covid-19*, sebaliknya *new normal* adalah solusi bagi masyarakat dapat beraktivitas dan melangsungkan kehidupan dengan syarat mematuhi protokol kesehatan yang ekstra ketat karena vaksin untuk *Covid-19* belum ditemukan hingga saat ini. Serangkaian protokol kesehatan harus dijalankan pada *new normal* yang selanjutnya dinamakan sebagai formula “empat sehat, lima sempurna” yaitu: (1) mengenakan masker, (2) menjaga jarak, (3) membiasakan cuci tangan, (4) istirahat yang cukup dan tidak panik, serta (5) makan makanan bergizi untuk meningkatkan sistem imunitas tubuh (Fajar, 2020). Melalui kebijakan *new normal* yang dirancang secara bertahap dan melalui proses pengawasan yang ketat, kegiatan ekonomi akan kembali aktif termasuk termasuk pembukaan obyek atau destinasi wisata bagi para wisatawan yang ingin berlibur setelah melakukan isolasi diri di rumah. Dalam kondisi transisi menuju *new normal*, penggunaan teknologi digital menjadi keputusan strategis yang bisa diandalkan dalam mendukung dan mensukseskan promosi wisata halal khususnya di Indonesia dengan tetap mengutamakan skema kebijakan *new normal*.

### **3. Halal Tourism**

Wisata halal adalah suatu bentuk penawaran berupa paket tujuan wisata yang didesain secara khusus untuk melayani kebutuhan wisatawan muslim dengan mengeliminasi makanan yang haram, judi, minimal alkohol, dan aktivitas terlarang lainnya (Halbase, 2020). Hal ini perlu ditegaskan mengingat masih ada yang salah kaprah dalam mengartikan konsep wisata halal secara utuh. Buktinya beberapa daerah seperti Bali (BaliTravelNews, 2019) dan Danau Toba Sumatera Utara (Halaal Quest, 2019) menolak gagasan implementasi wisata halal. Dikhawatirkan penerapan wisata halal akan mengubah adat dan budaya menjadi menjadi syariat islam. Padahal, wisata halal yang menjadi layanan wisata menjadi inklusif dan akomodatif karena menyediakan layanan yang ramah untuk wisatawan muslim.

El Gohary (2015) menegaskan bahwa wisata islam dan wisata halal adalah dua entitas yang berbeda. Aji et al. (2020) mendefinisikan wisata Islam sebagai perjalanan ke suatu objek tertentu dengan atribut Islam yang dominan, dilakukan secara sengaja oleh muslim untuk memperkuat doktrin dan keyakinan agama mereka. Lebih lanjut, Kawsar dan Rashid (2019) menyebutkan bahwa wisata Islam adalah perjalanan spiritual yang dilakukan oleh umat muslim. Contoh yang paling tepat untuk menggambarkan wisata Islam adalah perjalanan ke Mekkah dan Madinah untuk menunaikan ibadah haji dan umrah (Eid dan El-Gohary, 2014; Rahman et al., 2017).

Sementara itu, Battour dan Ismail (2016) menambahkan bahwa wisata halal merupakan objek atau aktivitas wisata yang diperbolehkan menurut syariat Islam untuk dikonsumsi oleh umat Islam dalam industri pariwisata. Dengan kata lain wisata halal berusaha memenuhi kebutuhan wisatawan muslim mulai dari penyediaan tempat ibadah, restoran yang menghidangkan makanan halal, hingga hotel atau penginapan yang beroperasi sesuai dengan prinsip syariah.

### **4. Perkembangan Pariwisata di Yogyakarta dan Wisata Halal**

Dinas Pariwisata Provinsi DIY mencatat pertumbuhan wisatawan mancanegara naik sebesar 25% dan 14% untuk wisatawan nusantara selama periode 2016-2018. Lebih lanjut, Badan Pusat Statistik (BPS) DIY (2019) juga menambahkan bahwa jumlah wisatawan mancanegara mengalami tren positif atau naik sebesar 19% pada

Februari 2019 atau memperoleh tambahan sebesar 1.538 pengunjung jika dibandingkan dengan Januari 2019. Hasil ini mengindikasikan bahwa DIY masih dipercaya oleh wisatawan sebagai salah satu destinasi wisata favorit di Indonesia.

Indonesia menjadi salah satu negara yang paling progresif dan tidak ingin menghilangkan momentum dalam mengembangkan Wisata Halal berkelas dunia demi mengantisipasi pertumbuhan wisatawan muslim yang diprediksi oleh Bank Indonesia mencapai 158 juta jiwa pada tahun 2020 (Bank Indonesia, 2019). Akhirnya kerja keras pemerintah Indonesia membuahkan hasil ketika Lembaga Pemeringkat Dunia Mastercard-Crescent mempublikasi Global Muslim Travel Index (GMTI) dan mengukuhkan Indonesia sebagai destinasi wisata halal terpopuler dunia pada tahun 2019 (Mastercard and CrescentRating, 2019). Dalam penetapan peringkat, Mastercard-Crescent memiliki standar penilaian yang merujuk pada 4 kriteria kunci yaitu Access, Communications, Environment, and Services (ACES). Dari empat kriteria tersebut, faktor komunikasi menjadi kriteria yang mengalami perubahan positif dan signifikan. Alasannya setiap indikator atau sub-kriteria yang mewakili komunikasi meliputi kemudahan komunikasi, kehadiran teknologi digital, dan jangkauan mengalami peningkatan jika dibandingkan pada tahun 2018 (Mastercard and CrescentRating, 2018). Pencapaian ini tidak terlepas dari kemajuan teknologi dan perkembangan sistem informasi yang terus mendorong dan menstimulus lahirnya aplikasi digital sebagai upaya merespon kebutuhan wisatawan dan perbaikan layanan berkelanjutan di era revolusi industri 4.0.

## **G. METODE PENELITIAN**

### **1. Obyek Penelitian**

Penelitian dilaksanakan pada tempat pariwisata dan Kalangan Millennial di provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta.

### **2. Data Penelitian**

- Data Primer : Data yang dibutuhkan adalah tempat-tempat pariwisata di provinsi DIY, aturan penerapan protocol kesehatan dan aturan penerapan wisata halal, sumberdaya yang tersedia, serta data hasil pengolahan kuesioner terkait Gaya Hidup Halal dalam Sektor Pariwisata, dll

- Data Sekunder : Data yang dibutuhkan adalah kriteria yang harus dipenuhi dalam penerapan protokol kesehatan pasca *Covid-19*, serta kriteria yang harus dipenuhi dalam aturan penerapan konsep wisata halal. (Didapat dari studi literatur, dan FGD)

### 3. Pengumpulan Data

#### a) *Observasi*

Pada tahap observasi ini output yang dihasilkan adalah mengetahui sejauh mana pengelola wisata memahami aturan protocol kesehatan dan aturan penerapan wisata halal

#### b) *Wawancara dan FGD online*

Wawancara dan FGD online dilakukan pada Stakeholder pariwisata (termasuk wisata halal) seperti: pengurus Majelis Ulama Indonesia (MUI), pengelola tempat pariwisata di DIY, dan Dinas Pariwisata DIY, perwakilan agen / travel pariwisata, dan perwakilan wisatawan.

#### c) *Kuesioner*

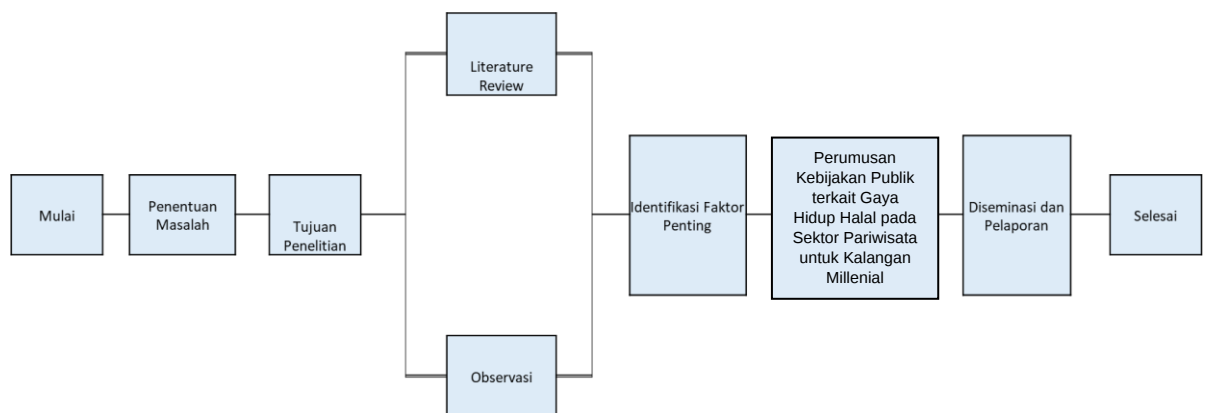
Kuesioner ditujukan pada kalangan milenial di propinsi DIY terkait Gaya Hidup Halal dalam sektor pariwisata

#### d) *Literature Riview*

Tahapan ini berupa kajian terhadap berbagai aturan dan ketentuan terkait protokol kesehatan pasca *Covid-19* (New Normal) dan Konsep Wisata Halal, serta sumber rujukan lain yang terkait obyek penelitian.

### 4. Alur Penelitian

Berikut adalah alur penelitian yang diusulkan :



Gambar 8. Alur Penelitian

### **5. Identifikasi Faktor Penting**

Tahap identifikasi ini, peneliti akan menganalisa faktor-faktor apa yang menjadi Kriteria utama dalam penerapan gaya Hidup Halal pada sektor Pariwisata serta keterkaitan antara Wisata Halal dan Protokol Kesehatan Covid-19.

### **6. Perumusan Kebijakan Publik tentang gaya Hidup Halal dan Sektor Pariwisata bagi Kalangan Millenial**

Setelah Kriteria / Faktor Penting penilaian sudah diidentifikasi, langkah selanjutnya merumuskan Studi Kebijakan terkait upaya pemasyarakatan atau *awareness* Gaya Hidup Halal dalam sektor Pariwisata untuk kalangan Millenial, Selain itu juga akan ditentukan media yang sesuai untuk melakukan diseminasi kebijakan publik tersebut sistem informasi.

### **7. Diseminasi dan Pelaporan**

Dalam tahap ini peneliti akan membuat laporan penelitian, dan melakukan diseminasi kepada pihak-pihak yang berkepentingan. Selain itu juga akan dilakukan Publikasi dalam Jurnal Nasional ber-ISSN (Sesuai ketentuan) atau dipublikasikan melalui kegiatan Seminar Nasional / sejenis.

## **H. LUARAN PENELITIAN DAN RENCANA PUBLIKASI**

Dalam penelitian ini, beberapa luaran atau output yang diharapkan adalah :

1. Daftar Kriteria – kriteria penting yang harus dipenuhi oleh sektor pariwisata (Tempat Wisata) agar sesuai dengan protokol kesehatan pasca *Covid-19 (New Normal)*. agar sesuai dengan konsep wisata halal (*Halal Tourism Criteria*).
2. Identifikasi faktor – faktor utama dalam gaya hidup Halal dalam bidang Pariwisata
3. Rekomendasi Kebijakan Publik terkait peningkatan *awareness* gaya hidup halal pada sektor pariwisata untuk kalangan Millenial serta usulan media yang sesuai untuk melakukan diseminasi publik tersebut.
4. Diseminasi dan Publikasi hasil penelitian kepada *Stakeholder* sektor pariwisata melalui kegiatan FGD dan Jurnal Ilmiah Nasional ber-ISSN (sesuai ketentuan) atau Kegiatan Seminar Nasional/sejenis.

## I. DAFTAR PUSTAKA

- Aji, H.M., I. Muslichah, dan C. Seftyono. 2019. The Determinants of Muslim Travellers' Intention to Visit Non-Islamic Countries: A Halal Tourism Implication. *Journal of Islamic Marketing*.
- Amri, Andi. 2020. Dampak Covid-19 Terhadap UMKM Di Indonesia. *Jurnal Brand*, Vol.2 No.1, 123-130.
- Ardhia, Dwi, dkk. 2020. Penerapan Protokol Kesehatan dan Dampak Covid-19 Terhadap Harga Komoditas Perikanan dan Aktivitas Penangkapan. *Indonesian Journal of Applied Science and Technology*, vol.1 No.2, 2020, 80-87.
- Badan Pusat Statistik Daerah Istimewa Yogyakarta. 2019. Berita Resmi Statistik: Perkembangan Pariwisata dan Transportasi Udara Daerah Istimewa Yogyakarta Februari 2019. No. 22/04/34/Th.XXI.
- Bank Indonesia (2019) *Halal Tourism Key Driver of Halal Industry in Indonesia*. Available at: <https://www.bi.go.id/en/ruang-media/info-terbaru/Pages/Wisata-Halal-Penggerak-Utama-Industri-Halal-Indonesia.aspx> (Accessed: June 17, 2020).
- Battour, M. and Ismail, N.M. 2016, Halal Tourism: Concepts, Practises, Challenges and Future, *Tourism Management Perspectives*, Vol. 19, pp. 150-154.
- Carroll, P., Caulfield, B., & Ahern, A. (2019). Modelling the potential benefits of increased active travel. *Transport Policy*, 79, 82–92. <https://doi.org/10.1016/j.tranpol.2019.04.020>
- Eid, R. 2013. Integrating Muslim Customer Perceived Value, Satisfaction, Loyalty and Retention in The Tourism Industry: An Empirical Study. *International Journal of Tourism Research*, Vol. 17, pp. 249-260.
- Eid, R. and El-Gohary, H. 2014, Muslim Tourist Perceived Value in The Hospitality and Tourism Industry, *Journal of Travel Research*, Vol. 54 No. 6, pp. 774-787.
- El-Gohary, H. 2015. Halal tourism, Is It Really Halal? *Tourism Management Perspectives*, Vol. 19 No. B, pp. 124-130.
- Engelke, T., Becker, M., Wuest, H., Keil, J., & Kuijper, A. (2013). MobileAR Browser – A generic architecture for rapid AR-multi-level development. *Expert Systems with Applications*, 40(7), 2704–2714. <https://doi.org/10.1016/J.ESWA.2012.11.003>

- Fajar, W. H. (2020) *President Announces New Normal Policy to Coexist with the Coronavirus*. Available at:  
<https://indonesia.go.id/ragam/komoditas/ekonomi/mengenal-konsep-new-normal>  
(Accessed: June 17, 2020).
- <http://bali-travelnews.com/2019/04/16/dont-apply-halal-tourism-in-bali/> (Accessed: July 18, 2020).
- <https://halaalquest.com/2019/09/09/indonesias-halal-tourism-plans-for-lake-toba-faces-resistance/> (Accessed: July 18, 2020).
- <https://jogja.antaranews.com/berita/410494/pariwisata-berkontribusi-terbesar-pada-pertumbuhan-ekonomi-di-yogyakarta> (Accessed: July 17, 2020).
- <https://jogja.idntimes.com/business/economy/holy-kartika/ini-5-strategi-bank-indonesia-dorong-pertumbuhan-ekonomi-yogyakarta/5> (Accessed: July 17, 2020).
- <https://jogja.tribunnews.com/2016/10/17/wisatawan-domestik-sumbang-pendapatan-diy-rp-72-triliun> (Accessed: July 17, 2020).
- <https://jogja.tribunnews.com/2019/01/02/pariwisata-berikan-kontribusi-sebesar-23-persen-ke-pad-sleman> (Accessed: July 17, 2020).
- <https://jogja.tribunnews.com/2019/11/05/jumlah-kunjungan-wisatawan-di-kota-yogyakarta-terus-alami-peningkatan-tiap-tahun> (Accessed: July 17, 2020).
- <https://setkab.go.id/5-tahun-dikembangkan-indonesia-raih-peringkat-pertama-wisata-halal-dunia-2019/> (Accessed: July 17, 2020).
- Huat, T.L. 2009. Straight Talk: Tapping The Huge Halal Business, available at:  
<http://203.115.229.228/edgemyjoomla/commentary/155833-straight-talk-tapping-the-hugeHalal-business.html>.
- Jogiyanto HM, 1999. Analisis dan Disain Informasi: Pendekatan Terstruktur Teori dan Praktek Aplikasi Bisnis. Andi Offset. Yogyakarta
- Kawsar, M.J. and Rashid, T. 2019. Islamic Customer Relationship Marketing (ICRM) and Inspirations for Religious Tourism in Jamal, A., Raj, R. and Griffin, K. (Eds). Islamic Tourism: Management of Travel Destinations, CABI, Oxfordshire, pp. 78-90.
- Lee, Y., Pennington-Gray, L., & Kim, J. (2019). Does location matter? Exploring the spatial patterns of food safety in a tourism destination. *Tourism Management*, 71, 18–33. <https://doi.org/10.1016/J.TOURMAN.2018.09.016>

- Liu, J., Wang, C., Fang, S., & Zhang, T. (2019). Scale development for tourist trust toward a tourism destination. *Tourism Management Perspectives*, 31, 383–397. <https://doi.org/10.1016/J.TMP.2019.07.001>
- Mastercard and CrescentRating (2018) “Global Muslim Travel Index Report,” (April). doi: 10.1287/mnsc.2015.2270.
- Mastercard and CrescentRating (2019) “Global Muslim Travel Index 2019,” (April), pp. 01–63. Available at: <https://www.crescentrating.com/halal-muslim-travel-market-reports.html>.
- Nugroho, Isfauzi Hadi, dan Yulianto, Dema.2020. Penerapan Disiplin Protokol Kesehatan di Era Kenormalan Baru Pada Dunia PAUD. *Jurnal Al-Hikmah*, vol.8 no.1, 150-156.
- Polat, N., & Hermans, E. (2016). A model proposed for sustainable accessible tourism (SAT). *Tékhne*, 14(2), 125–133. <https://doi.org/10.1016/J.TEKHNE.2016.11.002>
- Rahman, M.K., Zailani, S. and Musa, G. 2017. What Travel Motivational Factors Influence Muslim Tourists Towards MMITD? *Journal of Islamic Marketing*, Vol. 8 No. 1, pp. 1-24.
- Robert A. Szymanski, 1995. *Computer and Information Systems* 1th Edition. Prentice Hall College Div. United States.
- Samori, Z., Md Salleh, N.Z. and Khalid, M.M. 2016. Current Trends on Halal Tourism: Cases on Selected Asian Countries. *Tourism Management Perspectives*, Vol. 19, pp. 131-136.
- Shafiee, S., Rajabzadeh Ghatari, A., Hasanzadeh, A., & Jahanyan, S. (2019). Developing a model for sustainable smart tourism destinations: A systematic review. *Tourism Management Perspectives*, 31, 287–300. Retrieved from <https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S2211973619300698>
- Taufik, dan Warsono, Hardi.2020. Birokrasi Baru Untuk New Normal: Tinjauan Model Perubahan Birokrasi dalam Pelayanan Publik di Era Covid-19. *Jurnal Ilmu Administrasi Publik*.
- Telaumbanua, Dalinama.2020. Urgensi Pembentukan Aturan Terkait Pencegahan Covid-19 di Indonesia. *Qalamuna-Jurnal Pendidikan, Sosial, dan Agama*, vol,12 no.1,59-70.

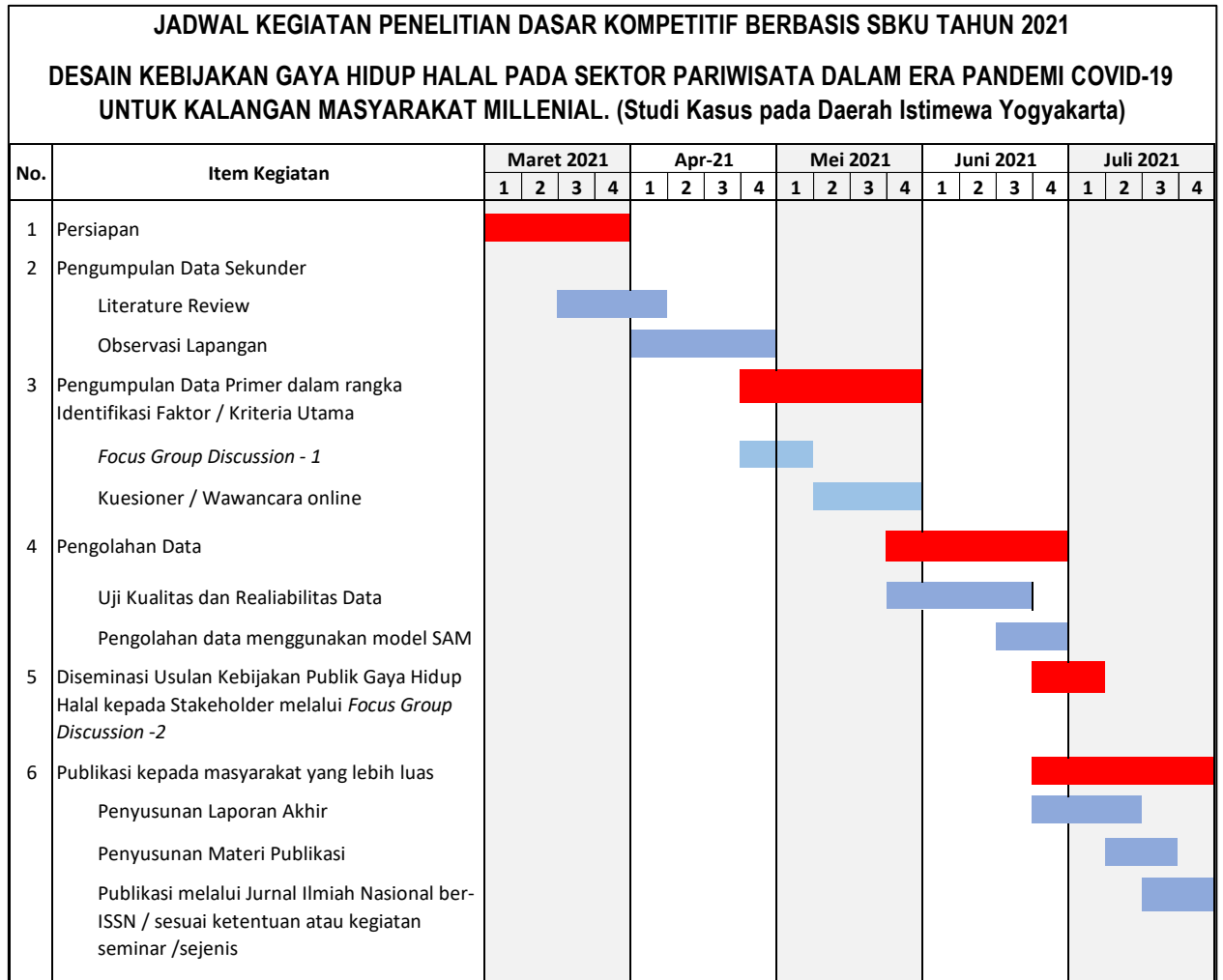
- Xiang, Z. (2018). From digitization to the age of acceleration: On information technology and tourism. *Tourism Management Perspectives*, 25(September), 147–150.
- Yang, S.-Y., & Hsu, C.-L. (2016). A location-based services and Google maps-based information master system for tour guiding. *Computers & Electrical Engineering*, 54, 87–105. <https://doi.org/10.1016/J.COMPELECENG.2015.11.020>
- Zheng, W., Ji, H., Lin, C., Wang, W., & Yu, B. (2020). Using a heuristic approach to design personalized urban tourism itineraries with hotel selection. *Tourism Management*, 76, 103956. <https://doi.org/10.1016/J.TOURMAN.2019.103956>

## J. JADWAL PENELITIAN

Secara umum, penelitian ini akan dilaksanakan dalam waktu 5 Bulan, yaitu dimulai bulan Maret 2021 sampai dengan Bulan Juli 2021. Rangkaian aktifitas dalam penelitian ini dibagi dalam 6 (enam) kelompok kegiatan yaitu :

1. Persiapan
2. Pengumpulan Data Sekunder, yang meliputi aktifitas *Literature Review* dan Observasi Lapangan
3. Pengumpulan Data Primer dalam rangka Identifikasi Faktor / Kriteria Utama, terdiri dari : Focus Group Discussion – 1, Kuesioner / Wawancara online.
4. Pengolahan Data baik dari hasil FGD maupun dari kuesioner kalangan Millennial terkait persepsi dan penentuan faktor utama dalam Gaya Hidup Halal sektor Pariwisata.
5. Diseminasi Usulan / Rekomendasi Usulan Kebijakan Publik terkait Gaya Hidup Halal dalam sektor Pariwisata untuk kalangan Millennial kepada Stakeholder melalui Focus Group Discussion -2
6. Publikasi kepada masyarakat yang lebih luas, yang terdiri dari aktifitas : Penyusunan Laporan Akhir, Penyusunan Materi Publikasi, Publikasi melalui Jurnal Ilmiah Nasional ber-ISSN / sesuai ketentuan atau kegiatan seminar / sejenis

Untuk durasi waktu dari setiap item kegiatan, dapat disampaikan dalam gambar dibawah ini :



Gambar 9. Jadwal kegiatan penelitian yang diusulkan

## K. ANGGARAN

Total anggaran yang diajukan untuk penelitian ini adalah Rp. 50.000.00,00 (Lima Puluh Juta Rupiah) dengan rincian sebagai berikut :

**RENCANA ANGGARAN BIAYA**  
**PENELITIAN KOMPETITIF BERBASIS SBKU TAHUN 2021**  
**PUSLITBANG BIMAS AGAMA DAN LAYANAN KEAGAMAAN**

| NO       | NAMA BARANG                          | SPESIFIKASI          | KUANTITAS | FREKUENSI | HARGA SATUAN | JUMLAH            | SPJ |
|----------|--------------------------------------|----------------------|-----------|-----------|--------------|-------------------|-----|
| <b>A</b> | <b>Belanja Langsung Personil</b>     |                      |           |           |              |                   |     |
|          | <b>1 Tenaga Pelaksana</b>            |                      |           |           |              |                   |     |
|          | Honorarium Tim Peneliti              | Sekretariat Peneliti | 3 Orang   | 3 Bln     | 300,000      | 2,700,000         |     |
|          |                                      | Pengolah Data        | 1 Orang   | 1 Keg     | 1,540,000    | 1,540,000         |     |
|          |                                      | Surveyor             | 4 Orang   | 10 OH     | 80,000       | 3,200,000         |     |
|          | <b>2 Tenaga Pendukung</b>            |                      |           |           |              |                   |     |
|          | FGD Penentuan Faktor Wisata Hallal   | Narasumber           | 5 Orang   | 3 Jpl     | 900,000      | 13,500,000        |     |
|          | FGD Desain Kebijakan Wisata Hallal   | Narasumber           | 5 Orang   | 3 Jpl     | 900,000      | 13,500,000        |     |
|          | Biaya Perjalanan Survey              | Uang Harian          | 6 Orang   | 10 OH     | 170,000      | 10,200,000        |     |
|          |                                      |                      |           |           |              |                   |     |
| <b>B</b> | <b>Belanja Langsung Non Personil</b> |                      |           |           |              |                   |     |
|          | Biaya Perjalanan Survey              | Akomodasi            | 10 Paket  | 1 Keg     | 500,000      | 5,000,000         |     |
|          | ATK dan Penjilidan                   | ATK                  | 1 Paket   | 1 Keg     | 150,000      | 150,000           |     |
|          |                                      | Penjilidan           | 1 Paket   | 1 Keg     | 210,000      | 210,000           |     |
|          | <b>JUMLAH</b>                        |                      |           |           |              | <b>50,000,000</b> |     |
|          | <b>PPN</b>                           |                      |           |           |              |                   |     |
|          | <b>NILAI</b>                         |                      |           |           |              |                   |     |

Catatan :

RAB merujuk pada Standar Biaya Keluaran PMK Nomor 112 Tahun 2020

Gambar 10. RAB yang diusulkan untuk kegiatan penelitian

**L. ANGGOTA PENELITI**

Ketua : Arya Wirabhuna, S.T, M.Sc

Anggota : 1.Izra Berakon, S.E.I, M.Sc

2.Trio Yonathan Teja Kusuma, S.T, M.T.

# DAFTAR RIWAYAT HIDUP



## PERSONAL

- Nama : Ir. Arya Wirabhuana, S.T, M.Sc, CMPM
- Tempat/ tanggal lahir : Sragen / 27 Januari 1977
- NIP (jika ada) : 19770127 200501 1 002
- Pangkat/ Gol. Ruang : Penata/ III-c
- Jabatan : Lektor
- Unit Organisasi : Fakultas Sains dan Teknologi  
UIN Sunan Kalijaga - Yogyakarta
- Alamat rumah : Perum Muslim Darussalam III,  
Wedomartani Ngemplak Sleman  
Yogyakarta 55584
- Telp/HP : 081225057511
- Email : [arya.wirabhuana@uin-suka.ac.id](mailto:arya.wirabhuana@uin-suka.ac.id)

## PENDIDIKAN FORMAL

| Tahun | Jenjang / Program Studi / Institusi                                   |
|-------|-----------------------------------------------------------------------|
| 2000  | S1 / Teknik Industri / Universitas Islam Indonesia                    |
| 2006  | S2 / Industrial Computing & Modelling / Universiti Teknologi Malaysia |
| 2020  | Profesi / Profesi Insinyur / Universitas Gadjah Mada                  |

## PENGALAMAN KERJA

| Tahun        | Jabatan / Bidang Pekerjaan                                 |
|--------------|------------------------------------------------------------|
| 2005 - Skrng | Dosen pada Fakultas Sains dan Teknologi UIN Sunan Kalijaga |
| 2019 - 2020  | Sekretaris Dewan Pengawas UIN Sunan Kalijaga               |
| 2016 - 2019  | PPK Proyek SBSN – UIN Sunan Kalijaga                       |
| 2011 - 2015  | Ketua Prodi Teknik Industri UIN Sunan Kalijaga             |
| 2007 - 2011  | Ketua UPT Laboratorium Terpadu UIN Sunan Kalijaga          |

## PENELITIAN DAN ARTIKEL LAIN YANG DITERBITKAN

| Tahun | Judul Penelitian                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|-------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 2020  | The effect of the polishing process and sorgum type (brown and white) on the content of crackers nutrition. Proceedings of The 4 <sup>th</sup> International Conference on Agriculture and Life Science . University of Jember, October 2020                                          |
| 2019  | Digital Anthropometer Development for Improving the Measurement Quality of Human Body Dimensions. Tingkat Nasional. Anggota (Kelompok). DOI : 10.14421/biomedich.2019.82.27-32. Vol. 8 No. 2 Th. 2019. ISSN : 2540-9328 . pp : 27-32. Biology, Medicine, & Natural Product Chemistry. |



2017 Indonesia's Electricity Demand Dynamic Modelling. OP Conf. Series: Materials Science and Engineering 215(2017) 012026 doi:10.1088/1757-899X/215/1/012026

## PENELITIAN YANG TIDAK DITERBITKAN

| Tahun | Judul Penelitian                                                                                                                                                                                                                                  |
|-------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 2020  | Inovasi Sistem Informasi Pariwisata Guna Mendukung Protokol Kesehatan Pasca Covid-19 dan Wisata Halal di Daerah Istimewa Yogyakarta                                                                                                               |
| 2019  | Desain Pengembangan Sistem Produksi Guna Peningkatan Daya Saing Industri Kerajinan Logam Tembaga untuk Peningkatan Taraf Hidup Pengrajin di Daerah Saptosari Gunung Kidul. Tingkat Lokal (PT / Sekolah). Ketua (Mandiri).                         |
| 2018  | Peningkatan Kualitas Air Bersih Konsumsi Rumah Tangga Bagi Masyarakat yang Terdampak Limbah dan Lingkungan dengan Kualitas Air yang Buruk melalui Perancangan Alat Pemurnian Air dengan Teknologi Tepat Guna. Tingkat Nasional. Ketua (Kelompok). |
| 2016  | Pemodelan Sistem Industri Terigu Nasional dengan Pendekatan Simulasi sistem Dinamis.                                                                                                                                                              |
| 2015  | Perancangan Prototipe Alat Bantu Kerja dengan Pendekatan QFD dan Biomekanika pada Peningkatan Produktifitas dan Keselamatan Kerja pada Industri Pengolahan Kayu.                                                                                  |



# DAFTAR RIWAYAT HIDUP



## PERSONAL

- Nama : Izra Berakon, M.Sc.
- Tempat/tanggal lahir : Binjai, 27 September 2020
- NIP (jika ada) : 199009272018011001
- Pangkat/Gol. Ruang : Penata Muda Tk. I (III/b)
- Jabatan : Asisten Ahli
- Unit Organisasi : UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
- Alamat rumah : Jogokariyan MJ III/592 Mantrijeron Yogyakarta (DIY)
- Telp/HP : 085743783046
- Email : izra.berakon@uin-suka.ac.id

## PENDIDIKAN FORMAL

| Tahun | Jenjang / Program Studi / Institusi  |
|-------|--------------------------------------|
| 2008  | S1 Keuangan Islam UIN Sunan Kalijaga |
| 2014  | S2 Manajemen Universitas Gadjah Mada |

## PENGALAMAN KERJA

| Tahun | Jabatan / Bidang Pekerjaan                                                                                                                                               |
|-------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 2015  | Asisten Direktur Penyusun Laporan Akhir Survei Kepuasan Pengguna Layanan Kementerian Keuangan Universitas Gadjah Mada                                                    |
| 2016  | Dosen Tetap (Non-PNS) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta                                                                                    |
| 2016  | <i>Reporting Specialist</i> Pembangunan Gedung FEBI UIN Sunan Kalijaga dengan Skema Surat Berharga Syariah Negara (SBSN) Kerjasama antara Bapenas, Kemenag, dan Kemenkeu |
| 2018  | Dosen Tetap (PNS) Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta                                                                                        |

## PENELITIAN DAN ARTIKEL LAIN YANG DITERBITKAN

| Tahun | Judul Penelitian                                                                                                                                                                                          |
|-------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 2017  | E-Payment: Inovasi Layanan Penghimpunan dan Redistribusi Wakaf Uang Berbasis Online dalam Percepatan Pembangunan Ekonomi Indonesia                                                                        |
| 2017  | Forecasting The Potential Role of Cash Waqf As A Islamic Social Fund in Eradicating Poverty And Improving Social Welfare: The Use of Weighted Moving Average Method Study at Special Region of Yogyakarta |
| 2020  | The Effects of Subjective Norm and Knowledge About Riba on Intention to Use E-Money in Indonesia                                                                                                          |
| 2020  | Covid-19 and E-Wallet Usage Intention: A Multigrup Analysis Between Indonesia and Malaysia                                                                                                                |



## PENELITIAN YANG TIDAK DITERBITKAN

| Tahun | Judul Penelitian                                                                                                                                                                                          |
|-------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 2018  | Mitigasi Resiko Stres: Pengujian Pemberian Reward dan Tingkat Religiusitas Sebagai Variabel Pemoderasi Menggunakan Moderated Regression Analysis (MRA)                                                    |
| 2018  | Elaborasi Islamic Values Dalam Perusahaan: Bagaimana Dampak Implementasi Budaya Kerja Islami Dalam Membentuk Etos Kerja Sebagai Upaya Peningkatan Kinerja Sumber Daya Insani Yang Berkualitas Umkm Di DIY |
| 2018  | Peran dan Eksistensi Pemuda Sebagai Akselerator Menuju Indonesia Sejahtera Melalui Ekonomi Digital                                                                                                        |
| 2019  | Waqf Linked Sukuk: Sinergi Pemerintah, Badan Wakaf Indonesia, Dan Bank Syariah Dalam Menciptakan Inovasi Keuangan Syariah Berdimensi Sosial Dan Spiritual                                                 |



# DAFTAR RIWAYAT HIDUP



## PERSONAL

- Nama : Trio Yonathan Teja Kusuma
- Tempat/tanggal lahir : Pemalang, 15 Juli 1989
- NIP (jika ada) : 198907152015031007
- Pangkat/Gol. Ruang : Penata/IIIc
- Jabatan : Lektor
- Unit Organisasi : UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta
- Alamat rumah : Nyemengan, Tirtonirmolo, Kasihan, Btl
- Telp/HP : 081391000052
- Email : trio.yonathan@gmail.com

## PENDIDIKAN FORMAL

| Tahun | Jenjang / Program Studi / Institusi     |
|-------|-----------------------------------------|
| 2013  | S2/Teknik Industri/ UII                 |
| 2011  | S1/Teknik Industri/ UIN Sunan Kalijaga  |
| 2007  | SMA/Teknologi Industri/ SMTI Yogyakarta |
| ..... | .....                                   |

## PENGALAMAN KERJA

| Tahun     | Jabatan / Bidang Pekerjaan                            |
|-----------|-------------------------------------------------------|
| 2020      | Kepala Pusat Pengabdian Masyarakat UIN Sunan Kalijaga |
| 2020      | Asesor Kompetensi BNSP                                |
| 2018-2020 | Sekretari Prodi Teknik Industri UIN Sunan Kalijaga    |
| 2014-2018 | Dosen Prodi Teknik Industri UIN Sunan Kalijaga        |
| 2011-2013 | Staff QA Astra Otopart                                |

## PENELITIAN DAN ARTIKEL LAIN YANG DITERBITKAN

| Tahun | Judul Penelitian                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|-------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 2020  | Working AIDS Design By Using 5-Step Methode Based On Reba and Rula Analysis To Reduce The Risk Of Low-Back Pain Injury A Case Study In Brickworks Center in, Potorono, Banguntapan, Bantul<br>Dipublish di Journal of Industrial Engineering and Halal Industries, Vol 1 No 1 (2020)               |
| 2020  | Analysis of Body Posture using Rapid Entire Body Assessment (REBA) and Rapid Upper Limb Assessment (RULA) to Improve the Posture of Sand Paper Machine Operators and Reduce the Risk of Low Back Pain<br>Dipublish pada Biology, Medicine, and Natural Product Chemistry Journal, Vol 9 No 1, 2020 |



|      |                                                                                                                                                                                        |
|------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 2020 | Peningkatan Eko-efisiensi dan Produktivitas Industri Kecil dan Menengah (IKM) Tahu di Desa Dukuh Kecamatan Mantrijeron Yogyakarta                                                      |
|      | Dipublis pada Dinamika Journal : Jurnal Pengabdian Masyarakat , Vol 2, No 2 (2020)                                                                                                     |
| 2020 | Analisis Pengendalian Kualitas Proses Pengantongan Semen Menggunakan Six Sigma (Studi Kasus PT. Semen Bosowa Banyuwangi) . Dipublish pada Jurnal Industry Explore Vol. 5 , No. 2, 2020 |

#### PENELITIAN YANG TIDAK DITERBITKAN

| Tahun | Judul Penelitian           |
|-------|----------------------------|
| 2019  | Rancang Bangun mesin kikir |

