

ABSTRAK

Keanekaragaman budaya dan pulau membuat Indonesia memiliki berbagai tempat wisata yang dapat dikunjungi. Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) pada tahun 2024 wisatawan Nusantara mengalami peningkatan sebesar 21,61% dibandingkan tahun 2023. Mayoritas penduduk Indonesia beragama Islam menjadikan wisata religi sebagai tempat yang memiliki daya tarik tersendiri bagi wisatawan muslim. Hal ini berdampak positif pada perekonomian masyarakat lokal terutama pada Usaha Mikro Kecil dan Menengah (UMKM) yang menyediakan kebutuhan wisatawan seperti souvenir, tempat makan, dan layanan jasa. Produk yang diedarkan di kawasan wisata religi harus memiliki jaminan mutu yang sesuai dengan regulasi UU No 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. Metode penelitian yang digunakan kualitatif dengan pendekatan yuridis empiris. Sumber data yang digunakan diperoleh dari data primer yang didapat langsung dari informan yaitu pelaku UMKM, wisatawan dan pengelola melalui wawancara. Sedangkan data sekunder diperoleh secara tidak langsung berasal dari peraturan undang-undang, skripsi, tesis, disertasi dan jurnal. Teknik pengumpulan data diperoleh dari wawancara, observasi, dan dokumentasi. Hasil penelitian menyatakan bahwa pada wisata religi Syaikhona Kholil dan Aermata Ebu masih ada produk yang memakai logo halal ilegal. Namun pelaku UMKM di wisata religi Syaikhona Kholil sudah memiliki legalitas halal pada produk yang mereka jual. Sedangkan pelaku UMKM di wisata religi Aermata Ebu banyak yang tidak memiliki legalitas halal pada produk yang mereka jual.

Kata kunci: legalitas, produk UMKM, ekosistem halal, wisata religi

ABSTRACT

Indonesia's cultural diversity and islands make it a country with a wide variety of tourist attractions to visit. According to the Central Statistics Agency (BPS), in 2024, domestic tourist arrivals increased by 21.61% compared to 2023. The majority of Indonesia's population is Muslim, making religious tourism a particularly attractive destination for Muslim tourists. This has a positive impact on the local economy, especially on Micro, Small and Medium Enterprises (MSMEs) that provide tourist needs such as souvenirs, dining places, and services. Products distributed in religious tourism areas must have quality assurance in accordance with the provisions of Law No. 33 of 2014 concerning Halal Product Guarantee. The research method used is qualitative with an empirical juridical approach. The data sources used were obtained from primary data collected directly from informants, namely MSME actors, tourists, and managers through interviews. Meanwhile, secondary data was obtained indirectly from laws and regulations, theses, dissertations, and journals. Data collection techniques included interviews, observation, and documentation. The results of the study indicate that at the Syaikhona Kholil and Aermata Ebu religious tourism sites, there are still products that use illegal halal logos. However, MSME actors at the Syaikhona Kholil religious tourism site already have halal legality for the products they sell. Meanwhile, many MSME actors at the Aermata Ebu religious tourism site do not have halal legality for the products they sell.

Keywords: legality, MSME products, halal ecosystem, religious tourism