PENERAPAN STANDAR HALAL PADA PADA PT FANDIEGO TOUR AND TRAVEL TASIKMALAYA

Ashilah Majid Syahla *¹
Irma Nur'aini²
Neng Dewi Salmah Lailataus Syarifah³
Lina Marlina⁴

^{1,2,3,4,5} Ekonomi Syariah, Fakultas Agama Islam, Universitas Siliwangi
*e-mail : 1231002049@student.unsil.ac.id, 2231002056@student.unsil.ac.id,
3231002057@student.unsil.ac.id, [4linamarlina@unsil.ac.id](mailto:linamarlina@unsil.ac.id)

Abstrak

Peneitian ini bertujuan menganalisis penerapan standar halal pada PT Fandiego Tour and Travel Tasikmalaya sebagai perusahaan penyedia jasa perjalanan ibadah dan wisata. Penelitian menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kepustakaan, yang berfokus pada analisis aspek-aspek standar halal, meliputi produk/jasa wisata, proses pelayanan, sumber daya manusia, kepatuhan regulasi dan sertifikasi, dan strategi pemasaran. Hasil penelitian menunjukkan bahwa PT Fandiego Tour and Travel Tasikmalaya telah mengimplementasikan penerapan SOP berbasis syariah, pembinaan SDM, kepatuhan pada Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal, serta strategi pemasaran berbasis nilai-nilai Islami. Penerapan ini memberikan kenyamanan spiritual, meningkatkan kepercayaan pelanggan, dan memperkuat daya saing perusahaan di industry pariwisata halal. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi perusahaan jasa perjalanan lain dalam mengembangkan layanan yang sesuai dengan prinsip syariah.

Kata Kunci: Standar Halal, Pariwisata Halal, PT Fandiego Tour and Travel SOP Syariah, Jaminan Produksi Halal

Abstract

Keywords: *This study aims to analyze the implementation of halal standards at PT Fandiego Tour and Travel Tasikmalaya, a company providing pilgrimage and travel services. The research uses a descriptive qualitative method with a literature review approach, focusing on the analysis of several halal standard aspects, including tourism products/services, service processes, human resources, regulatory compliance and certification, and marketing strategies. The results indicate that PT Fandiego Tour and Travel Tasikmalaya has comprehensively implemented halal standards through the selection of Muslim-friendly accommodations and airlines, the application of Sharia-based Standard Operating Procedures (SOPs), staff training, compliance with Law Number 33 of 2014 on Halal Product Assurance, and marketing strategies that emphasize Islamic values. This implementation enhances spiritual comfort, builds customer trust, and strengthens the company's competitive advantage in the halal tourism industry. The findings are expected to serve as a reference for other travel service companies seeking to adopt halal standards in their operations.*

Keywords: Halal Standards, Halal Tourism, PT Fandiego Tour and Travel, Sharia-based SOP, Halal Product Assurance

PENDAHULUAN

Halal merupakan salah satu konsep dari lima kategori hukum Islam (*al-Aḥkām al-Khamsah*) yang digunakan untuk menilai moralitas tindakan manusia. Lawan dari halal adalah haram, yaitu segala sesuatu yang dilarang secara tegas dalam syariat. Dalam Al-Qur'an, istilah ḥalāl umumnya dikaitkan dengan ketentuan yang sesuai dengan kehendak dan perintah Allah SWT, sehingga memiliki nilai kesucian yang lebih tinggi dibandingkan dengan istilah hukum lain seperti *jā'iz* atau *mubāḥ*. Oleh karena itu, seorang Muslim diwajibkan untuk hanya mengonsumsi sesuatu yang halal serta menjauhi segala yang diharamkan. Prinsip ini tidak hanya berlaku pada aspek makanan dan minuman, tetapi juga pada berbagai aktivitas kehidupan sehari-hari. Mengonsumsi yang halal, bersih, dan baik (*ṭayyib*) merupakan perintah agama sekaligus kewajiban hukum bagi setiap Muslim, karena hal tersebut menjadi bagian dari upaya menjaga kesucian diri dan ketaatan terhadap perintah Allah SWT. Berdasarkan uraian tersebut, pariwisata

halal dapat dipahami sebagai bentuk kegiatan wisata yang dilaksanakan sesuai dengan prinsip-prinsip ajaran Islam. Konsep ini mencakup wisatawan Muslim yang tetap berupaya mempertahankan praktik dan kebiasaan keagamaan mereka selama melakukan perjalanan wisata. Dengan demikian, pariwisata halal juga diharapkan menjadi tujuan religius, yang tidak terbatas pada wilayah atau negara.

Pariwisata halal merujuk pada destinasi wisata, objek wisata, maupun aktivitas yang diperbolehkan dalam syariat Islam untuk dimanfaatkan atau diikuti oleh wisatawan Muslim. Dengan kata lain, seluruh layanan, fasilitas, dan kegiatan yang disediakan dalam industri pariwisata harus sesuai dengan ketentuan halal agar dapat memberikan kenyamanan sekaligus menjamin terpenuhinya kebutuhan spiritual wisatawan Muslim.

PT Fandiego Tours & Travel Tasikmalaya merupakan perusahaan yang bergerak di bidang jasa perjalanan, khususnya perjalanan ibadah dan wisata, yang dikelola secara profesional dan berorientasi pada kepuasan pelanggan. Perusahaan ini hadir sebagai mitra perjalanan yang tidak hanya menawarkan layanan transportasi, tetapi juga memberikan pengalaman spiritual dan rekreatif yang berkualitas.

Beberapa tantangan utama yang dihadapi oleh PT Fandiego Tour and Travel Tasikmalaya antara lain adalah keterbatasan sumber daya manusia dalam mengadaptasi berbagai kebijakan dan prosedur operasional. Selain itu, ada juga faktor eksternal seperti kurangnya pengetahuan dan pelatihan yang spesifik terkait dengan pariwisata halal bagi tenaga kerja di sektor ini.

Penerapan standar halal tidak hanya menjadi faktor penting dalam meningkatkan daya saing perusahaan, tetapi juga dalam menciptakan pengalaman wisata yang aman, nyaman, dan sesuai dengan nilai-nilai syariah bagi wisatawan Muslim. Oleh karena itu, penting untuk mengkaji lebih dalam apakah PT Fandiego Tour and Travel Tasikmalaya telah menerapkan standar halal yang sesuai dengan nilai-nilai syariah dan ketentuan regulasi yang berlaku.

Studi ini bertujuan untuk menganalisis penerapan standar halal pada PT Fandiego Tour and Travel Tasikmalaya, agar pelanggan merasakan pengalaman wisata yang aman, nyaman, dan sesuai dengan nilai-nilai syariah. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi praktis bagi pengembangan pariwisata halal di Indonesia, serta memberikan wawasan yang berguna bagi perusahaan jasa perjalanan lainnya yang ingin menerapkan standar halal dalam operasional mereka.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan secara detail mengenai penerapan standar halal Internasional oleh PT Fandiego Tour and Travel Tasikmalaya. Penelitian ini bertujuan untuk memahami persepsi, tantangan, dan solusi yang diterapkan perusahaan dalam memenuhi standar halal.

Metode pengumpulan data dalam penelitian ini sepenuhnya menggunakan data sekunder yang diperoleh melalui studi kepustakaan. Data dikumpulkan dari berbagai sumber tertulis yang relevan seperti buku, jurnal ilmiah, artikel, serta dokumen resmi yang membahas mengenai mekanisme klaim pada takaful keluarga dan asuransi jiwa konvensional. Dengan mengkaji teori-teori dan hasil penelitian sebelumnya, peneliti menganalisis dan membandingkan sistem klaim kedua jenis asuransi tersebut secara deskriptif guna memperoleh pemahaman yang mendalam serta menyusun kesimpulan berdasarkan landasan teori yang kuat.

TINJAUAN PUSTAKA

Konsep dan Standar Halal

Secara etimologis, kata *halal* berasal dari bahasa Arab yang memiliki arti sesuatu yang diperbolehkan, diizinkan, sah, atau legal menurut ajaran Islam. Dalam terminologi syariah *halal* dipahami sebagai segala sesuatu yang diizinkan untuk dilakukan atau dikonsumsi oleh umat Islam sesuai dengan ketentuan hukum agama. Saat ini, konsep *halal* telah berkembang menjadi bagian dari gaya hidup masyarakat global, termasuk di Indonesia. Tidak lagi terbatas pada makanan dan minuman, penerapan prinsip *halal* kini juga meluas ke berbagai sektor lain seperti fashion, kosmetik, sistem keuangan, hingga pariwisata. Menurut Zulkifli (Akyol & Kiliç, 2014), pasar *halal* terbagi menjadi tiga kategori utama, yakni produk makanan, gaya hidup (seperti kosmetik dan tekstil), serta layanan yang mencakup sektor pariwisata, keuangan, dan transportasi.

Standar *halal* tidak hanya dilihat dari sudut pandang keagamaan, tetapi juga berkaitan dengan jaminan mutu dan keamanan. Bagi umat Muslim, kehalalan produk mencerminkan kepatuhan terhadap prinsip spiritual dan nilai-nilai agama (*spiritual safety concern*). Namun, dari perspektif konsumen secara umum maupun pelaku industri, produk *halal* juga dinilai sebagai bentuk kepastian terhadap kualitas, keamanan, serta kesehatan produk yang digunakan atau dikonsumsi (*quality and health concern*). Oleh karena itu, konsep *halal* menjadi penting tidak hanya dalam konteks religius, tetapi juga dalam konteks perlindungan konsumen.

Sejalan dengan pentingnya standar *halal*, produk yang diklaim *halal* dan beredar di pasar harus melalui proses audit yang ketat. Proses ini dilakukan oleh lembaga pemeriksa *halal* dan harus mendapatkan pengesahan dari otoritas ulama di suatu negara. Sertifikat *halal* sendiri merupakan bentuk fatwa tertulis yang dikeluarkan oleh lembaga ulama resmi, sebagai bukti bahwa suatu produk atau jasa telah memenuhi seluruh kriteria kehalalan sesuai syariat dan telah lolos dalam proses pemeriksaan serta verifikasi *halal*.

Untuk memperkuat hal ini secara hukum, pemerintah Indonesia telah menerbitkan Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. Dalam Pasal 4 disebutkan bahwa seluruh produk yang beredar dan diperjualbelikan di wilayah Indonesia wajib memiliki sertifikat *halal*. Ketentuan ini mulai berlaku secara efektif lima tahun setelah undang-undang tersebut diundangkan, sebagaimana tercantum dalam Pasal 67. Standar *halal* memiliki beberapa aspek untuk memenuhi regulasi yang ada sesuai dengan syariat Islam, yaitu:

a. Aspek Standar Halal Produk/jasa wisata (akomodasi, destinasi)

Dalam konteks pariwisata *halal*, berbagai produk dan layanan wisata dirancang agar sesuai dengan kebutuhan wisatawan Muslim. Misalnya, hotel-hotel syariah tidak menyediakan minuman beralkohol dan memiliki fasilitas terpisah antara pria dan wanita seperti kolam renang atau spa. Selain itu, destinasi wisata juga harus menyediakan makanan yang terjamin kehalalannya, fasilitas ibadah yang memadai, serta lingkungan yang mendukung gaya hidup Islami. Elemen-elemen seperti ruang salat, tempat wudu, Al-Qur'an di kamar, penunjuk kiblat, dan tampilan staf yang sopan menjadi komponen penting dalam membangun suasana ramah Muslim di sektor wisata.

b. Aspek Standar Halal dalam Pelayanan.

Dalam penerapan standar *halal*, bukan hanya produknya yang harus memenuhi ketentuan syariah, tetapi juga seluruh proses operasional dan pelayanan yang terlibat. Setiap tahapan dalam pelayanan wisata dari mulai pemesanan, penerimaan tamu, penyajian makanan, hingga aktivitas wisata harus bebas dari unsur yang bertentangan dengan prinsip *halal*. Proses pelayanan ini juga perlu memperhatikan nilai-nilai Islam, seperti tidak mencampuradukkan tamu pria dan wanita dalam satu ruangan tertutup jika bukan mahram, tidak menampilkan hiburan yang bertentangan dengan norma Islam, serta menjaga adab dan etika pelayanan. Hal ini memastikan bahwa wisatawan Muslim tidak hanya merasa nyaman, tetapi juga tenang secara spiritual dalam menikmati layanan yang diberikan.

Sebagai bagian dari komitmen perusahaan terhadap pelayanan *halal*, kebijakan *halal* perusahaan menjadi elemen dasar yang harus ditetapkan secara formal. Kebijakan ini merupakan pedoman utama yang menentukan arah operasional suatu perusahaan jasa wisata dalam menerapkan prinsip-prinsip *halal*. Kebijakan tersebut harus dirumuskan dengan jelas dan dituangkan dalam bentuk Standar Operasional Prosedur (SOP) agar dapat diterapkan secara konsisten di dalam proses pelayanan yang bertujuan memastikan integritas *halal* dari hulu ke hilir.

c. Aspek Standar Halal Sumber Daya Manusia

Sumber Daya Manusia (SDM) memegang peranan penting dalam keberhasilan penerapan standar halal, terutama dalam perusahaan jasa di industri pariwisata halal. Keberhasilan sistem halal tidak hanya bergantung pada kebijakan dan fasilitas, tetapi juga sangat ditentukan oleh kualitas dan kompetensi tenaga kerja yang mengelolanya. Oleh karena itu, pengembangan SDM menjadi bagian yang tidak terpisahkan dalam upaya memastikan kehalalan produk dan layanan.

Pelaku usaha halal juga membutuhkan SDM yang memiliki nilai-nilai etika dan spiritual sesuai dengan maqashid syariah. Untuk mewujudkan prinsip-prinsip dasar hukum Islam (*qawaid al-khams*), pengembangan SDM harus mencakup peningkatan pengetahuan dan penginternalisasian nilai-nilai seperti ihsan (berbuat baik), istiqamah (konsistensi), ketulusan, integritas, komitmen, dan keadilan. Nilai-nilai ini dapat dibangun melalui pelatihan, pembinaan, dan pemberdayaan yang berkelanjutan, sehingga mampu menumbuhkan kesadaran produsen untuk menghasilkan produk dan jasa halal yang bermanfaat, aman, dan tidak membahayakan konsumen.

Mengacu pada sistem regulasi di Malaysia yang dikemukakan oleh Sariwati, terdapat beberapa strategi penting untuk pengembangan SDM halal yang bisa dijadikan acuan. Pertama, kebijakan modal manusia harus dirancang secara sistematis dengan dukungan penuh dari manajemen puncak serta diselaraskan dengan visi dan strategi organisasi. Kedua, model pelatihan SDM harus mengintegrasikan kebutuhan sumber daya manusia dengan rencana bisnis dan inovasi teknologi, lengkap dengan paket insentif untuk pengembangan staf. Ketiga, pelaksanaan *Training Needs Analysis* (TNA) sangat penting untuk mengidentifikasi kebutuhan pelatihan, menilai kinerja, serta merancang konten pelatihan yang efektif dan efisien dengan dukungan manajemen. Keempat, pelatihan harus mencakup penguasaan ilmu baru, prinsip syariah, dan hukum Islam agar tenaga kerja memahami dasar-dasar fikih yang digunakan dalam pengambilan keputusan halal. Kelima, pengembangan keterampilan operasional dan psikomotor yang relevan dalam bisnis halal menjadi kunci untuk meningkatkan produktivitas, kualitas, serta daya saing. Keenam, nilai-nilai etika kerja halal seperti rasa hormat, ketulusan, kesetiaan, dan penghormatan terhadap keyakinan beragama perlu diinternalisasikan tidak hanya kepada pekerja Muslim, tetapi juga non-Muslim.

Dengan demikian, pengembangan SDM dalam industri halal harus bersifat menyeluruh, menggabungkan aspek teknis, spiritual, dan etika agar tercipta tenaga kerja yang profesional sekaligus berintegritas tinggi dalam menjalankan prinsip-prinsip halal.

d. Aspek Standar Halal dalam Kepatuhan terhadap Regulasi dan Sertifikasi Halal.

Standar halal tidak hanya bersifat normatif atau etika, tetapi juga memiliki dasar hukum yang mengikat. Di Indonesia, kepastian hukum mengenai produk halal ditegaskan dalam Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 tentang Jaminan Produk Halal. Dalam Pasal 4 disebutkan bahwa setiap produk yang beredar dan diperjualbelikan di Indonesia wajib memiliki sertifikat halal. Proses sertifikasi dilakukan oleh lembaga pemeriksa halal dan harus disahkan oleh otoritas ulama di negara tersebut. Sertifikat halal merupakan fatwa tertulis dari lembaga ulama sebagai bukti bahwa suatu produk atau jasa telah melewati proses audit dan dinyatakan sesuai dengan ketentuan syariah. Ketentuan ini mulai berlaku secara efektif lima tahun sejak undang-undang tersebut disahkan, sebagaimana diatur dalam Pasal 67. Kewajiban ini meluas ke perusahaan jasa pariwisata sebagai pihak yang bertanggung jawab menyusun paket perjalanan, perusahaan jasa wisata memiliki kewajiban untuk memastikan seluruh layanan yang mereka sediakan seperti akomodasi dan konsumsi memenuhi standar halal. Perusahaan jasa pariwisata harus sangat selektif dalam memilih restoran, katering, atau penyedia makanan lainnya yang akan digunakan untuk melayani para wisatawan mereka. Mereka wajib memverifikasi bahwa tempat makan yang dipilih memiliki Sertifikat Halal resmi yang sah. Hal ini sangat penting karena populasi mayoritas Muslim di Indonesia, serta pertumbuhan segmen wisatawan Muslim global (*Halal Tourism*), menjadikan jaminan halal sebagai faktor penentu utama dalam memilih paket wisata. Dengan memastikan ketersediaan makanan halal, perusahaan jasa pariwisata tidak hanya memenuhi tuntutan regulasi dan menghilangkan kekhawatiran wisatawan, tetapi juga memperluas pasar, dan membangun kepercayaan yang tinggi.

e. Aspek Standar Halal Strategi Pemasaran Halal Tourism.

Strategi pemasaran dalam pariwisata halal harus dibangun berdasarkan pemahaman mendalam mengenai prinsip-prinsip syariah serta kebutuhan khusus dari wisatawan Muslim. Hal ini menjadi sangat penting mengingat pesatnya pertumbuhan sektor pariwisata halal, baik di Indonesia maupun secara global, sehingga membutuhkan panduan operasional yang sesuai dengan prinsip Islam.

Sebagai landasan hukum dan pedoman, Fatwa Dewan Syariah Nasional Majelis Ulama Indonesia (DSN-MUI) Nomor 108/DSN-MUI/X/2016 tentang Pedoman Penyelenggaraan Pariwisata Berdasarkan Prinsip Syariah diterbitkan. Fatwa ini lahir sebagai respons terhadap dua alasan utama yakni pertama, perkembangan pesat industri pariwisata halal yang menuntut adanya standar penyelenggaraan yang sesuai dengan prinsip syariah dan kedua, belum adanya ketentuan hukum yang mengatur secara khusus penyelenggaraan pariwisata berdasarkan prinsip tersebut dalam fatwa DSN-MUI sebelumnya.

Dalam konteks tersebut, strategi pemasaran harus menonjolkan keunggulan layanan syariah, seperti penyediaan fasilitas ibadah yang memadai, makanan dan minuman halal, serta lingkungan yang mendukung nilai-nilai Islam. Hal ini diharapkan dapat menarik segmen pasar Muslim yang terus berkembang di tingkat nasional maupun internasional, sekaligus memberikan kepastian bagi pelaku usaha dalam mengembangkan produk dan layanan halal.

Untuk memperkuat penerapan strategi pemasaran ini, perlu dipahami definisi strategi pemasaran menurut berbagai ahli. Kotler dan Armstrong (2008) mengartikan strategi pemasaran sebagai suatu kerangka berpikir bisnis yang digunakan untuk menciptakan nilai dan meraih keuntungan melalui hubungan yang terjalin dengan konsumen. Kurtz (2008) menjelaskan strategi pemasaran sebagai keseluruhan program yang dibuat perusahaan untuk menentukan target pasar dan memenuhi kebutuhan konsumen melalui perpaduan elemen marketing mix seperti produk, distribusi, promosi, dan harga. Philip Kotler menyebutkan bahwa strategi pemasaran adalah pola pikir yang terencana guna mencapai tujuan pemasaran dengan fokus pada pemilihan pasar sasaran, penetapan posisi produk, penyusunan bauran pemasaran, dan pengelolaan anggaran. Sementara itu, Tjiptono memandang strategi pemasaran sebagai alat utama untuk menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan melalui program pemasaran yang melayani pasar target secara efektif. Stanton juga menambahkan bahwa strategi pemasaran merupakan suatu sistem yang mencakup perencanaan harga, promosi, serta distribusi produk atau jasa dengan tujuan utama memenuhi kepuasan konsumen.

Dengan pemahaman yang komprehensif tersebut, pelaku usaha pariwisata halal dapat merancang dan melaksanakan strategi pemasaran yang tidak hanya sesuai dengan prinsip syariah, tetapi juga mampu bersaing dan memenuhi kebutuhan konsumen Muslim secara efektif dan berkelanjutan.

PEMBAHASAN

Penerapan standar halal pada PT Fandiego Tour and Travel Tasikmalaya

PT Fandiego Tours & Travel Tasikmalaya merupakan salah satu perusahaan penyedia jasa perjalanan ibadah dan wisata halal yang berkomitmen memberikan layanan profesional, amanah, dan terpercaya. Perusahaan ini berpusat di Jl. Bojong Tengah No. 5A, Cipedes, Kota Tasikmalaya dengan legalitas resmi sebagai Penyelenggara Perjalanan Ibadah Umrah (PPIU) berdasarkan izin operasional dari Kementerian Agama Republik Indonesia. Legalitas tersebut menjadi bukti bahwa Fandiego telah memenuhi standar penyelenggaraan perjalanan ibadah sesuai dengan regulasi pemerintah, khususnya Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2019 tentang Penyelenggaraan Ibadah Haji dan Umrah.

Sejak berdiri, PT Fandiego Tours & Travel Tasikmalaya mengusung visi "Your Best Way to Travel and Take You to Baitullah", yaitu menjadi perusahaan terdepan dan terpercaya dalam bidang pelayanan pariwisata halal. Visi ini diwujudkan melalui penyediaan berbagai layanan perjalanan, mulai dari tiket domestik dan internasional, reservasi hotel, paket wisata halal, hingga paket umrah dengan berbagai pilihan fasilitas, seperti paket reguler, paket premium bintang lima, serta paket umrah plus wisata ke Turki atau Dubai.

Dalam menjalankan operasionalnya, perusahaan menekankan profesionalitas, integritas, kenyamanan, dan keamanan jamaah. Dukungan sumber daya manusia yang berpengalaman, fasilitas kantor yang nyaman, layanan online 24/7, serta kerjasama dengan maskapai penerbangan dan mitra terbaik di bidangnya menjadi keunggulan utama Fandiego. Tidak hanya itu, perusahaan juga aktif memanfaatkan media sosial seperti WhatsApp, Instagram, Facebook, TikTok, dan YouTube untuk memperluas jangkauan informasi kepada masyarakat.

Seiring waktu, PT Fandiego Tours & Travel Tasikmalaya telah melayani ribuan jamaah dari berbagai daerah Tasikmalaya, yang menjadi salah satu pasar penting bagi perusahaan. Pencapaian ini menunjukkan tingkat kepercayaan masyarakat yang tinggi terhadap layanan yang diberikan. Hal ini juga menguatkan posisi Fandiego sebagai salah satu agen travel yang konsisten dalam menerapkan

standar halal, baik dari segi legalitas, produk, maupun pelayanan.

Sebagaimana diuraikan dalam bagian sebelumnya, posisi PT Fandiego Tours & Travel Tasikmalaya sebagai salah satu perusahaan yang dipercaya masyarakat Tasikmalaya dan sekitarnya karena didasarkan pada komitmen terhadap pelayanan dan legalitas. Komitmen ini ditetapkan secara menyeluruh melalui implementasi standar halal yang menyeluruh. Penerapan standar ini mencakup seluruh pelayanan yang dianalisis berdasarkan lima aspek penting, yaitu:

a. Aspek Standar Halal Produk/jasa wisata (Akomodasi dan Destinasi)

Aspek pertama dan paling fundamental dalam perusahaan jasa pariwisata halal adalah jaminan kehalalan jasa yang ditawarkan. Bagi Fandiego, standar ini diterjemahkan melalui serangkaian kebijakan ketat dalam penentuan akomodasi, destinasi, dan kuliner yang disajikan kepada pelanggan. Dalam pemilihan akomodasi, Fandiego secara eksklusif bermitra dengan hotel yang berkomitmen pada prinsip syariah, baik di dalam maupun luar negeri. Hal ini dibuktikan melalui kerjasama dengan hotel Ibis, Le Meridian, Al-Massa, One Inn, Nusk Al Eman, yang memastikan tidak adanya minuman beralkohol dan penyediaan fasilitas ibadah yang memadai di setiap kamar. Jaminan *Muslim-friendly* juga diterapkan pada destinasi dan selama perjalanan. Fandiego memastikan seluruh jadwal perjalanan disesuaikan dengan waktu salat lima waktu (*Prayer Time Management*) dan menyediakan fasilitas ibadah.

Secara spesifik, Fandiego juga memastikan memilih maskapai yang sudah terbukti kehalalannya, seperti maskapai Qatar Airlines, Etihad Airlines, Oman Air, Garuda Indonesia Airlines, Lion Air, Saudi Arabian Airlines, yang menyediakan doa-doa dalam fasilitasnya, makanan dengan terjamin, dan fasilitas *muslim friendly* lainnya. Dengan demikian, aspek ini menjadi pilar utama yang menjamin kenyamanan dan kepastian ibadah bagi setiap jamaah yang menggunakan layanan Fandiego.

b. Aspek Standar Halal Proses Pelayanan

Selain jaminan pada produk fisik dan jasa, standar halal juga harus diterapkan dalam mekanisme interaksi perusahaan dengan pelanggan, yang dianalisis melalui Aspek Standar Halal Proses Pelayanan. Komitmen mendasar ini secara resmi diaplikasikan melalui penetapan Kebijakan Mutu Halal Perusahaan, dokumen ini kemudian diturunkan secara terperinci ke dalam Standar Operasional Prosedur (SOP). SOP ini berfungsi mengatur setiap tahapan interaksi, mulai dari proses pemesanan awal hingga pelaksanaan tour di lapangan, dengan fokus utama pada adab dan etika pelayanan Islami. Hal ini terwujud dalam kewajiban berbusana Muslim/Muslimah bagi pegawai bagian depan maupun pegawai bagian belakang dan penggunaan komunikasi yang santun saat melayani tamu di kantor PT Fandiego. Selain itu, Fandiego juga menerapkan kaidah pemisahan non-mahram, dibuktikan dengan prosedur verifikasi mahram pada *booking* kamar dan pengaturan denah tempat duduk di transportasi. Dan memegang kendali penuh terhadap unsur hiburan, memastikan seluruh media dan materi yang disajikan selama perjalanan bebas dari konten yang bertentangan dengan norma Islam, sehingga pelanggan tidak hanya merasakan kenyamanan fisik, tetapi juga mencapai ketenangan spiritual yang menjadi esensi dari pelayanan halal.

c. Aspek Standar Halal Sumber Daya Manusia

Meskipun proses operasional telah diatur secara rinci melalui SOP dan Kebijakan Halal, keberhasilan sistem halal secara keseluruhan sangat ditentukan oleh kualitas pelaksana/sumber daya manusia. Oleh karena itu dalam Aspek Sumber Daya Manusia (SDM), Fandiego telah memiliki teknis awal yang baik dengan mengawasi tenaga kerja, seperti melalui sertifikasi Tour Leader dan memilih sumber daya manusia yang sesuai dengan kriteria keislaman. Namun, ditemukan bahwa peningkatan berkelanjutan harus diarahkan pada dua dimensi penting. Pertama, kebutuhan untuk meningkatkan dan menginternalisasi nilai-nilai spiritual (*istiqamah*, *ihsan*, dan *ketulusan*) harus didorong melalui program pembinaan dan Tarbiyah Staf yang lebih mendalam, sejalan dengan prinsip *maqashid syariah*. Kedua, pengembangan SDM perlu dirancang secara lebih sistematis dan terstruktur, tidak hanya sebagai pelatihan rutin, tetapi sebagai strategi modal staf yang didukung oleh manajemen. Hal ini mencakup pelaksanaan *Training Needs Analysis* (TNA) yang efektif untuk mengidentifikasi kesenjangan pengetahuan fikih dan keterampilan yang spesifik dalam bisnis halal, memastikan tenaga kerja Fandiego tidak hanya profesional secara teknis tetapi juga memiliki integritas spiritual yang tinggi dalam menjamin kehalalan layanan dari kantor Tasikmalaya hingga Tanah Suci.

d. Aspek Standar Halal Kepatuhan terhadap Regulasi dan Sertifikasi Halal.

Selain menjamin kualitas SDM melalui pembinaan etika dan spiritual, PT Fandiego Tours &

Travel Tasikmalaya juga beroperasi dalam kerangka kepatuhan hukum yang ketat. Kualitas internal SDM tidak akan berarti tanpa pengesahan dan pengawasan dari otoritas resmi, yang diatur dalam Aspek Kepatuhan terhadap Regulasi dan Sertifikasi Halal. Kepatuhan Fandiego terhadap Undang-Undang Nomor 33 Tahun 2014 menjadi fondasi legalitas, di mana saat ini perusahaan telah menjamin kehalalan produk makanan yang dikonsumsi pelanggan dengan Sertifikat Halal. Secara operasional, kewajiban ini diwujudkan melalui pemilihan vendor/katering makanan yang telah bersertifikasi halal dengan menyerahkan dan memverifikasi Sertifikat Halal resmi dari LPPOM MUI atau otoritas yang sah, dan telah menjamin bahwa layanan yang disediakan telah melewati proses audit. Konsistensi Fandiego dalam mematuhi regulasi ini berfungsi sebagai faktor penentu utama bagi masyarakat yang menjadikan jaminan halal sebagai syarat wajib, sekaligus memperluas pasar dan membangun kepercayaan tinggi di wilayah Tasikmalaya dan sekitarnya.

e. Aspek Standar Halal Strategi Pemasaran Halal Tourism.

Kepatuhan hukum dan regulasi yang telah dicapai Fandiego merupakan fondasi legalitas yang kuat. Namun, legalitas tersebut harus dikomunikasikan secara efektif kepada pasar. Oleh karena itu, Aspek Strategi Pemasaran Halal Tourism, yang bertugas menciptakan nilai dan mengkomunikasikan keunggulan syariah Fandiego kepada pasar Muslim secara berkelanjutan sejalan dengan Fatwa DSN-MUI No. 108/2016. Strategi Fandiego dimulai dari memosisikan produk yang memperlihatkan jaminan ibadah yang nyaman dan kehalalan fasilitas sebagai nilai jual utama, yang diyakini mampu menarik pasar Muslim yang terus berkembang. Implementasi pemasaran diwujudkan dengan promosi yang memadukan media digital seperti Instagram, Facebook, Web digital, Whatsapp, Meta Ads yang dimana fokus pada konten edukasi dan testimonial tour dengan keterlibatan *face-to-face* melalui keaktifan di acara pengajian, booth di Masjid Agung Tasikmalaya hingga mengikuti Event Muslim Fair yang rutin dilaksanakan selama satu tahun sekali di Plaza Asia Tasikmalaya, dan memastikan komunikasi dengan pelanggan tersampaikan secara langsung. Sementara itu, strategi harga dirancang untuk menyeimbangkan kualitas premium dengan daya beli lokal melalui paket yang transparan dan bebas gharar, didukung oleh jaringan distribusi yang strategis di area yang mudah diakses oleh komunitas Muslim, sehingga secara keseluruhan, Fandiego telah menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian di atas, dapat disimpulkan bahwa penerapan standar halal di PT Fandiego Tour and Travel Tasikmalaya telah berjalan dengan baik, benar dan konsisten. Perusahaan ini tidak hanya menjamin kehalalan produk dan jasa yang mematuhi ketentuan syariah melalui kerja sama dengan hotel, maskapai dan penyedia konsumsi yang tersertifikasi halal, tetapi juga memastikan bahwa seluruh rangkaian pelayanan wisata teintegrasi dengan nilai-nilai Islam.

Proses pelayanan diatur melalui Standar Operasional Prosedur (SOP) yang berlandaskan prinsip syariah, disertai dengan pemisahan non-mahrom, penyediaan fasilitas ibadah, pengaturan jadwal perjalanan yang menyesuaikan waktu shalat, serta pengawasan terhadap konten hiburan agar tetap sesuai dengan norma agama.

Pengelola sumber daya manusia dilakukan melalui seleksi tenaga kerja yang sesuai dengan nilai-nilai keislaman serta pelatihan yang berkelanjutan, termasuk internalisasi nilai-nilai spiritual seperti ihsan, istiqomah, dan integritas agar kualitas layanan semakin optimal. Selain itu, dalam hal kepatuhan hukum, PT Fandiego telah menjalankan kewajiban sesuai dengan Undang-Undang Nomor 33 tahun 2014 tentang jaminan produk halal serta peraturan terkait penyelenggaraan ibadah umrah. Perusahaan telah mematuhi regulasi pemerintah terkait sertifikasi halal dan memanfaatkan strategi pemasaran yang efektif untuk menjangkau segmen pasar muslim.

Implementasi menyeluruh ini dapat memperluas jangkauan pasar yang tidak hanya meningkatkan kepercayaan pelanggan, tetapi juga memberikan kontribusi positif bagi pengembangan industri pariwisata halal di Tasikmalaya dan Indonesia secara umum.

DAFTAR PUSTAKA

Andini, Y. P., and Y. A. Wijaya. "Sumber Daya Manusia Dalam Pengembangan Industri Halal." *EKSAYA: Jurnal Ilmiah Ekonomi Syariah*, vol. 1, 2023, pp. 60-70, <http://jurnal.iaih.ac.id/index.php/EKSYA/article/view/689%0Ahttps://jurnal.iaih.ac.id/inde>

- x.php/EKSYA/article/download/689/258.
- Annisa Aulia Azzahra, Marizqa Mustika Dara, Nazla Minda Mahira, Dini Vientiany. "Aspek Syariah Dan Halal." *Jurnal Sains Student Research*. Vol.3, No.1 Februari 2025 e-ISSN: 3025-9851; p-ISSN: 3025-986X, Hal 520-530 DOI: <https://doi.org/10.61722/jssr.V3i1.3623>, vol. 3, no. 1, 2024, pp. 520-30.
- Bernik, Merita, et al. "Standar Penerapan Wisata Halal Bagi Pelaku Industri Pariwisata Di Kota Bandung." *Jurnal Pemberdayaan Masyarakat Madani (JPMM)*, vol. 3, no. 1, 2019, pp. 83-93, <https://doi.org/10.21009/jpmm.003.1.06>.
- Kualitas, Pengaruh, et al. "Pengaruh Kualitas Layanan Dan Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Grabfood (Studi Wilayah Kecamatan Setiabudi)." *Jurnal Ilmiah M-Progress*, vol. 12, no. 1, 2022, pp. 70-83, <https://doi.org/10.35968/m-pu.v12i1.867>.
- Pratama, Dito Alif, and Inna Imanestia Habibah. "Peran Perusahaan Tour & Travel Dalam Meningkatkan Minat Pariwisata Halal (Studi Pada ESQ Tour & Travel)." *Al-Tasyree: Jurnal Bisnis, Keuangan Dan Ekonomi Syariah*, vol. 14, no. 01, 2025, pp. 11-21, <https://doi.org/10.59833/vapdpz61>.