



SOFT POWER THAILAND DALAM MEMPERERAT HUBUNGAN DENGAN NEGARA MUSLIM MELALUI KONSEP HALAL TOURISM

Gita Bhayangkari Manglili¹, Etik Siswatinigrum²
gitabhayangkari07@gmail.com¹, etik.ningrum16@gmail.com²
Universitas Pendidikan Muhammadiyah Sorong

Abstrak

Penelitian ini membahas bagaimana Thailand memanfaatkan halal tourism sebagai strategi soft power untuk mempererat hubungan dengan negara Muslim. Dengan meningkatnya jumlah wisatawan Muslim global, Thailand melihat peluang untuk mengembangkan pariwisata halal sebagai bagian dari diplomasi publiknya. Melalui kebijakan ini, Thailand tidak hanya berupaya menarik wisatawan Muslim, tetapi juga membangun citra positif sebagai negara yang ramah terhadap Muslim. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan teknik pengumpulan data yaitu data sekunder. Teori dan konsep yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori diplomasi publik, konsep soft power, serta konsep halal tourism. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Thailand telah melakukan berbagai upaya dalam mengembangkan pariwisata halal, seperti penyediaan makanan bersertifikat halal, akomodasi yang ramah Muslim, serta fasilitas ibadah yang mudah diakses. Kebijakan ini tidak hanya berdampak positif pada industri pariwisata Thailand, tetapi juga memperkuat hubungan diplomatik dengan negara-negara berpenduduk mayoritas Muslim. Dengan menjadikan pariwisata halal sebagai bagian dari strategi soft power, Thailand mampu membangun hubungan yang lebih erat dengan dunia Muslim serta memperkuat citranya sebagai destinasi wisata yang inklusif.

Kata kunci: Soft power, Diplomasi Publik, Halal Tourism, Thailand, Wisatawan Muslim.

Abstract

This research discusses how Thailand uses halal tourism as a soft power strategy to strengthen relations with Muslim countries. With the increasing number of global Muslim tourists, Thailand sees an opportunity to develop halal tourism as part of its public diplomacy. Through this policy, Thailand is not only trying to attract Muslim tourists, but also building a positive image as a Muslim-friendly country. This research uses qualitative methods with data collection techniques, namely secondary data. The theories and concepts used in this research are public diplomacy theory, the concept of soft power, and the concept of halal tourism. The research results show that Thailand has made various efforts to develop halal tourism, such as providing halal-certified food, Muslim-friendly accommodation, and easily accessible worship facilities. This policy not only had a positive impact on Thailand's tourism industry, but also strengthened diplomatic relations with Muslim-majority countries. By making halal tourism part of its soft power strategy, Thailand is able to build closer ties with the Muslim world and strengthen its image as an inclusive tourist destination.

Keywords: Soft power, Public Diplomacy, Halal Tourism, Thailand, Muslim Tourists.

PENDAHULUAN

Dalam beberapa tahun terakhir, konsep halal tourism atau pariwisata halal semakin populer di kalangan negara-negara berpenduduk Muslim. Hal ini tidak lepas dari meningkatnya permintaan wisatawan Muslim yang mencari destinasi yang sesuai dengan nilai-nilai agama mereka. Thailand, sebagai negara yang terkenal dengan keberagaman budaya dan keindahan alamnya, mulai mengembangkan sektor ini untuk menarik lebih banyak wisatawan dari negaranegara Muslim. Laporan Global Muslim Travel Index (GMTI) menunjukkan bahwa jumlah wisatawan Muslim akan terus meningkat dan diperkirakan akan mencapai sekitar 230 juta pada tahun 2026 (Memahami Konsep Wisata Halal Dan Destinasinya Di Indonesia, n.d.). Ini menunjukkan bahwa Thailand dapat memanfaatkan potensi ini untuk menarik lebih banyak wisatawan dari negaranegara Muslim.

Konsep wisata halal tidak hanya menawarkan pengalaman wisata yang sesuai dengan syariah Islam, tetapi juga memberi negara-negara dengan penduduk Muslim kesempatan untuk membangun hubungan yang lebih erat melalui pariwisata. Sebagai salah satu negara dengan destinasi wisata, Thailand, memiliki banyak potensi untuk pengembangan wisata halal, terutama karena keanekaragaman budaya dan keindahan alamnya (7 Negara Di Asia Yang Paling Banyak Dikunjungi Wisatawan, 2024). Hal ini tidak terlepas dari efek globalisasi telah mendorong hibridisasi budaya, di mana nilai-nilai religius halal dapat berbaur dengan kondisi sosial masyarakat Thailand yang mayoritas beragama Buddha. Hal ini menjadikan Thailand sebagai destinasi wisata yang ramah bagi wisatawan Muslim melalui konsep wisata halal (Anggara, 2022). Pemerintah Thailand, melalui Kementerian Pariwisata dan Olahraga, telah berupaya mengembangkan industri halal, termasuk dalam sektor pariwisata, dengan tujuan memberikan kenyamanan bagi wisatawan Muslim (Sudrajat, 2022).

Soft power menjadi salah satu strategi penting dalam diplomasi internasional, terutama dalam membangun hubungan yang harmonis dan berkelanjutan antara negara-negara. Konsep soft power, yang diperkenalkan oleh Joseph S. Nye, mengacu pada kemampuan suatu negara untuk memengaruhi negara lain melalui daya tarik budaya, nilai-nilai, dan kebijakan tanpa menggunakan paksaan. Thailand, sebagai salah satu destinasi wisata global terkemuka, telah memanfaatkan potensi soft power melalui berbagai sektor, salah satunya adalah pariwisata halal (halal tourism). Halal tourism merupakan bentuk pariwisata yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan wisatawan Muslim, mencakup penyediaan makanan halal, tempat ibadah yang memadai, dan pelayanan yang sesuai dengan prinsip-prinsip syariah.

Sebagai negara yang memiliki warisan budaya dan tradisi beragam, Thailand, memiliki daya tarik wisatawan muslim dunia, mulai dari seni, kuliner, musik, hingga festival yang unik. Meskipun mayoritas penduduknya adalah non-Muslim, negara tersebut menunjukkan komitmen yang tinggi untuk menciptakan lingkungan yang ramah bagi wisatawan Muslim (Ajeng Wirachmi, 2022). Banyak tempat di Thailand yang sudah mulai menerapkan fasilitas dan layanan yang sesuai dengan prinsip-prinsip halal, seperti restoran yang menyajikan makanan halal, tempat ibadah, dan akomodasi yang mendukung.

Di wilayah perbatasan selatan Thailand, rute wisata budaya telah dikembangkan untuk mendukung wisatawan Muslim. Rute ini mencakup tempat-tempat wisata budaya seperti tempat ibadah, peninggalan kuno, pasar lokal, museum lokal, dan institusi keagamaan (Dayee et al., 2021). Melalui konsep halal tourism, Thailand tidak hanya berupaya untuk memperluas pasar pariwisatanya, tetapi juga sebagai jembatan untuk mempererat hubungan dengan negara Muslim.

Munculnya halal tourism di Thailand merupakan bagian upaya Thailand untuk menarik wisatawan Muslim dari berbagai belahan dunia, terutama dari negara-negara mayoritas Muslim di Timur Tengah dan Asia Tenggara seperti Malaysia dan Indonesia. Pada tahun 2016, menurut laporan MasterCard-Crescent Rating Global Muslim Travel Index 2016 menyatakan bahwa Thailand berada di urutan kedua, setelah Singapura yang merupakan salah satu negara non-OKI yang paling banyak dikunjungi oleh wisatawan Muslim (ABDUL RASYID, 2017). Laporan terbaru tahun 2024 dari Mastercard-Crescent Rating Global Muslim 3 Travel Index (GMTI), Thailand masih menjadi salah satu tujuan wisata Muslim paling populer di seluruh dunia. Hal ini ditunjukkan oleh komitmen Thailand untuk membuat lingkungan yang ramah Muslim menjadi bagian dari budayanya (Thailand among Top Travel Destinations for Muslim Tourists: Study, 2024).

Pengembangan wisata halal di Thailand tidak hanya bertujuan untuk menarik wisatawan Muslim, tetapi juga untuk meningkatkan pendapatan nasional dan memperkuat citra Thailand sebagai negara yang ramah terhadap Muslim. Upaya ini telah memberikan dampak positif terhadap peningkatan jumlah wisatawan Muslim setiap tahunnya (Purnama et al., 2021a). Di sisi lain, hubungan yang erat antara Thailand dan negara Muslim dapat meningkatkan pertukaran budaya, ekonomi, dan sosial. Hal ini akan menumbuhkan rasa saling menghormati dan memahami antar budaya, yang sangat penting di era globalisasi saat ini. Dengan berbagai program dan event yang mempromosikan budaya Thailand serta value halal, diharapkan interaksi antara Thailand dan negara-negara Muslim akan semakin kuat dan harmonis. Thailand telah mengembangkan konsep ini secara intensif, mengingat posisinya sebagai negara dengan populasi mayoritas non-Muslim tetapi memiliki komunitas Muslim yang signifikan, terutama di wilayah selatan seperti Pattani, Narathiwat, Satun, dan Yala (Mania, 2019).

Oleh karena itu, penelitian ini akan mengkaji soft power Thailand dalam konteks mempererat hubungan dengan negara Muslim melalui konsep halal tourism, yang diharapkan dapat memberikan kontribusi positif bagi perkembangan pariwisata di Thailand dan juga dalam memperkuat hubungan diplomatik dengan negara Muslim lainnya.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui studi kepustakaan dengan menganalisis literatur, jurnal ilmiah, artikel berita, serta laporan dari lembaga terkait. Analisis data dilakukan dengan pendekatan deduktif, menghubungkan fakta empiris dengan teori soft power (Nye) dan diplomasi publik (Leonard) untuk menilai efektivitas kebijakan halal tourism sebagai instrumen diplomasi budaya Thailand.

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Implementasi Soft Power Thailand melalui Halal Tourism

Thailand telah berhasil mengadopsi konsep soft power dalam kerangka diplomasi publiknya dengan mengembangkan halal tourism sebagai instrumen utama untuk membangun hubungan erat dengan negara-negara Muslim. Meskipun mayoritas penduduk Thailand adalah penganut agama Buddha, pemerintah Thailand menunjukkan kesungguhan untuk menarik wisatawan Muslim dari berbagai negara, khususnya dari kawasan Timur Tengah dan Asia Tenggara. Hal ini sejalan dengan teori soft power Joseph S. Nye, yang menyatakan bahwa daya tarik budaya, nilai, dan kebijakan luar negeri suatu negara dapat membentuk persepsi positif tanpa menggunakan tekanan atau kekuatan militer.

Dalam kerangka ini, Thailand telah mengambil sejumlah langkah konkrit seperti menyediakan fasilitas dan layanan wisata yang ramah Muslim. Misalnya, Thailand

mendirikan hotel yang memenuhi standar halal, seperti Hotel Al Meroz di Bangkok, yang menyediakan makanan bersertifikasi halal, musala, dan staf yang memahami kebutuhan wisatawan Muslim. Selain itu, restoran halal, pusat informasi Muslim-friendly, dan bahkan aplikasi digital seperti Muslim Friendly Thailand turut dihadirkan untuk memberikan kenyamanan ekstra bagi wisatawan Muslim.

Langkah-langkah ini tidak hanya dilakukan oleh sektor swasta tetapi juga didukung penuh oleh pemerintah melalui lembaga seperti Tourism Authority of Thailand (TAT), yang memainkan peran utama dalam mengoordinasikan promosi dan standardisasi layanan halal. TAT aktif membuat panduan Muslim-friendly, menggelar pelatihan bagi pelaku pariwisata lokal, serta mengikuti pameran halal internasional seperti Halal Expo Dubai dan Malaysia Halal Showcase (MIHAS).

2. Strategi Diplomasi Publik Thailand dalam Halal Tourism

Thailand mengintegrasikan tiga dimensi utama diplomasi publik dalam pengembangan wisata halalnya, sebagaimana dikemukakan oleh Mark Leonard:

a. Manajemen Berita

Thailand memanfaatkan media domestik dan internasional untuk mempromosikan dirinya sebagai destinasi wisata halal terkemuka. Media seperti CNN, Al Jazeera, dan BBC banyak mengulas tentang Thailand Halal Assembly, Hotel Al Meroz, serta kawasan wisata seperti Chiang Mai dan Phuket yang kini menyediakan layanan halal lengkap. Selain itu, pemberitaan dalam media daring melalui situs resmi TAT, media sosial, dan YouTube juga secara konsisten menampilkan narasi tentang keramahan Thailand terhadap wisatawan Muslim.

b. Komunikasi Strategis

Thailand menerapkan strategi komunikasi terpadu dengan menyusun pesan-pesan branding seperti “Muslim Friendly Thailand” dan “Thailand Halal Hub.” Pesan ini diperkuat melalui kolaborasi antara Kementerian Pariwisata, Kementerian Luar Negeri, Halal Science Center Chulalongkorn University, dan sektor swasta. Komunikasi dilakukan dengan pendekatan empatik dan menghargai nilai-nilai Islam, sehingga membentuk persepsi bahwa Thailand adalah negara yang menghormati keberagaman agama dan budaya.

c. Membangun Hubungan

Thailand menyelenggarakan program-program jangka panjang yang bertujuan membangun relasi berkelanjutan dengan dunia Muslim, seperti pemberian beasiswa kepada mahasiswa dari negara Muslim, kerja sama penelitian di bidang halal, serta forum pariwisata halal internasional. Hal ini menunjukkan bahwa halal tourism bukan sekadar proyek ekonomi jangka pendek, melainkan bagian dari strategi kebudayaan dan diplomatik jangka panjang yang memperkuat kepercayaan antara masyarakat Thailand dan masyarakat Muslim dunia.

3. Dampak Ekonomi dan Sosial dari Pengembangan Halal Tourism

Penerapan konsep halal tourism memberikan dampak multidimensi bagi Thailand, baik secara ekonomi, sosial, maupun politik. Dari sisi ekonomi, kunjungan wisatawan Muslim mengalami peningkatan signifikan. Berdasarkan data dari Mastercard-Crescent Rating Global Muslim Travel Index (GMTI), Thailand berada di peringkat kedua sebagai destinasi non-OKI paling ramah Muslim setelah Singapura. Pada tahun 2023 saja, sekitar 3,2 juta wisatawan Muslim mengunjungi Thailand, yang menyumbang miliaran baht terhadap PDB sektor pariwisata Thailand.

Secara spesifik, peningkatan kunjungan ini telah mendorong tumbuhnya bisnis lokal, terutama UMKM yang bergerak di sektor kuliner, penginapan, dan transportasi. Banyak masyarakat Muslim lokal di Thailand Selatan (seperti di Pattani, Yala, dan Narathiwat) yang

terlibat langsung dalam pengembangan wisata halal. Ini turut meningkatkan pendapatan dan membuka lapangan kerja, sekaligus memperkuat inklusi sosial dan ekonomi.

Dari sisi sosial dan budaya, kebijakan halal tourism mendorong terjadinya pertukaran budaya antara wisatawan dan masyarakat lokal. Wisatawan Muslim dari Indonesia, Malaysia, dan negara-negara Timur Tengah mendapatkan pengalaman yang nyaman dan tetap bisa menjalankan kewajiban agama selama berwisata, sementara warga Thailand dapat memahami dan menghargai budaya serta nilai-nilai Islam. Hal ini menciptakan harmoni sosial dan memperkuat toleransi antarumat beragama.

4. Dampak terhadap Hubungan Internasional Thailand dengan Negara Muslim

Strategi halal tourism Thailand memiliki implikasi yang signifikan dalam hubungan internasional. Sebagai negara non-Muslim, Thailand berhasil membangun citra sebagai negara toleran dan bersahabat dengan dunia Islam. Pendekatan ini telah memperkuat hubungan bilateral Thailand dengan negara-negara Muslim seperti Indonesia, Malaysia, Brunei Darussalam, Uni Emirat Arab, dan Qatar.

Melalui kerja sama dalam kerangka Indonesia-Malaysia-Thailand Growth Triangle (IMT-GT), Thailand semakin aktif menjalin koordinasi dalam pengembangan produk halal, promosi wisata, serta pertukaran budaya. Dalam konteks ini, halal tourism bukan sekadar pariwisata, tetapi juga menjadi sarana diplomasi budaya (cultural diplomacy) dan diplomasi ekonomi (economic diplomacy) yang mendukung tujuan geopolitik Thailand dalam memperluas pengaruhnya di kawasan Asia Tenggara dan dunia Islam.

Thailand juga menggunakan wisata halal untuk meredakan konflik internal, khususnya di wilayah selatan yang mayoritas Muslim. Dengan mengembangkan sektor wisata halal di wilayah tersebut, pemerintah Thailand secara tidak langsung mendorong pembangunan ekonomi dan sosial, yang dapat meredakan ketegangan etno-religius dan memperkuat integrasi nasional.

5. Tantangan dan Peluang ke Depan

Meskipun telah mengalami kemajuan yang signifikan, pengembangan halal tourism di Thailand masih menghadapi beberapa tantangan, antara lain:

- Kurangnya regulasi nasional yang mengatur standarisasi halal secara menyeluruh.
- Terbatasnya tenaga kerja di sektor pariwisata yang memahami kebutuhan wisatawan Muslim.
- Kurangnya sertifikasi halal yang diakui secara internasional di beberapa destinasi wisata.
- Belum meratanya distribusi fasilitas halal di seluruh wilayah wisata Thailand.

Namun, peluang pengembangannya sangat besar. Dengan populasi Muslim dunia yang diproyeksikan mencapai lebih dari 2 miliar orang pada tahun 2030, dan pertumbuhan konsumsi halal global yang diprediksi menembus USD 3 triliun, sektor wisata halal akan menjadi sektor strategis dalam diplomasi dan ekonomi Thailand. Dukungan penuh dari pemerintah, sektor swasta, serta kolaborasi dengan lembaga Islam internasional akan menjadi kunci keberhasilan jangka panjang.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa Thailand secara strategis telah memanfaatkan halal tourism sebagai instrumen soft power untuk mempererat hubungan dengan negara-negara Muslim. Melalui pendekatan diplomasi publik yang sistematis—yang mencakup manajemen berita, komunikasi strategis, dan pembangunan hubungan jangka panjang—Thailand berhasil membangun citra sebagai negara yang inklusif, toleran, dan ramah terhadap wisatawan Muslim.

Implementasi kebijakan wisata halal terbukti membawa dampak positif, baik dari sisi peningkatan jumlah wisatawan, pertumbuhan ekonomi lokal, penguatan diplomasi budaya, hingga kontribusi terhadap stabilitas sosial-politik di wilayah mayoritas Muslim seperti Thailand Selatan. Keberhasilan Thailand juga ditunjukkan oleh peningkatan peringkat dalam indeks pariwisata halal dunia (GMTI), serta hubungan bilateral yang semakin erat dengan negara-negara Islam seperti Indonesia, Malaysia, dan kawasan Timur Tengah.

Secara keseluruhan, halal tourism tidak hanya menjadi sektor ekonomi yang menjanjikan, tetapi juga menjadi sarana diplomatik yang efektif dalam membentuk persepsi global dan memperluas pengaruh politik luar negeri Thailand melalui jalur budaya dan nilai-nilai universal.

DAFTAR PUSTAKA

- Muslim Friendly Hotel - Al Meroz Hotel. (n.d.). Al Meroz Hotel. Retrieved January 20, 2025, from <https://www.almerozhotel.com/>
5. BAB II. (n.d.). Retrieved January 17, 2025, from <http://repository.iainkudus.ac.id/3683/5/5.%20BAB%20II.pdf>
- 7 Negara di Asia yang Paling Banyak Dikunjungi Wisatawan. (2024, July 22). <https://www.tempo.co/hiburan/7-negara-di-asia-yang-paling-banyakdikunjungi-wisatawan-37740>
- Aamer Yaqub. (2024, December 17). Malaysia and Thailand Strengthen Economic Partnership to Boost Regional Trade and Growth. *The Halal Times*. <https://www.halaltimes.com/malaysia-and-thailand-strengthen-economicpartnership-to-boost-regional-trade-and-growth/>
- ABDUL RASYID. (2017, February 28). PARIWISATA HALAL DI THAILAND. *Binus Business Law*. <https://business-law.binus.ac.id/2017/02/28/pariwisatahalal-di-thailand/>
- Ahmed, M. J., & Akbaba, A. (n.d.). Halal tourism: Definitional, conceptual and practical ambiguities. *Journal of Tourism Research Institute*, 2020(2), 13–30. <https://www.researchgate.net/publication/347934657>
- Ajeng Wirachmi, L. M. (2022, June 23). Agama Warga Negara Thailand dan Persentasenya. <https://international.sindonews.com/read/806105/40/agamawarga-negara-thailand-dan-persentasenya-1655917582>
- Ali, H., & Jasem Sultan Alnasrawi, S. (2020). The Future of Halal Tourism: Challenges and Opportunities. www.ajhtl.com
- Anggara, W. P. N. (2022a). Globalization of Culture and Identity: Case Study of Halal Tourism Thailand as a Muslim Friendly Tourist Destination. *Journal of Halal Product and Research*, 5(2), 72–78. <https://doi.org/10.20473/jhpr.vol.5-issue.2.72-78>
- Anggara, W. P. N. (2022b). Globalization of Culture and Identity: Case Study of Halal Tourism Thailand as a Muslim Friendly Tourist Destination. *Journal of Halal Product and Research*, 5(2), 72–78. <https://doi.org/10.20473/jhpr.vol.5-issue.2.72-78>
- Anissa Kinaya Maharani. (2024, January 12). Indeks Perjalanan Muslim Global 2023, Indonesia Peringkat Pertama Destinasi Ramah Muslim di Dunia. *GoodStats*. <https://goodstats.id/article/indeks-perjalanan-muslim-global2023-indonesia-peringkat-pertama-destinasi-ramah-muslim-di-dunia-hudoX>
- Anugerah Ayu Sendari. (2023, June 15). Wisata Halal di Indonesia, Pengertian, Konsep, dan Destinasinya. *Liputan6*. 77 <https://www.liputan6.com/hot/read/5308260/wisata-halal-di-indonesiapengertian-konsep-dan-destinasinya?>
- BAB II. (n.d.). <http://www.oxfordlearnersdictionaries.com/definition/english/diplomacydiak> ses
- Badan Pengatur, S. dan O. P. (2023, October 29). Halal Standards Institute of Thailand (HSIT) – untuk sertifikasi halal. *SGS DIGICOMPLY*. [https://www.digicomply.com/food-regulatory-bodies-standards-andauthorities/halal-standards-institute-of-thailand-hsit-for-halalcertification#:~:text=The%20Halal%20Standards%20Institute%20of%20Thailand%20\(HSIT\)%20is%20a%20pivotal,innovation%20in%20the%20food%20industry](https://www.digicomply.com/food-regulatory-bodies-standards-andauthorities/halal-standards-institute-of-thailand-hsit-for-halalcertification#:~:text=The%20Halal%20Standards%20Institute%20of%20Thailand%20(HSIT)%20is%20a%20pivotal,innovation%20in%20the%20food%20industry)

- Battour, M., & Ismail, M. N. (2016). Halal tourism: Concepts, practises, challenges and future. *Tourism Management Perspectives*, 19, 150–154. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2015.12.008>
- Bening Kalimasada A. K. (2023, July 14). Menilik Posisi Indonesia dalam Dinamika Wisata Halal Global. AMF. <https://amf.or.id/2023/07/menilikposisi-indonesia-dalam-dinamika-wisata-halal-global/>
- Bernamea. (2024, December 17). Malaysia-Thailand sasar perkukuh kerjasama ekonomi dalam pelbagai industri. *Astra Awani*. <https://www.astroawani.com/berita-bisnes/malaysiathailand-sasar-perkukuhkerjasama-ekonomi-dalam-pelbagai-industri-500943>
- CFR Education. (2023, May 16). What Is Soft Power? CRF Education Global Matters. <https://education.cfr.org/learn/reading/what-soft-power>
- Charli Friesan Sitorus. (n.d.). Charli Friesan Sitorus.
- Chula Communication Center (CCC). (2024, September 10). Halal Route Application – Eat, Travel around Thailand, Safe and Sound Halal Style. Chula Chulalongkorn University.
- Dawud Kusuma Dwijayadi. (2017a). BUSINESS AS USUAL ATAU BUSINESS FOR POLITICAL PURPOSE? MOTIF PENGEMBANGAN PARIWISATA HALAL DI THAILAND. Universitas Airlangga.
- Dawud Kusuma Dwijayadi. (2017b). BUSINESS AS USUAL ATAU BUSINESS FOR POLITICAL PURPOSE? MOTIF PENGEMBANGAN PARIWISATA HALAL DI THAILAND. Universitas Airlangga.
- Dawud Kusuma Dwijayadi. (2017c). BUSINESS AS USUAL ATAU BUSINESS FOR POLITICAL PURPOSE? MOTIF PENGEMBANGAN PARIWISATA HALAL DI THAILAND. Universitas Airlangga.