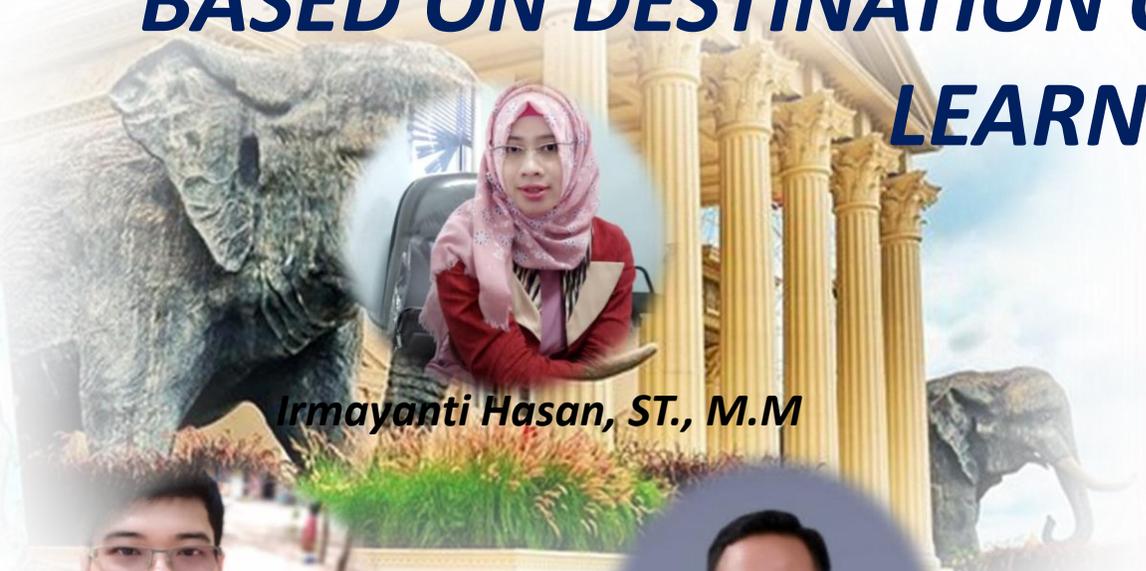


COMPARATIVE STUDY OF HALAL TOURISM READINESS BASED ON DESTINATION CLUSTERS IN BATU CITY: LESSONS LEARN FORM JAPAN



Irmayanti Hasan, ST., M.M



Barianto, SE, ME
TIM UIN Maliki Ibrahim Malang



Feri Dwi Riyanto, SE, ME, CFP
TIM UIN Maliki Ibrahim Malang



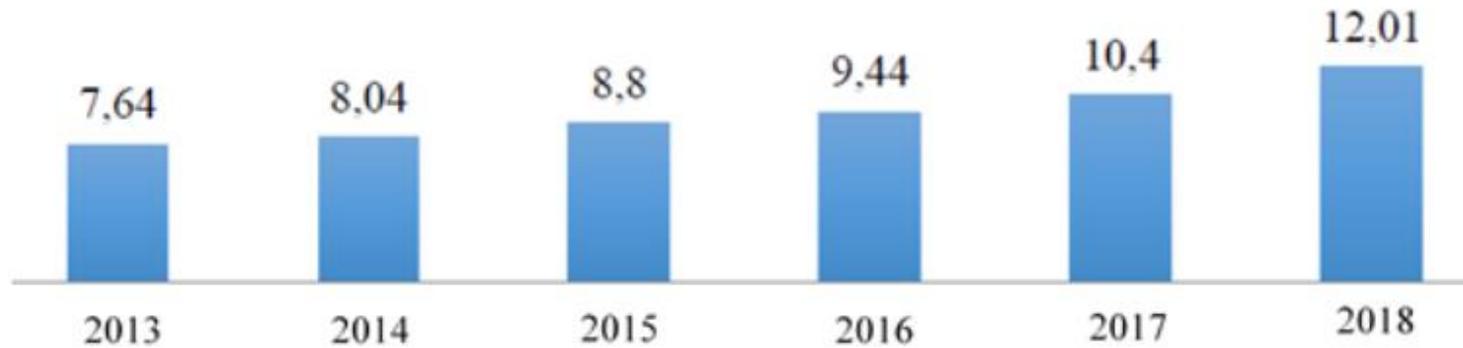
Angga Erlando.,M.Ec.Dev
Airlangga University



Prof. Someya Masakazu
Nagoya University



Latar Belakang



Jumlah Perjalanan Wisatawan Asing di Indonesia Tahun 2013-2018 (dalam juta jiwa)

Sumber: BPS, 2021 (Data Diolah)



Poin Menarik:

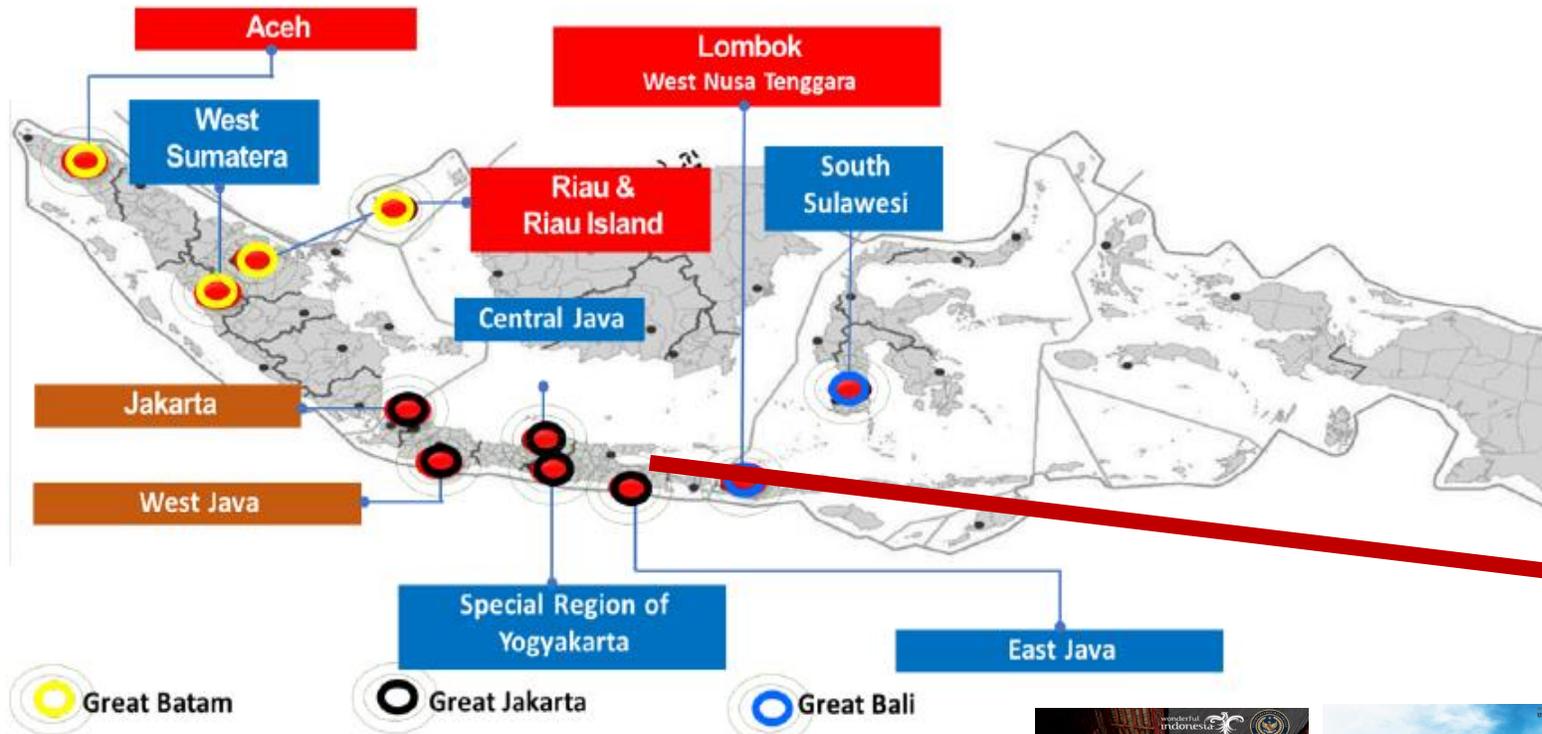
- Perkembangan Pariwisata di Indonesia cukup progresif (sebelum pandemi)
- Momentum **bangkitnya wisata dengan nilai halal** (wisata halal) di dunia terus berkembang bahkan di negara bukan basis non muslim
- Potensi **Indonesia mengembangkan wisata halal** memiliki **tantangan dan persaingan** (Malaysia, negara anggota OKI, dan negara lain di luar OKI)

Potensi dan Perkembangan Wisata Halal di Dunia

Sumber: Kata Data 2019 (Data diolah)

Lanjutan....

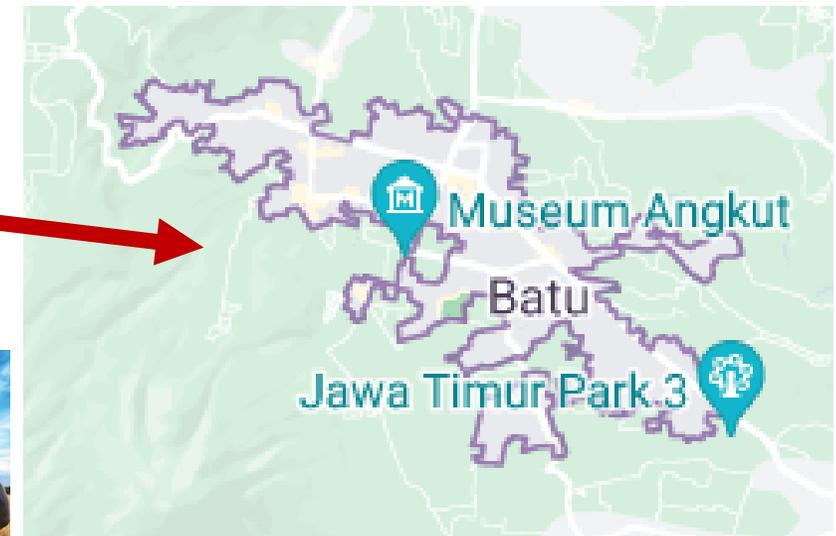
12 provinsi tersebut antara lain Nangroe Aceh Darussalam, Sumatera Barat, Riau, Kepulauan Riau, DKI Jakarta, Jawa Barat, Jawa Tengah, Yogyakarta, Jawa Timur, Nusa Tenggara Barat (NTB), Sulawesi Selatan, dan Bali.



Provinsi Prioritas Wisata Halal

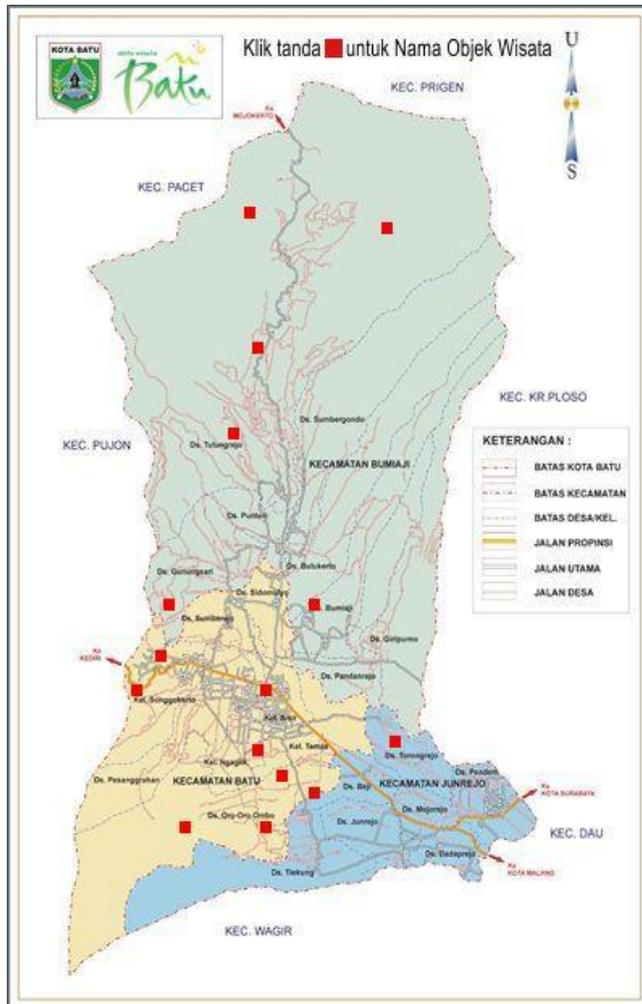
Sumber: Kementerian Pariwisata (2020)

Memorandum of Understanding (MoU)
antara Kementerian Pariwisata RI dengan 16
pemerintah daerah salah satunya **KOTA BATU**



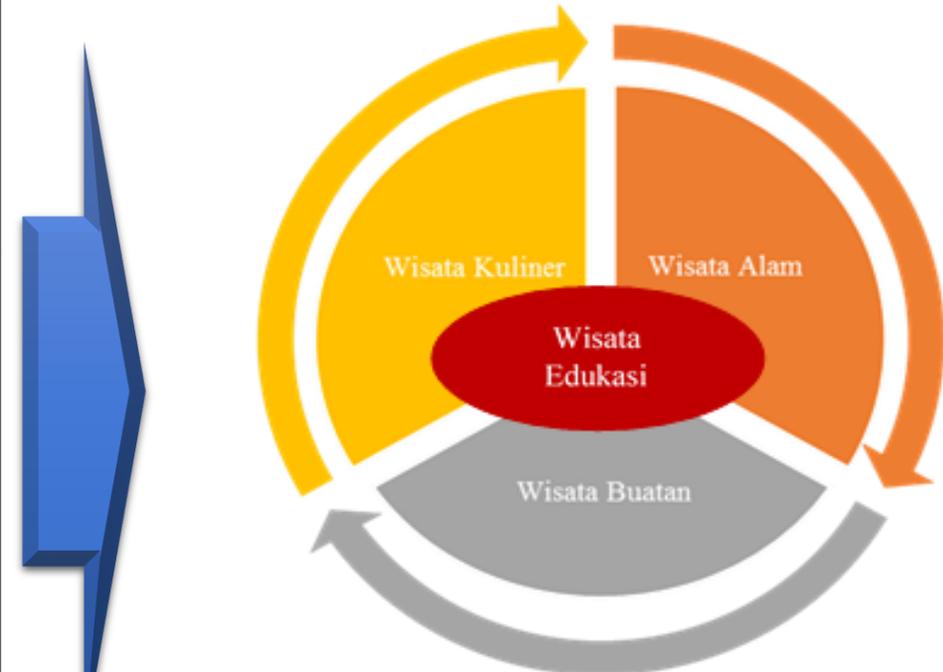
Lanjutan....

Kota Batu sebagai **daerah termuda** di Provinsi Jawa Timur yang menjadi salah satu target pemerintah mengimplementasikan **wisata halal** sebelum Pandemi Menjadi **Pusat Kunjungan Wisata di Jawa Timur** setiap akhir pekan



No	Nama Objek Wisata	Kluster
1	Wisata Air Panas Cangar	Wisata Alam
2	Air Terjun Cuban Talun	
3	Arboretum Brantas	
4	Paralayang Gunung Banyak	
5	Kali Watu Rafting	
6	Tirta Nirwana Songgoriti	
7	Wisata Payung 1-3	
8	Rafting Torong Rejo	
9	Air Terjun Cuban Rais	
10	Alun-alun Kota Batu	
11	Pendakian Bukit Panderman	
12	Selekta	
13	Jatim Park 1	
14	Museum Satwa (Jatim Park 2)	
15	<i>Batu Night Spectaculer</i>	
16	Jatim Park 3	
17	Museum Angkut	
18	<i>Eco Green Park</i>	
19	<i>Kuliner di Ketan Legenda</i>	Wisata Kuliner
20	<i>Kuliner di 15 Celcius The Skylounge</i>	
21	Mie Soden	
22	Bakso De Stadion	

Terdapat 3 Kluster Destinasi Wisata di Kota Batu



Bagaimana Kesiapan Imlementasi Wisata Halal ?

Kajian Sebelumnya....



Indikator The Global Muslim Travel Index (GMTI) meninjau kesiapan wisata halal

(1) aksesibilitas (Hanson & Schwab, 1987; Kim & Lee, 2019; Krizek, 2003);

(2) telekomunikasi (network) (Sasaki & Nishii, 2010; Choo & Mokhtarian, 2007);

(3) lingkungan (Ewing & Cervero, 2001; Kianfar & Edara, 2013);

(4) layanan seperti: makanan halal, tempat ibadah, kamar kecil dengan ketersediaan air, penginapan, dan produk-produk halal lainnya (Axelrod, 2010; Jenelius, 2018; Weng et al., 2013);

(5) Insensi untuk kembali berkunjung (Cole & Chancellor, 2009).

- Kajian sebelumnya yang mengukur kesiapan suatu destinasi dengan menerapkan prinsip halal tourism sebenarnya cukup banyak dan beragam (Masudin et al., 2020; Wannasiri et al., 2021; Joeliaty et al., 2021; Khan, 2017; Chandra, 2014; Battour et al., 2010).
- Namun yang spesifik mengulas dalam bentuk **cluster** masih belum banyak dijumpai (Li et al., 2021; Xudoyarov, 2020; Lochlainn, 2016; Ferreira & Estevas, 2009; Kibicho, 2008).

Point of Interest Kajian ini:

1. Mengukur kesiapan destinasi dengan perbandingan karakteristik kluster destinasi yang berbeda (wisata alam, wisata buatan, dan wisata kuliner) antara pariwisata Batu dan Jepang yang relevan.
2. Membandingkan konteks serupa dengan negara Jepang (**basis non muslim**) yang menerapkan halal tourism berdasarkan **insting atau preferensi bisnis**.
3. Konteks daerah (Kota Batu) yang dikomperasikan dengan Jepang yang bukan apple to apple (karena daerah dengan negara), mengarah pada konteks studi ini menonjolkan **lessons learn**

Mengapa Jepang ?

Perkembangan Wisata Halal di Jepang Berdasarkan 5 Indikator GMTI

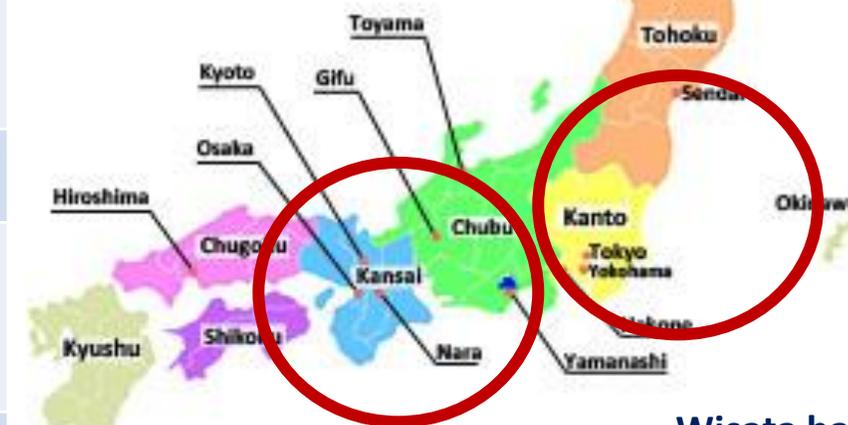
No	Aspek Wisata Halal	Informasi (Perkembangannya)
1	Makanan halal	<ul style="list-style-type: none"> Tahun 2019, terdapat 161 (Hokaido, Tokyo, dan Osaka) restoran halal di Jepang yang tercatat dalam buku panduan wisata yang diterbitkan oleh Japan National Tourism Organization (JNTO) untuk para wisatawan Muslim di website www.halalgourmet.jp (situs yang dapat digunakan untuk membantu mencari restoran dengan menu halal di Jepang) terdaftar sebanyak 788 restoran yang menyediakan makanan yang dapat dikonsumsi oleh Muslim 161 tempat (20.4%) memiliki sertifikat halal. 456 menggunakan daging halal dalam produknya 313 restoran bahkan menjamin peralatan dapur dan peralatan makannya benar-benar halal dan dipisahkan dari yang non-halal.
2	Tempat ibadah	<ul style="list-style-type: none"> Penelusuran di situs www.masjidfinder.jp saat ini terdapat sekitar 301 tempat yang dapat digunakan untuk beribadah salat yang tersebar di seluruh penjuru Jepang. Terdapat dua jenis tempat ibadah, yaitu masjid dan non-masjid (musala). Tokyo memiliki tempat salat terbanyak (25.7%), diikuti Hokkaido (14.7%) dan Osaka (13.6%).
3	Kamar kecil dengan ketersediaan air	<ul style="list-style-type: none"> kamar kecil di Jepang umumnya adalah toilet kering. Namun toiletnya memiliki teknologi bidet yang memungkinkan seorang Muslim untuk membersihkan diri dengan air setelah menggunakan toilet.
4	Penginapan	<ul style="list-style-type: none"> Hotel di Tokyo, Osaka, dan Hokaido telah menyediakan menu bersertifikat halal misalnya Richmond Hotel (Osaka dan Tokyo) dan Kyoto Century Hotel (Kyoto). Hotel-hotel yang menyediakan tempat untuk salat lengkap dengan peralatan salat seperti sajadah dan al-Quran juga semakin bertambah. Sedikitnya terdapat 31 penginapan yang pernah diulas di situs www.halalmediajapan.jp telah berusaha memenuhi kebutuhan standar wisatawan Muslim
5	Produk-produk halal lainnya	<ul style="list-style-type: none"> Uniqlo berkolaborasi dengan Hana Tajima (seorang desainer Muslim Jepang) meluncurkan pakaian untuk perempuan Muslim sejak bulan Juli 2017. Perusahaan lain Watashi Japan LLC memproduksi penutup kepala wanita Muslim (jilbab) dan kardigan dari bahan kimono, sehingga produk-produk ini memiliki motif khas Jepang

Terdapat 3 Kluster Destinasi Wisata di Jepang yang Mirip dengan Kota Batu

Wisata halal berbasis alam di Hokkaido



Wisata halal berbasis Kuliner di Osaka

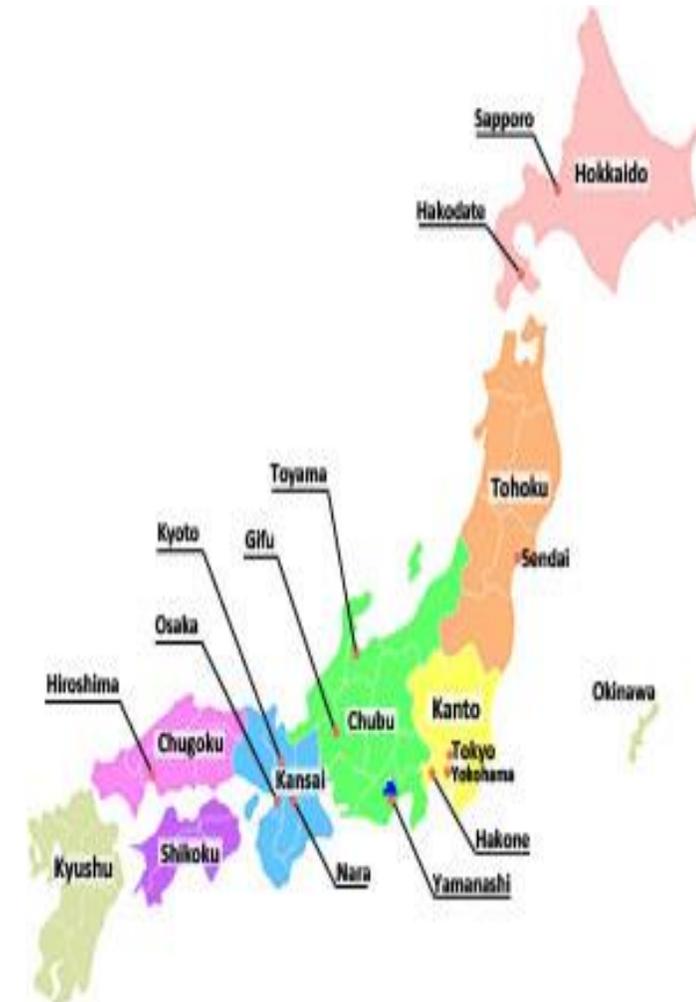
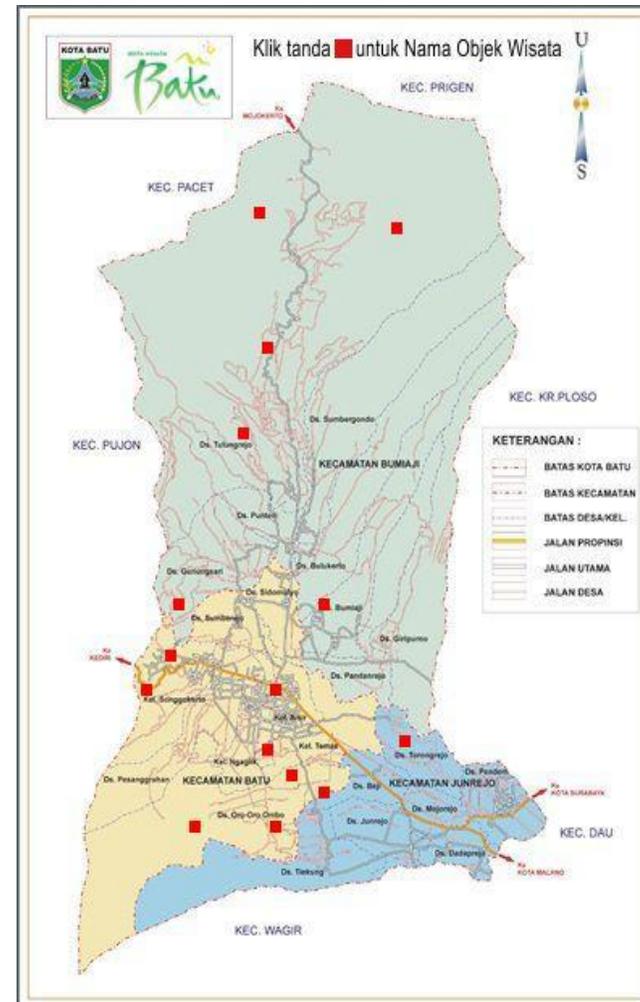


Wisata halal berbasis Artificial (buatan) di Tokyo

Tujuan Penelitian

Tujuan Penelitian:

1. Untuk mengetahui bagaimana hasil komparasi gambaran kondisi pariwisata halal (tiga kluster destinasi wisata alam, wisata buatan, dan wisata kuliner) antara Kota Batu dengan tiga kota terpilih yang ada di Jepang (Hokaido wisata alam, Tokyo wisata buatan, dan Osaka wisata kuliner).
2. Untuk menganalisis bagaimana komparasi gambaran kesiapan (tiga kluster destinasi wisata alam, wisata buatan, dan wisata kuliner) antara Kota Batu dengan tiga kota terpilih yang ada di Jepang (Hokaido wisata alam, Tokyo wisata buatan, dan Osaka wisata kuliner) menuju pariwisata halal.
3. Untuk membuat desain kebijakan Kota Batu mewujudkan pariwisata halal.



Metode Penelitian

Desain Penelitian

- Penelitian *Mix Metode* Kuantitatif dan Kualitatif
- Lokasi Penelitian kampus, Kota Batu dan 3 Lokasi Kota di Japan sebagai *Bandmark*

Data dan Jenis Data

- Data bersifat Numberik dan Non Numberik
- Jenis Sekunder dan Primer

Teknik Pengumpulan Data

- Survey Kuisisioner
- Wawancara
- FGD
- Dokumentasi

Desain Penelitian:

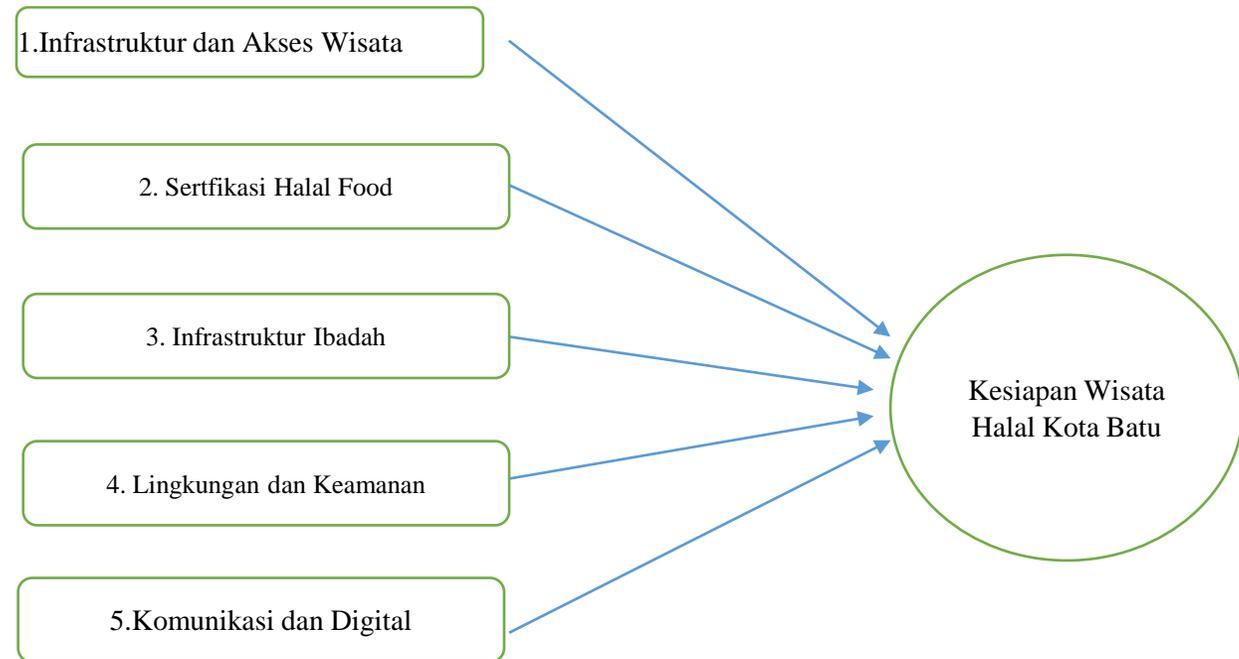
1. Berdasarkan permasalahan yang ada maka penelitian ini bersifat aplikatif dimana memiliki arti bahwa penelitian ini memiliki ukuran-ukuran yang spesifik dan khusus serta memiliki framework dan desain pengukuran obyek penelitian (Indriantoro dan Supomo, 2002).
2. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dan kualitatif studi kasus atau disebut dengan *mix metode*. Sedangkan menggunakan data sekunder dan primer (survey)
3. Pengumpulan *one short study* atau *cross section* yakni pengumpulan dengan cara satu tahap sekaligus dengan serempak melalui kuesioner
4. Obyek lokasi penelitian yakni Kota Batu dan 3 Kota (Tokyo, OSaka, Hokaido) di Jepang)

Jenis Data	Sumber Data	Keterangan	Teknik Pengambilan Data
Primer	Survey Indikator Kesiapan Wisata Halal di Kota Batu	Untuk mengetahui nilai dimensi dari penyusun kualitas Kesiapan Kota Batu dalam membangun Wisata Halal	Wawancara, Survey, FGD, Kuisisioner, Dokumentasi
Sekunder	Dokumentasi Laporan Kinerja Tahunan, Laporan Kinerja dan Pertanggungjawaban OPD terkait pariwisata dan ekonomi kreatif	Untuk mengetahui hasil kinerja atau kondisi exsiting dari kesiapan Kota Batu dalam membangun Wisata Halal	Dokumentasi, Studi Pustaka,

Metode Analisis Kualitatif Studi Pustaka



Metode Analisis Kuantitatif



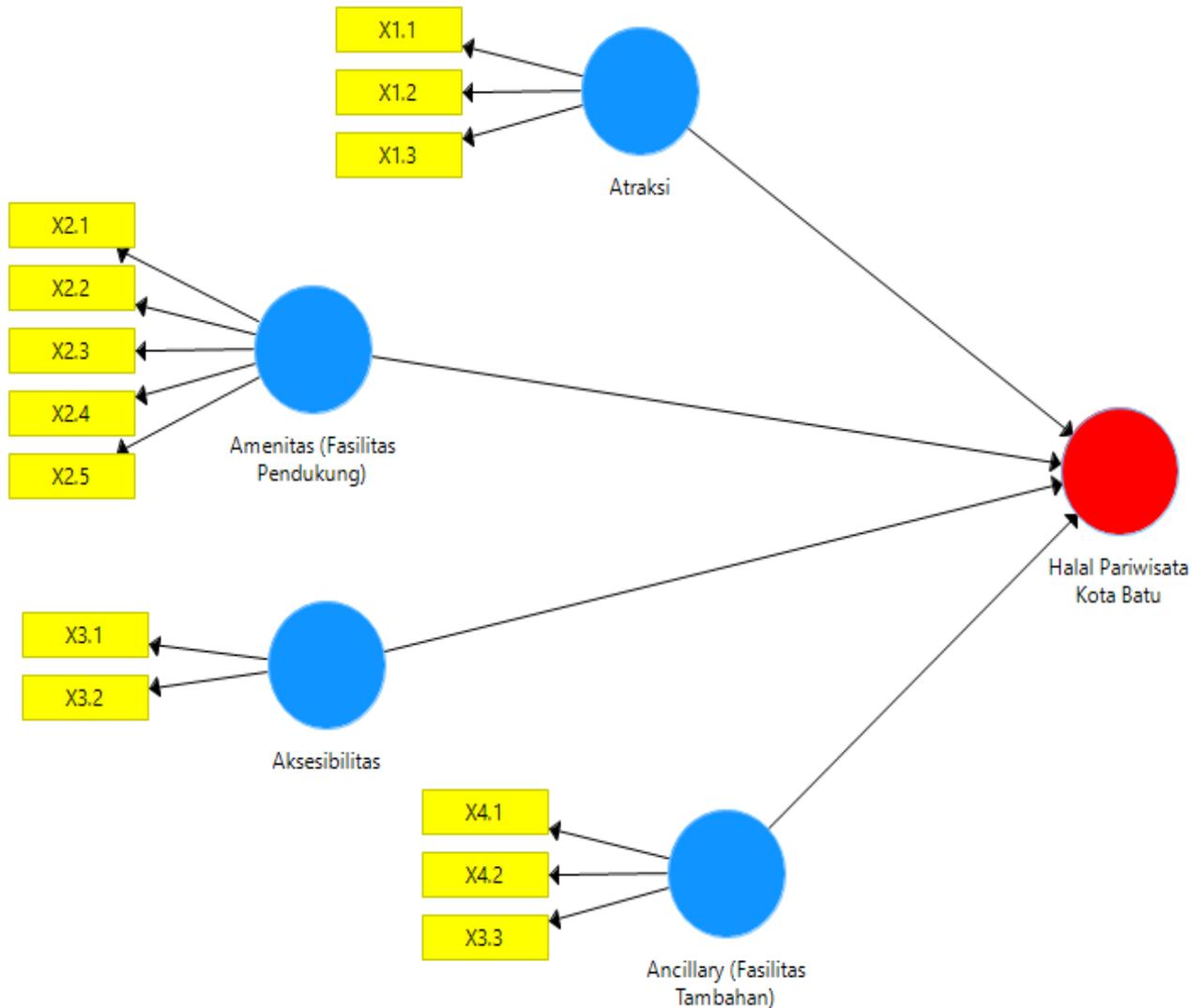
Langkah-langkah analisis mode

Pertama : Merumuskan dimensi dan indikator penyusun Design Kesiapan Halal Pariwisata

Kedua : menyusun Model PLS (Partial Least Square)

Ketiga : melakukan running scalling

Metode Penelitian



Model penelitian yang terdiri dari 4 Variabel, 13 Dimensi dan

1. Variabel Atraksi

- Alam
- Buatan
- Budaya

2. Amenitas

- Perhotelan
- Restaurant
- Biro Perjalanan
- Spa/Salon
- Pramuwisata

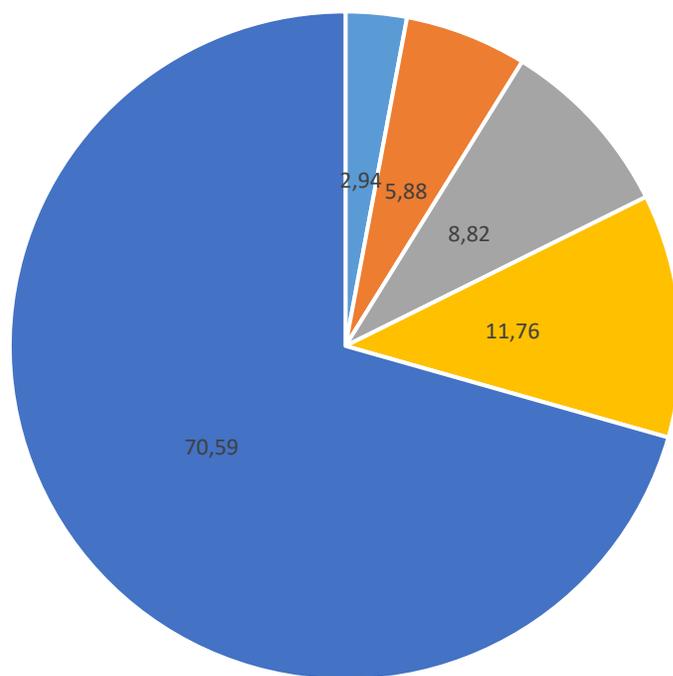
3. Aksesibilitas

- Informasi
- Keterjangkauan

4. Ancillary

- Kelembagaan
- Pemberdayaan
- Pemasaran

Profile Sebaran Responden Berdasarkan Kategori



■ Pemerintah ■ Pengelola Wisata ■ Pemilik Hotel dan Resto ■ UMKM ■ Masyarakat

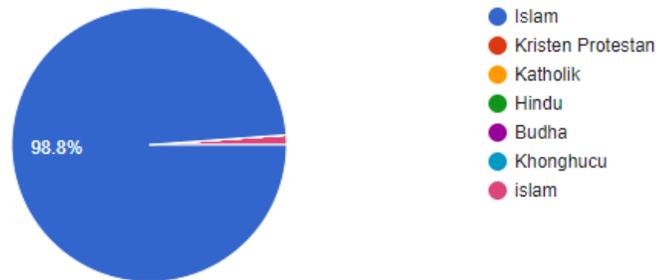
No	Uraian	Jumlah Populasi Responden	Sampel	Prosentase Keterwakilan
1	Pemerintah dan Dinas Terkait	10	5	50%
2	Pengelola Objek Wisata	30	10	33,3%
3	Pengelola Hotel dan Resto	55	15	27,2%
4	UMKM	72	20	27,7%
5	Pengunjung	93032	122	0,13%
	Total	93.199	172	0,18%

Hasil Penelitian

Profile Responden

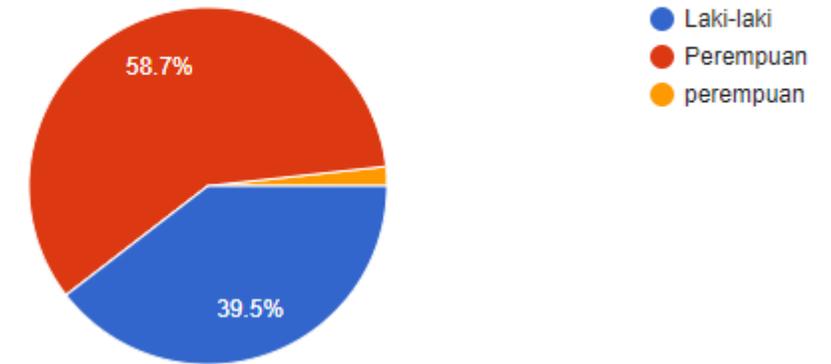
Agama

172 responses



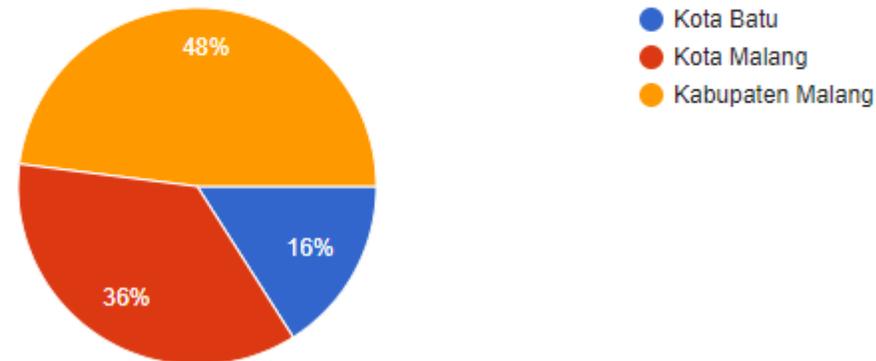
Jenis Kelamin

172 responses



Tempat tinggal (Stay)

25 responses

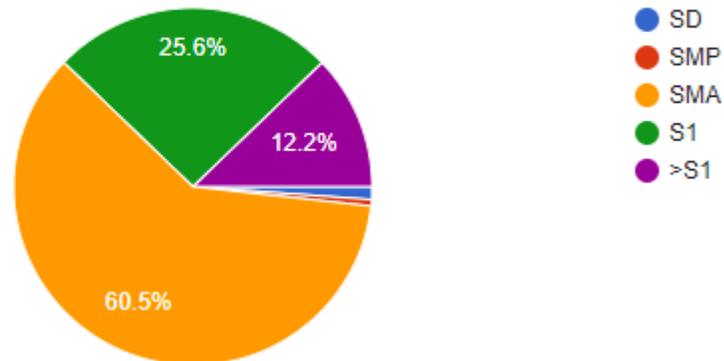


Hasil Penelitian

Profile Responden

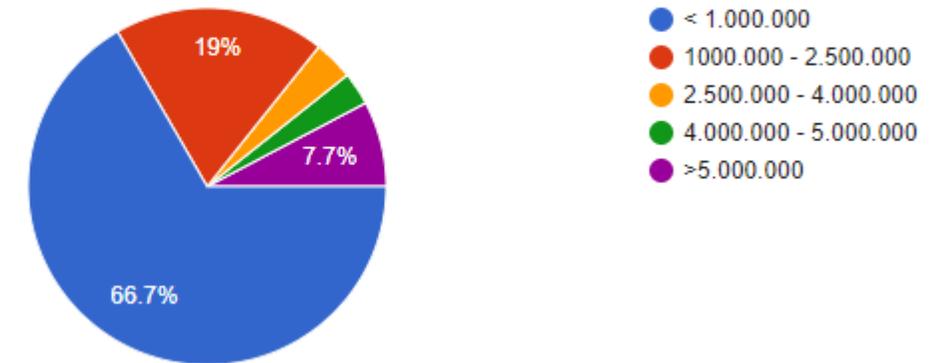
Pendidikan Terakhir

172 responses



Pendapatan per Bulan

168 responses



Komparasi Perkembangan Wisata di 3 Kota Jepang dengan Kota Batu



Berdasarkan Indikator GMTI

No	Aspek Wisata Halal	Akumulasi Persektif di 3 Kota Jepang (Hokaido, Tokyo, dan Osaka)	Kota Batu
1	Budaya dan Sosial	<ul style="list-style-type: none"> Kepekaan Sosial : Jepang memiliki kehidupan yang lebih mandiri dan berorientasi pada private Kepekaan Lingkungan: masyarakat sangat menghormati lingkungan, hidup teratur dan menjaga barang public, Budaya sosial dan kemanusiaan yang tinggi di Jepang (kebersihan, Lingkungan) 	<ul style="list-style-type: none"> Masyarakat Kota Batu mayoritas memiliki budaya Kejawen, klenik dll Kepekaan Sosial: masyarakat Kota Batu memiliki kepekaan social yang tinggi, gotongroyong, dan hidup berdampingan Kepekaan Lingkungan: bebrapa ditemui budaya yang masih belum bisa menjaga barang public, kehidupan yang kurang teratur
2	Regulasi/ Kebijakan	<ul style="list-style-type: none"> Jepang memiliki UU yang mengharuskan setiap Jasa Hotel, Resto memiliki sertifikasi Halal Pemerintah sangat mendorong mengenai Bidang Pariwisata Halal 	<ul style="list-style-type: none"> Kota Batu belum memiliki UU/Perda atau semacanya mengenai pariwisata Halal Dokumen Rencana Induk Pengembangan Pariwisata masih belum disusun
3	Makanan halal	<ul style="list-style-type: none"> Tahun 2019, terdapat 161 (Hokaido, Tokyo, dan Osaka) restoran halal di Jepang yang tercatat dalam buku panduan wisata yang diterbitkan oleh Japan National Tourism Organization (JNTO) untuk para wisatawan Muslim di website www.halalgourmet.jp (situs yang dapat digunakan untuk membantu mencari restoran dengan menu halal di Jepang) terdaftar sebanyak 788 restoran yang menyediakan makanan yang dapat dikonsumsi oleh Muslim 161 tempat (20.4%) memiliki sertifikat halal. 456 menggunakan daging halal dalam produknya 313 restoran bahkan menjamin peralatan dapur dan peralatan makannya benar-benar halal dan dipisahkan dari yang non-halal. 	<ul style="list-style-type: none"> Kota Batu didominasi penduduk muslim hingga 95 persen, sehingga menjumpai makanan halal sangat mudah. Mayoritas makanan di Kota Batu adalah halal. Restoran, makanan dalam kemasan, telah banyak memiliki label halal. Dalam prosesnya mengurus ke MUI untuk mendapatkan label halal telah difasilitasi oleh pemerintah setempat, dan dengan kemudahan akses informasi saat ini dapat dikelola secara online

Komparasi Perkembangan Wisata di 3 Kota Jepang dengan Kota Batu

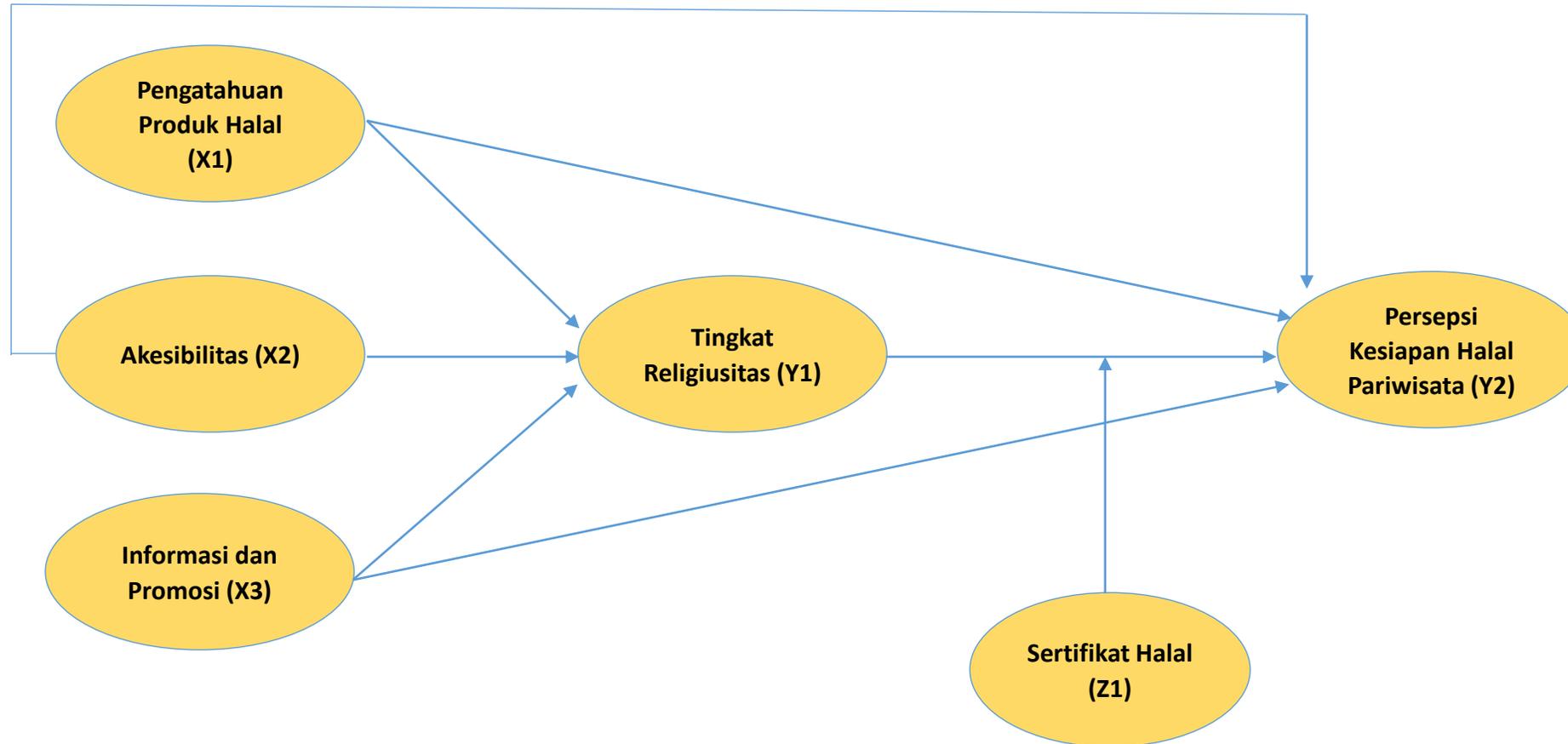


Berdasarkan Indikator GMTI

No	Aspek Wisata Halal	Akumulasi Persektif di 3 Kota Jepang (Hokaido, Tokyo, dan Osaka)	Kota Batu
4	Tempat ibadah	<ul style="list-style-type: none"> Penelusuran di situs www.masjidfinder.jp saat ini terdapat sekitar 301 tempat yang dapat digunakan untuk beribadah salat yang tersebar di seluruh penjuru Jepang. Terdapat dua jenis tempat ibadah, yaitu masjid dan non-masjid (musala). Tokyo memiliki tempat salat terbanyak (25.7%), diikuti Hokkaido (14.7%) dan Osaka (13.6%). 	<ul style="list-style-type: none"> Kota Batu didominasi penduduk muslim hingga 95 persen, sehingga menjumpai tempat ibadah seperti masjid dan mushola relatif mudah.
5	Kamar kecil dengan ketersediaan air	<ul style="list-style-type: none"> Kamar kecil di Jepang umumnya adalah toilet kering. Namun toiletnya memiliki teknologi bidet yang memungkinkan seorang Muslim untuk membersihkan diri dengan air setelah menggunakan toilet. 	<ul style="list-style-type: none"> Hampir setiap kamar kecil di tempat wisata memiliki toilet dengan ketersediaan air yang relatif cukup. Namun tingkat kebersihan masih menjadi tantangan. Sebab konsistensi layanan kebersihan kamar kecil dan ketersediaan air yang baik hanya berada di jenis wisata dengan pengunjung tinggi (jatim park, eco green park, museum angkut, dan sejenisnya)
6	Penginapan	<ul style="list-style-type: none"> Hotel di Tokoyo, Osaka, dan Hokaido telah menyediakan menu bersertifikat halal misalnya Richmond Hotel (Osaka dan Tokyo) dan Kyoto Century Hotel (Kyoto). Hotel-hotel yang menyediakan tempat untuk salat lengkap dengan peralatan salat seperti sajadah dan al-Quran juga semakin bertambah. Sedikitnya terdapat 31 penginapan yang pernah diulas di situs www.halalmediajapan.jp telah berusaha memenuhi kebutuhan standar wisatawan Muslim 	<ul style="list-style-type: none"> Setiap hotel di Batu memiliki desain wisata halal, meskipun beberapa dijumpai menyediakan khmer sebagai memberikan layanan pengunjung non muslim Di Batu belum banyak dijumpai jenis hotel yang berlabel sebagai hotel syariah sebanyak. Namun banyak penginapan dan tempat akomodasi sejenis seperti Al Thalib Batu villa Syariah, Guest houses Syariah, Batu Homestay Syariah, Batu Homestay Syariah, dna lainnya). Setidaknya dijumpai ada 13 jenis vila/homestay yang berlabel syariah
7	Produk-produk halal lainnya	<ul style="list-style-type: none"> Uniqlo berkolaborasi dengan Hana Tajima (seorang desainer Muslim Jepang) meluncurkan pakaian untuk perempuan Muslim sejak bulan Juli 2017. Perusahaan lain Watashi Japan LLC memproduksi penutup kepala wanita Muslim (jilbab) dan kardigan dari bahan kimono, sehingga produk-produk ini memiliki motif khas Jepang 	<ul style="list-style-type: none"> Kota batu dinobatkan sebagai kota wisata halal unggulan di Indonesia Kerjasama banyak dilakukan dalam Memorandum of Understanding (MoU) antara Kementerian Pariwisata RI sebagai salah satu prioritas daerah yang dapat mengimplementasikan wisata halal.

Hasil Penelitian

Hasil Temuan Penelitian



Hasil Penelitian

Pengujian Instrumen Penelitian

Variable	Simbol Variabel	Indikator	Loading factor	P-value**	Keterangan
Pengetahuan Produk (X ₁)	PP	X.1.1	0.693	<0.001	Valid
		X.1.2	0.724	<0.001	Valid
		X.1.3	0.630	<0.001	Valid
		X.1.4	0.707	<0.001	Valid
		X.1.5	0.468	<0.001	Valid
		X.1.6	0.331	<0.001	Valid
Aksesibilitas (X ₂)	AKS	X.2.1	0.807	<0.001	Valid
		X.2.2	0.815	<0.001	Valid
		X.2.3	0.835	<0.001	Valid
		X.2.4	0.335	<0.001	Valid
Informasi/Promosi (X ₃)	INF	X.3.1	0.807	<0.001	Valid
		X.3.2	0.809	<0.001	Valid
		X.3.3	0.657	<0.001	Valid
Tingkat Religiusitas (Y ₁)	TR	Y.1.1	0.710	<0.001	Valid
		Y.1.2	0.645	<0.001	Valid
		Y.1.3	0.760	<0.001	Valid
		Y.1.4	0.659	<0.001	Valid
		Y.1.5	0.761	<0.001	Valid
		Y.1.6	0.667	<0.001	Valid
		Y.1.7	0.617	<0.001	Valid
Persepsi Kesiapan Pariwisata Halal (Y ₂)	PRE	Y.2.1	0.781	<0.001	Valid
		Y.2.2	0.878	<0.001	Valid
		Y.2.3	0.889	<0.001	Valid
		Y.2.4	0.839	<0.001	Valid
Sertifikasi Halal (Z ₁)	SRT	Z.1.1	0.897	<0.001	Valid
		Z.1.2	0.897	<0.001	Valid

Variabel	Simbol Variabel	Composite reliability coefficients	Cronbach's alpha coefficients
Pengetahuan Produk (X ₁)	PP	0.770	0.643
Aksesibilitas (X ₂)	AKS	0.806	0.675
Informasi/Promosi (X ₃)	INF	0.804	0.633
Tingkat Religiusitas (Y ₁)	TR	0.864	0.815
Persepsi Kesiapan Pariwisata Halal (Y ₂)	PRE	0.911	0.869
Sertifikasi Halal (Z ₁)	SRT	0.892	0.757

Hasil Penelitian



Pengujian Instrumen Penelitian

Hubungan Variabel	Path Coefficients	P-Value	Keterangan
Pengetahuan Produk (X_1) → Tingkat Religiusitas (Y_1)	0.266	0.001***	Signifikan
Aksesibilitas (X_2) → Tingkat Religiusitas (Y_1)	0.325	0.001***	Signifikan
Informasi dan Promosi (X_3) → Tingkat Religiusitas (Y_1)	0.109	0.115	Tidak Signifikan
Pengetahuan Produk (X_1) → Persepsi Kesiapan Pariwisata Halal (Y_2)	0.001	0.494	Tidak Signifikan
Aksesibilitas (X_2) → Persepsi Kesiapan Pariwisata Halal (Y_2)	0.205	0.011**	Signifikan
Informasi dan Promosi (X_3) → Persepsi Kesiapan Pariwisata Halal (Y_2)	0.246	0.003***	Signifikan
Tingkat Religiusitas (Y_1) → Persepsi Kesiapan Pariwisata Halal (Y_2)	0.404	0.001***	Signifikan
Sertifikat Halal (Z_1) * Tingkat Religiusitas (Y_1) → Persepsi Kesiapan Pariwisata Halal (Y_2)	-0.143	0.056**	Signifikan

Hipotesis 1 : Semakin bagus PP akan mendorong TR terhadap persiapan pariwisata halal

Hipotesis 2 : Semakin bagus aksesibilitas akan mendorong TR terhadap persiapan pariwisata halal

Hipotesis 3: semakin bagus informasi dan promosi tidak berdampak pada TR dan persiapan pariwisata halal

Hipotesis 4: semakin bagus PP tidak berpengaruh terhadap persiapan pariwisata halal

Hipotesis 5: Semakin bagus aksesibilitas akan mendorong persiapan pariwisata halal

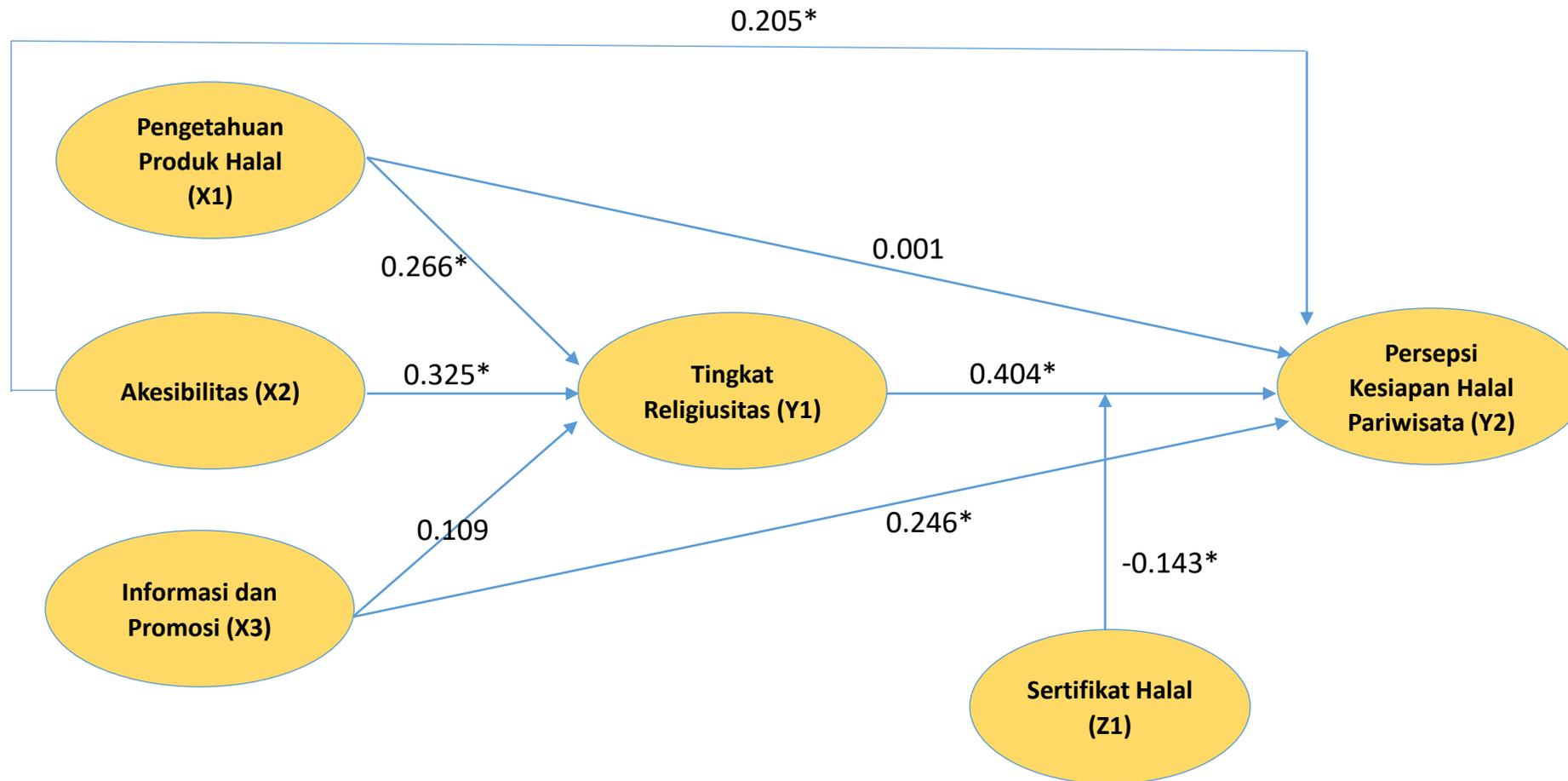
Hipotesis 6: Semakin bagus informasi dan promosi akan mendorong persiapan pariwisata halal

Hipotesis 7: Semakin tinggi TR akan berdampak pada peningkatan persiapan pariwisata halal

Hipotesis 8: Adanya Sertifikasi Halal Produk Pariwisata Justru Menurunkan persiapan pariwisata halal

Hasil Penelitian

Hasil Temuan Penelitian



Kesimpulan

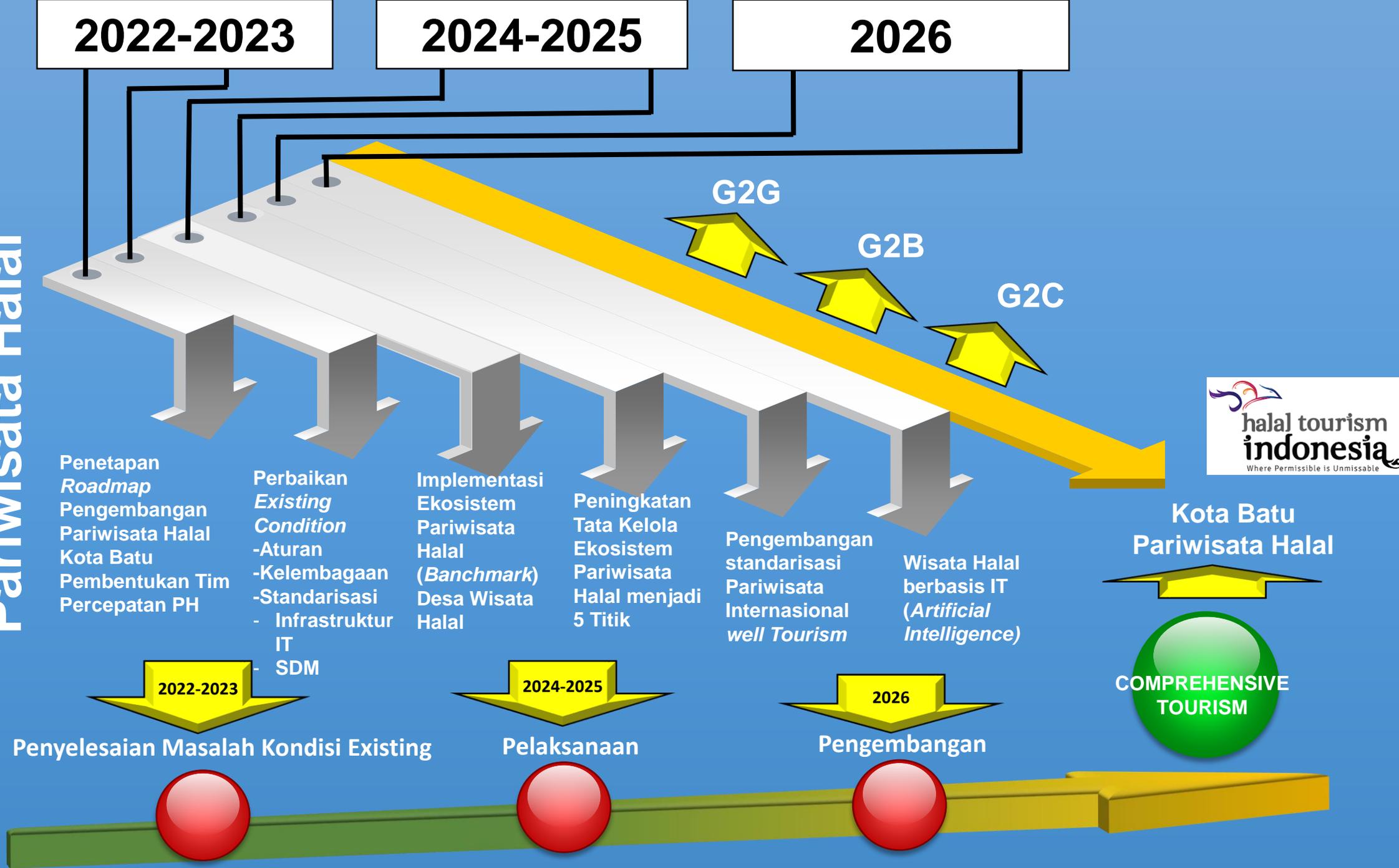
- Variabel Pengetahuan Produk, Aksesibilitas memiliki pengaruh positif dalam mendorong kesiapan pariwisata Halal di Kota Batu
- Variabel informasi dan promosi tidak berdampak terhadap kesiapan pariwisata Halal di Kota Batu
- Tingkat Religiusitas masyarakat berdampak pada percepatan kesiapan pariwisata halal di Kota Batu
- Sertifikasi Halal tidak cukup memiliki pengaruh dalam mendorong kesiapan pariwisata halal di Kota Batu

Rekomendasi

- Perlu peningkatan standarisasi infrastuktur yang berorientasi kepada kenyamanan muslim
- Adanya dewan pengarah dan percepatan pariwisata halal
- Perlu forum dan wadah yang mewakili para stakeholder guna memberikan masukan kepada kebijakan pariwisata halal di Kota Batu

Roadmap 5 Tahun Kesiapan Kota Batu Menuju

Pariwisata Halal



Output Penelitian



1. Laporan Akhir Penelitian
2. Draft Artikel
3. Laporan Keuangan

The screenshot shows the Taylor & Francis Online website interface. At the top, there is a navigation bar with the Taylor & Francis logo and the text "Taylor & Francis Online". To the right of the logo are links for "Log in", "Register", and "Cart". Below the navigation bar is a breadcrumb trail: "Home > All Journals > Journal of Sustainable Tourism > List of Issues > Volume 29, Issue 11-12". The main content area features the journal title "Journal of Sustainable Tourism" in a large, bold font. To the left of the title is a small graphic of a globe. Below the title, there is a link that says "Publish open access in this journal". A descriptive paragraph follows: "An international journal that publishes research on tourism and sustainable development including economic, social, cultural and political aspects." Below the description is a search bar with the placeholder text "Enter keywords, authors, DOI, ORCID etc". To the right of the search bar is a dropdown menu set to "This Journal" and a search button with a magnifying glass icon. Below the search bar, there are several buttons: "Submit an article" (green), "New content alerts" (dark blue), "RSS" (dark blue), "Subscribe" (green), and "Citation search" (dark blue). At the bottom of the page, there are links for "Current issue", "Browse list of issues", and "Explore".

- Journal of Sustainable Tourism, SCOPUS Q1
- Heliyon, SCOPUS Q1
- ISRA International Journal of Islamic Finance | Emerald Insight SCOPUS Q3



Research article

Financial inclusion, economic growth, and poverty alleviation: evidence from eastern Indonesia

Angga Erlando ^{a, *}, Feri Dwi Riyanto ^b, Someya Masakazu ^c^a Faculty of Economic and Business, Airlangga University, Surabaya Indonesia^b Faculty of Economic, Maulana Malik Ibrahim State Islamic University, Malang Indonesia^c Graduate School of International Development, Nagoya University, Nagoya Japan

ARTICLE INFO

Keywords:

Financial inclusion

Economic growth

Poverty

Panel vector autoregression

Social sciences

Economics

Finance

Financial economics

Inequality

Economic development

ABSTRACT

The need for a good understanding of the relationship between financial inclusion and economic growth has become a significant concern in national development. Both sectors play an essential role in formulating income distribution policies and reducing poverty, evidence from Eastern Indonesia. This paper, therefore, empirically analyzes the contribution of the financial inclusion to economic growth, poverty alleviation and income inequality in Eastern Indonesia. The Toda-Yamamoto VAR bivariate causality model and the dynamic Panel Vector Autoregression (PVAR) were the two approaches used in this research. The effect and relationship of financial inclusion on economic growth, poverty, inequality and other factors were analyzed using PVAR, and Toda-Yamamoto VAR bivariate causality model, respectively. The results of the bivariate causality model indicate a high relationship level between financial inclusion, economic growth, poverty, and income distribution in Eastern Indonesia. The socio-economic growth has a positive impact on the level of financial inclusion, with a negative impact on poverty. Meanwhile, financial inclusion has a positive effect on inequality, which leads to widespread income inequality in Eastern Indonesia.

1. Introduction

The context of the relationship between financial sector development and economic growth has been debated for a long time. Robinson (1952) stated that when company profits grow properly, it encourages the development of financial conditions in the community, therefore, finance does not cause economic growth, rather it response to the demands from the real sector. This is also supported by Lucas (1988) and Müller (1988) which stated that financial markets that contribute to economic growth are propositions used to discuss the empirical evidence. The logic on the basis of good economic growth tends to encourage the development of

in future (Romer, 1990; Grossman and Helpman, 1991; and Aghion and Howitt, 1992).

Over time, the position of the financial sector related to economic growth became one of the topics that was widely researched. Many hypotheses were formed to determine the development in accordance with domestic savings, capital accumulation, technological innovation, income growth, and financial determination (Levine et al., 2000; Honohan, 2004; DFID, 2004; Levine, 2004; and Andrianova & Demetriades, 2008). Nevertheless, the development context in the financial sector is expected to lead to "financial inclusion" conditions, which are considered by Kim et al. (2018) as: "...*ness of accessibility and availability of the formal*

- Tahun 2020 pernah melakukan kolaborasi Riset Mandiri, telah terbit Heliyon SCOPUS Q1
- Tahun 2021 melakukan kolaborasi riset internasional berkomitmen untuk menerbitkan ke jurnal SCOPUS Q1
- Recognition Universitas dalam jangka panjang
- Nagoya University Top 200 Uni QS Rank



halal tourism
indonesia
Where Permissible is Unmissable

THANK YOU!

