Copyright © The Author(s) 2026
Bayt Al Hikmah Vol 2 No 1, Januari - Juni 2026

Internalisasi Nilai PAI dalam Praktik Pelayanan Pariwisata: Studi Lapangan pada Hotel dan Usaha Wisata di Kota Ende

Awan Sutrisno [1*], Muhammad Kadri [2]

[1*] Politeknik Negeri Kupang, Indonesia, email: awansutrisno12@gmail.com
[2] Politeknik Negeri Kupang, Indonesia, email: kaderikade@gmail.com

Abstract

Internalisasi nilai Pendidikan Agama Islam (PAI) dalam praktik pelayanan pariwisata menjadi isu penting di tengah berkembangnya industri pariwisata yang menuntut profesionalisme sekaligus sensitivitas nilai. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis proses, bentuk, tantangan, serta implikasi internalisasi nilai PAI dalam praktik pelayanan pada hotel dan usaha wisata di Kota Ende. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi lapangan melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi terhadap pelaku usaha pariwisata. Data dianalisis menggunakan teknik analisis tematik untuk mengidentifikasi pola internalisasi nilai religius dalam konteks kerja profesional. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai-nilai PAI seperti amanah, ihsan, kejujuran, tanggung jawab, dan adab telah terinternalisasi dalam perilaku pelayanan, terutama dalam bentuk keramahan, kedisiplinan kerja, kepekaan terhadap kebutuhan wisatawan, serta komitmen menjaga kualitas layanan. Nilai-nilai tersebut tidak hanya dipahami sebagai kewajiban moral personal, tetapi juga sebagai bagian dari etos kerja yang mendukung profesionalisme layanan. Namun demikian, proses internalisasi nilai PAI menghadapi sejumlah tantangan, antara lain keterbatasan kebijakan organisasi yang berbasis nilai, variasi pemahaman religius tenaga kerja, tekanan ekonomi industri pariwisata, serta kompleksitas interaksi lintas budaya dan agama. Penelitian ini memiliki implikasi praktis dan teoretis. Rekomendasi mencakup integrasi nilai PAI dalam SOP layanan, kode etik, pelatihan rutin berbasis nilai, serta seleksi karyawan berkarakter religius-profesional. Secara praktis, temuan penelitian menegaskan pentingnya integrasi nilai PAI dalam budaya kerja dan pelatihan sumber daya manusia pariwisata. Secara teoretis, penelitian ini memperluas kajian Pendidikan Agama Islam ke ranah dunia kerja dan industri jasa, serta memperkuat perspektif pariwisata berbasis nilai. Keterbatasan penelitian terletak pada fokus lokasi terbatas, variasi latar religius responden, serta belum mengukur dampak jangka panjang kebijakan berbasis nilai. Dengan demikian, internalisasi nilai PAI berpotensi menjadi strategi etis dan kultural dalam membangun pelayanan pariwisata yang berkelanjutan dan berdaya saing.

Kata Kunci: *Pendidikan Agama Islam, Internalisasi Nilai, Pelayanan Pariwisata, Etika Kerja, Hotel dan Usaha Wisata, Kota Ende.*

Pendahuluan

Pariwisata merupakan salah satu sektor strategis dalam pembangunan ekonomi, sosial, dan budaya di Indonesia. Dalam dua dekade terakhir, pariwisata berkembang tidak hanya sebagai aktivitas rekreasi, tetapi juga sebagai instrumen pembangunan berkelanjutan yang mencakup dimensi ekonomi, sosial, budaya, dan moral. Di kawasan Indonesia Timur, sektor ini berperan penting dalam membuka lapangan kerja, meningkatkan pendapatan masyarakat, serta memperkuat identitas lokal. Kota Ende,

https://doi.org/10.54065/BaytAl-Hikmah.617

dengan kekayaan alam, sejarah, dan budaya yang khas, memiliki potensi besar dalam pengembangan pariwisata berbasis nilai dan kearifan lokal. Namun demikian, pengembangan potensi tersebut sangat bergantung pada kualitas pelayanan pariwisata, karena pelayanan menjadi faktor utama yang membentuk pengalaman wisatawan sekaligus citra destinasi (Akmala & Ridwan, 2022).

Praktik pelayanan pariwisata di Kota Ende masih menunjukkan berbagai persoalan, khususnya pada aspek etika dan nilai yang melandasi interaksi antara pelaku usaha dan wisatawan. Pelayanan di hotel dan usaha wisata cenderung berorientasi pada standar teknis dan kepentingan ekonomi, sementara nilai-nilai moral dan religius, seperti kejujuran, amanah, kesopanan, tanggung jawab, dan kepedulian sosial, belum terinternalisasi secara sistematis dalam budaya kerja dan standar operasional. Nilai-nilai tersebut masih banyak bergantung pada kesadaran personal pelaku usaha, bukan sebagai bagian dari sistem pelayanan yang terlembaga. Kondisi ini diperkuat oleh realitas Kota Ende sebagai wilayah mayoritas Muslim yang berkembang sebagai destinasi wisata multikultural, sehingga pelaku pariwisata menghadapi tantangan dalam mengintegrasi-kan profesionalisme layanan dengan pengamalan nilai Pendidikan Agama Islam. Kesenjangan antara idealitas nilai religius dan realitas praktik pelayanan inilah yang menjadi permasalahan empiris utama dan melatarbelakangi penelitian ini.

Meningkatnya jumlah wisatawan Muslim secara global, konsep pariwisata halal dan *Muslim-friendly tourism* mengalami perkembangan signifikan. Pariwisata halal tidak hanya berkaitan dengan penyediaan makanan halal, tetapi juga mencakup aspek layanan, fasilitas, dan perilaku penyedia jasa yang sesuai dengan nilai-nilai Islam (Qadir et al., 2024). Konsep ini menekankan pentingnya kenyamanan spiritual, etika pelayanan, dan penghormatan terhadap nilai religius wisatawan. Studi menunjukkan bahwa layanan pariwisata yang memperhatikan kebutuhan religius wisatawan Muslim berpengaruh positif terhadap persepsi nilai, tingkat kepuasan, kepercayaan, serta loyalitas wisatawan terhadap destinasi (Primadona et al., 2025; Fata & Mawaddah, 2025).

Kualitas pelayanan pariwisata tidak hanya diukur dari aspek teknis dan profesionalisme, tetapi juga dari dimensi etika dan nilai yang melekat pada perilaku pelaku usaha. Nilai-nilai religius, khususnya nilai-nilai Islam, memiliki relevansi yang kuat dalam membentuk sikap pelayanan yang berorientasi pada kejujuran, keramahan, tanggung jawab, dan kepedulian terhadap sesama. Nilai-nilai ini sejalan dengan prinsip dasar pelayanan pariwisata yang menempatkan wisatawan sebagai subjek yang harus dihormati dan dilayani secara manusiawi. Oleh karena itu, internalisasi nilai-nilai Islam menjadi aspek penting dalam pengembangan pelayanan pariwisata yang berkelanjutan dan berdaya saing.

Pendidikan Agama Islam memiliki peran strategis dalam membentuk karakter religius dan etika individu. PAI tidak hanya bertujuan mentransmisikan pengetahuan keagamaan, tetapi juga menginternalisasikan nilai-nilai Islam agar tercermin dalam sikap dan perilaku nyata peserta didik dalam kehidupan sosial dan profesional (Irodati, 2022). Proses internalisasi nilai PAI mencakup tahapan pemahaman, penghayatan, dan pengamalan nilai secara konsisten. Ketika nilai-nilai tersebut telah terinternalisasi, individu akan menjadikan nilai agama sebagai pedoman dalam mengambil keputusan dan berperilaku, termasuk dalam konteks pekerjaan dan pelayanan publik.

Internalisasi nilai PAI dalam dunia kerja, khususnya di sektor pariwisata, menjadi relevan karena sektor ini menuntut interaksi intensif antara penyedia layanan dan pengguna jasa. Sikap ramah, jujur, amanah, dan menghormati tamu merupakan manifestasi dari nilai-nilai Islam seperti ihsan, amanah, dan ikram al-dayf (penghormatan terhadap tamu). Penelitian sebelumnya menegaskan bahwa nilai-nilai Islam dapat menjadi dasar etika pelayanan dalam industri hospitality dan berkontribusi terhadap peningkatan kualitas layanan *Muslim-friendly*. Dengan demikian, internalisasi nilai PAI tidak hanya berfungsi sebagai aspek spiritual individual, tetapi juga sebagai modal sosial dan etika profesional dalam pelayanan pariwisata.

Pengembangan pariwisata halal di Indonesia juga menunjukkan bahwa integrasi nilai-nilai Islam mampu meningkatkan daya saing destinasi wisata. (Latifah et al., 2025) menjelaskan bahwa pariwisata halal berbasis nilai Islam tidak hanya menarik wisatawan Muslim, tetapi juga menciptakan citra destinasi yang aman, bersih, dan beretika bagi semua wisatawan. Hal ini menegaskan bahwa nilai-nilai Islam bersifat universal dan dapat diterima dalam konteks layanan multicultural (Amaliyah et al., 2026). Selain itu, pendekatan pariwisata halal juga sejalan dengan prinsip pembangunan berkelanjutan karena menekankan keseimbangan antara aspek ekonomi, sosial, dan moral (Hakim et al., 2024).

Kajian tentang pariwisata halal dan *Muslim-friendly tourism* terus berkembang, sebagian besar penelitian masih berfokus pada aspek kebijakan, pemasaran, dan sertifikasi halal, sehingga pariwisata lebih diposisikan sebagai produk atau strategi pasar dan belum banyak mengkaji internalisasi nilai religius pada pelaku layanan secara empiris (Karmanto et al., 2025). Penelitian yang mengaitkan pendidikan agama dengan praktik pelayanan pariwisata, khususnya di konteks lokal Indonesia Timur, juga masih terbatas, padahal karakter religius dan budaya kerja masyarakat sangat memengaruhi bagaimana nilai agama diwujudkan dalam pelayanan sehari-hari serta berkontribusi pada penguatan identitas dan kualitas destinasi (Santoso, 2022).

Kota Ende menjadi konteks yang relevan karena dinamika sosial-keagamaannya yang religius, toleran, dan terbuka, serta potensi pariwisata yang terus berkembang, menjadikan sektor ini sebagai ruang interaksi antara nilai agama, budaya lokal, dan praktik profesional modern (Primadona et al., 2025a). Dalam konteks tersebut, hotel dan usaha wisata sebagai garda terdepan pelayanan menjadi arena nyata manifestasi nilai kejujuran, kesantunan, amanah, dan tanggung jawab sosial, di mana internalisasi nilai Pendidikan Agama Islam berpotensi membentuk etos pelayanan yang tidak hanya teknis dan transaksional, tetapi juga etis, relasional, dan bermakna (Wekke et al., 2024).

Internalisasi nilai PAI dalam konteks kerja profesional tidak selalu berlangsung secara otomatis. Proses internalisasi dipengaruhi oleh berbagai faktor, seperti latar belakang pendidikan, pengalaman kerja, budaya organisasi, kebijakan manajemen, serta interaksi sosial di lingkungan kerja. Dalam sektor pariwisata, tekanan terhadap efisiensi, target ekonomi, dan standar layanan global sering kali menjadi tantangan tersendiri bagi penerapan nilai-nilai religius secara konsisten. Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana pelaku usaha pariwisata di Kota Ende memaknai nilai PAI, sejauh mana nilai tersebut diinternalisasi, serta bagaimana nilai tersebut diterjemahkan ke dalam praktik pelayanan sehari-hari.

Studi mengenai internalisasi nilai PAI dalam praktik pelayanan pariwisata di Kota Ende diharapkan dapat mengungkap dimensi subjektif dan kontekstual dari penerapan nilai agama dalam dunia kerja. Penelitian ini tidak hanya menyoroti aspek normatif tentang bagaimana seharusnya nilai PAI diterapkan, tetapi juga menggali realitas empiris tentang bagaimana nilai tersebut dipahami, dihayati, dan dipraktikkan oleh pelaku usaha dalam konteks profesional. Dengan pendekatan lapangan, penelitian ini berupaya menangkap pengalaman, persepsi, dan praktik nyata pelaku layanan pariwisata, sehingga memberikan gambaran yang lebih utuh mengenai relasi antara pendidikan agama dan praktik pelayanan.

Kajian ini memiliki relevansi strategis dalam pengembangan pariwisata berkelanjutan di daerah. Internalisasi nilai PAI dalam pelayanan pariwisata dapat berkontribusi pada penciptaan iklim layanan yang etis, humanis, dan inklusif. Nilai-nilai tersebut tidak hanya relevan bagi wisatawan Muslim, tetapi juga dapat diterima secara universal sebagai prinsip pelayanan yang menjunjung tinggi martabat manusia. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi konseptual dan praktis bagi pengembangan pariwisata di Kota Ende, khususnya dalam membangun pelayanan yang profesional sekaligus berakar pada nilai religius dan budaya lokal.

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis proses internalisasi nilai PAI dalam praktik pelayanan pariwisata pada hotel dan usaha wisata di Kota Ende, serta mengidentifikasi bentuk-bentuk implementasi nilai tersebut dalam pelayanan kepada wisatawan. Selain itu, penelitian ini juga berupaya mengungkap faktor pendukung dan penghambat internalisasi nilai PAI dalam konteks pariwisata. Dengan pendekatan penelitian lapangan yang bersifat kualitatif, studi ini diharapkan memberikan kontribusi teoritis bagi pengembangan kajian PAI dan pariwisata halal, serta kontribusi praktis bagi pengelola pariwisata dalam membangun layanan yang profesional, etis, dan bernilai religius. Keterbatasan penelitian ini meliputi ruang lingkup yang terbatas pada Kota Ende, fokus pada sektor pariwisata tertentu, serta belum mencakup variasi praktik di wilayah dan jenis usaha pariwisata lain.

Kebaruan (*novelty*) penelitian ini terletak pada fokusnya dalam mengkaji internalisasi nilai Pendidikan Agama Islam secara empiris dalam praktik pelayanan pariwisata pada konteks lokal Kota Ende, wilayah multikultural di Indonesia Timur yang masih jarang disentuh kajian sejenis. Berbeda dari penelitian sebelumnya yang umumnya membahas pariwisata halal, etika bisnis Islam, atau pelayanan berbasis syariah secara normatif, studi ini menelaah proses internalisasi nilai PAI sebagai praktik keseharian kerja meliputi dimensi sikap, perilaku, dan budaya pelayanan dalam interaksi langsung antara pelaku usaha dan wisatawan.

Pendekatan studi lapangan kualitatif dalam penelitian ini menawarkan perspektif baru dalam praktik pelayanan pariwisata profesional di luar kerangka formal pariwisata syariah. Temuan penelitian memperkaya wacana integrasi pendidikan agama dengan dinamika industri pariwisata kontemporer. Hasil kajian memberikan manfaat praktis bagi pengelola destinasi dan pelaku usaha pariwisata sebagai pedoman strategis mengintegrasikan nilai Pendidikan Agama Islam ke dalam standar pelayanan. Integrasi tersebut diharapkan meningkatkan etika kerja, profesionalisme, kualitas layanan, kepercayaan wisatawan, serta keberlanjutan pengelolaan pariwisata yang berorientasi pada nilai dan tanggung jawab sosial.

ISSN 3090-5133

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi lapangan (*field research*). Pendekatan kualitatif dipilih karena penelitian ini bertujuan untuk memahami secara mendalam proses internalisasi nilai PAI dalam praktik pelayanan pariwisata, yang tidak dapat diukur hanya melalui angka atau variabel kuantitatif. Fokus utama penelitian ini adalah makna, pemahaman, dan pengalaman subjektif pelaku usaha pariwisata dalam menerapkan nilai religius ke dalam konteks kerja profesional.

Jenis penelitian ini adalah deskriptif-kualitatif, yang bertujuan menggambarkan secara sistematis dan faktual fenomena internalisasi nilai PAI dalam pelayanan hotel dan usaha wisata di Kota Ende. Pendekatan ini memungkinkan peneliti untuk menangkap realitas sosial secara holistik, termasuk interaksi sosial, nilai budaya, serta dinamika religius yang berkembang dalam dunia kerja pariwisata. Penelitian deskriptif-kualitatif digunakan untuk mengungkap bagaimana nilai PAI dipahami, diinternalisasi, dan diwujudkan dalam perilaku pelayanan sehari-hari.

Lokasi dan Subjek Penelitian

Lokasi penelitian ditetapkan di Kota Ende, Nusa Tenggara Timur, dengan pertimbangan bahwa wilayah ini memiliki karakteristik sosial-keagamaan yang plural serta potensi pariwisata yang terus berkembang. Kota Ende menjadi ruang sosial yang relevan untuk mengkaji integrasi nilai agama dalam praktik pelayanan yang melibatkan interaksi lintas budaya dan agama. Subjek penelitian meliputi 15 informan, yang terdiri atas 4 pengelola hotel, 7 karyawan bagian pelayanan (masing-masing berasal dari unit *front office, housekeeping*, dan restoran), serta 4 pelaku usaha wisata yang mencakup agen perjalanan dan pengelola destinasi wisata lokal di Kota Ende. Pemilihan subjek penelitian dilakukan menggunakan teknik purposive sampling, dengan mempertimbangkan kriteria informan yang memiliki pengalaman langsung dalam pelayanan pariwisata, terlibat aktif dalam interaksi dengan wisatawan, serta memahami atau mempraktikkan nilai-nilai religius dalam dunia kerja. Jumlah informan tersebut dipandang memadai untuk memperoleh kedalaman data (*data saturation*) dalam penelitian kualitatif mengenai internalisasi nilai Pendidikan Agama Islam dalam praktik pelayanan pariwisata.

Setiap kategori informan memberikan kontribusi saling melengkapi dalam memahami internalisasi nilai PAI pada praktik pelayanan pariwisata. Pengelola usaha pariwisata memberikan informasi terkait kebijakan, budaya kerja, serta integrasi nilai PAI dalam standar operasional dan pengelolaan sumber daya manusia. Karyawan berkontribusi melalui pengalaman langsung penerapan nilai PAI, seperti kejujuran, amanah, dan tanggung jawab, dalam interaksi pelayanan sehari-hari. Tokoh agama memberikan perspektif normatif dan interpretatif mengenai makna serta relevansi nilai PAI dalam konteks kerja profesional. Kombinasi ketiga informan tersebut memungkinkan peneliti memperoleh pemahaman yang komprehensif dari sisi kebijakan, praktik lapangan, dan landasan nilai, sehingga proses internalisasi nilai PAI dapat dianalisis secara mendalam dan utuh.

Teknik Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan melalui tiga teknik utama, yaitu observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Observasi dilakukan secara langsung pada aktivitas pelayanan di hotel dan usaha wisata. Observasi ini bertujuan untuk melihat secara nyata

perilaku pelayanan yang mencerminkan nilai PAI, seperti sikap ramah, kejujuran, kedisiplinan, dan tanggung jawab dalam bekerja. Observasi dalam penelitian ini dilakukan secara non-partisipatif, di mana peneliti tidak terlibat langsung dalam aktivitas pelayanan, tetapi berperan sebagai pengamat yang mencermati proses kerja secara alami pada hotel dan usaha wisata.

Observasi difokuskan pada kriteria pengamatan yang telah ditetapkan, meliputi perilaku pelayanan yang mencerminkan nilai-nilai PAI, seperti keramahan dalam berinteraksi dengan wisatawan, kejujuran dalam memberikan informasi dan layanan, kedisiplinan terhadap waktu dan aturan kerja, serta tanggung jawab dalam menyelesaikan tugas pelayanan. Kriteria tersebut digunakan sebagai panduan sistematis agar pengamatan berlangsung terarah dan konsisten, sehingga data observasi dapat memberikan gambaran empiris yang jelas mengenai internalisasi nilai PAI dalam praktik pelayanan pariwisata.

Wawancara mendalam dilakukan secara semi-terstruktur kepada informan kunci. Teknik ini digunakan untuk menggali pemahaman, pengalaman, serta pandangan pelaku usaha mengenai makna nilai PAI dan penerapannya dalam konteks kerja. Wawancara memungkinkan peneliti memperoleh data yang lebih kaya dan reflektif terkait motivasi, tantangan, serta strategi internalisasi nilai religius. Dokumentasi digunakan untuk melengkapi data observasi dan wawancara, berupa dokumen kebijakan internal usaha, standar operasional prosedur (SOP), materi pelatihan karyawan, serta arsip lain yang relevan. Data dokumentasi membantu memperkuat validitas temuan penelitian.

Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan secara tematik, dengan tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Pada tahap reduksi data, peneliti menyeleksi dan memfokuskan data yang relevan dengan tujuan penelitian. Data kemudian dikategorikan ke dalam tema-tema utama, seperti bentuk internalisasi nilai PAI, perilaku pelayanan bernuansa religius, tantangan internalisasi, serta implikasi praktis dan teoretis. Selanjutnya, data disajikan dalam bentuk narasi deskriptif-analitis yang disertai interpretasi peneliti berdasarkan kerangka teori PAI, etika kerja Islam, dan pariwisata berbasis nilai. Tahap terakhir adalah penarikan kesimpulan, yang dilakukan secara induktif dengan memperhatikan konsistensi temuan dan keterkaitan antar tema.

Keabsahan Data dan Etika Penelitian

Penelitian ini menerapkan teknik triangulasi, baik triangulasi sumber maupun triangulasi metode. Triangulasi sumber dilakukan dengan membandingkan informasi dari berbagai informan, sedangkan triangulasi metode dilakukan dengan mengombinasikan observasi, wawancara, dan dokumentasi. Selain itu, peneliti juga melakukan pengecekan ulang hasil wawancara kepada informan (member check) untuk memastikan akurasi dan kesesuaian data dengan pengalaman informan. Penelitian ini memperhatikan prinsip-prinsip etika penelitian kualitatif, seperti persetujuan informan, kerahasiaan identitas, dan penggunaan data secara bertanggung jawab. Informan diberikan penjelasan mengenai tujuan penelitian dan hak mereka sebagai partisipan. Dengan demikian, proses penelitian berlangsung secara etis dan menghormati nilai-nilai sosial serta budaya setempat. Melalui metode penelitian ini, diharapkan diperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai internalisasi nilai PAI dalam praktik pelayanan pariwisata di Kota Ende sebagai fenomena sosial, religius, dan profesional yang saling berkelindan.

ISSN 3090-5133

Hasil dan Pembahasan

Pembahasan internalisasi nilai Pendidikan Agama Islam dalam pelayanan pariwisata dianalisis melalui triangulasi data yang mengintegrasikan temuan empiris, interpretasi peneliti, serta dukungan teori. Pendekatan ini digunakan untuk memastikan keabsahan data dan memberikan gambaran komprehensif mengenai proses internalisasi nilai religius dalam praktik pelayanan pariwisata profesional.

Tabel 1. Hasil Triangulasi Data

Fokus Temuan	Data Lapangan	Interpretasi Peneliti	Teori/Literatur
Manifestasi nilai amanah, ihsan, dan adab	Staf hotel dan pemandu wisata menunjukkan kejujuran, keramahan, kesantunan, serta ketulusan dalam melayani tamu, termasuk memberikan informasi kebutuhan ibadah wisatawan Muslim.	Nilai PAI tidak hanya dipahami secara normatif, tetapi telah dipraktikkan sebagai etika kerja profesional dan bagian dari budaya pelayanan.	Nilai amanah dan ihsan memperkuat kualitas layanan dalam industri hospitality dan pariwisata halal (Wekke et al., 2024).
Penghayatan nilai religius dalam pelayanan	Informan memandang pelayanan sebagai bentuk pengabdian, bukan sekadar pekerjaan, sehingga bekerja dengan kesadaran moral dan spiritual.	Internalisasi nilai PAI telah mencapai tahap penghayatan (afektif), di mana nilai menjiwai tindakan sehari-hari.	Prinsip ihsan mendorong etos kerja optimal meskipun tanpa pengawasan langsung (Henderson, 2016).
Institusionalisasi nilai dalam budaya kerja	Pola pelayanan relatif seragam antarstaf meskipun berlatar pendidikan dan pengalaman berbeda.	Nilai PAI telah membentuk pola interaksi kolektif dan menjadi budaya kerja yang hidup di ling-kungan usaha wisata.	Nilai religius yang terinternalisasi secara autentik dapat menjadi keunggulan etis dan kompetitif destinasi (Pattaray & Herman, 2024).
Nilai PAI sebagai mekanisme self-regulation	Staf menjaga kejujuran, menghindari manipulasi informasi, dan bertanggung jawab atas kualitas layanan tanpa tekanan formal.	Nilai religius berfungsi sebagai pengendali diri internal yang melengkapi aturan formal organisasi.	Etika berbasis nilai agama berperan sebagai sumber etika internal dalam layanan pariwisata (Kamri et al., 2024).
Empati dan kepedulian sosial dalam layanan	Pelaku layanan memperhatikan kenyamanan psikologis dan kebutuhan spiritual wisatawan.	Pelayanan tidak hanya bersifat transaksional, tetapi relasional dan berbasis pengalaman.	Pelayanan berbasis nilai memperkuat *experience-based tourism* dan persepsi positif wisatawan (Kamri et al., 2024).
Faktor pendukung internalisasi nilai PAI	Latar belakang pendidikan agama, budaya lokal religius, dan sebagian pelatihan etika layanan mendukung praktik nilai PAI.	Internalisasi nilai dipengaruhi oleh sinergi individu, budaya organisasi, dan lingkungan sosial.	Nilai budaya lokal dan religiusitas masyarakat memengaruhi karakter pelayanan destinasi wisata halal (Santoso, 2022).
Tantangan kebijakan dan SOP	SOP belum menginteg-rasikan nilai PAI secara sistematis; praktik pelayanan masih bergantung pada kesadaran individu.	Ketiadaan pedoman formal menyebabkan ketidakseragaman internalisasi nilai dalam layanan.	Layanan halal membutuhkan pedoman nilai yang jelas dalam operasional sehari-hari (Chen & Liu, 2022).
Tantangan kompetensi individu	Pemahaman nilai agama bersifat parsial dan tidak selalu terimplementasi konsisten dalam kerja.	Diperlukan pelatihan berbasis nilai yang terstruktur dan berkelanjutan.	Pelatihan nilai diperlukan agar prinsip moral dapat diterjemahkan ke tindakan layanan profesional (Mursalina et al, 2025).

Fokus Temuan	Data Lapangan	Interpretasi Peneliti	Teori/Literatur
Tekanan pasar dan interaksi lintas budaya	Fokus pada target ekonomi dan keberagaman wisatawan membatasi penerapan nilai religius secara konsisten.	Nilai PAI perlu diterjemahkan sebagai etika universal yang adaptif dan inklusif.	Integrasi nilai dan kecerdasan budaya meningkatkan performa layanan hospitality (Ali et al., 2021; Hoang et al., 2023).
Implikasi praktis dan teoretis	Nilai PAI memperkuat kualitas layanan, citra destinasi, dan etos kerja pelaku usaha.	Internalisasi nilai PAI relevan sebagai strategi budaya kerja dan pengembangan teori pariwisata berbasis nilai.	Nilai Islam meningkatkan kepuasan wisatawan dan relevan dalam teori layanan modern (Battour & Ismail, 206).

Tabel 1 menyajikan hasil triangulasi data yang diperoleh dari temuan lapangan, interpretasi peneliti, serta dukungan teori dan literatur yang relevan. Tabel ini digunakan untuk memperkuat keabsahan data penelitian melalui perbandingan antara data empiris dan kerangka konseptual. Penyajian hasil triangulasi ini bertujuan memberikan gambaran komprehensif mengenai internalisasi nilai Pendidikan Agama Islam dalam praktik pelayanan pariwisata, khususnya pada aspek manifestasi nilai, penghayatan religius, dan institusionalisasi nilai dalam budaya kerja. Wawancara mendalam dilakukan secara semi-terstruktur dengan durasi rata-rata 45–60 menit per informan dan dilakukan lebih dari satu kali pada kondisi lapangan yang berbeda, sementara observasi non-partisipatif dilakukan secara berulang pada jam kerja pelayanan untuk menangkap perilaku yang konsisten. Pemilihan informan didasarkan pada peran spesifik mereka dalam pelayanan serta pengalaman langsung dalam menerapkan nilai PAI.

Analisis data tematik dilakukan secara manual melalui tahapan pengodean terbuka untuk mengidentifikasi unit-unit makna dari hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi, kemudian dilanjutkan dengan pengodean aksial guna mengelompokkan tema-tema yang saling berkaitan, serta pengodean selektif untuk merumuskan tema inti yang merepresentasikan proses internalisasi nilai PAI dalam praktik pelayanan pariwisata. Proses ini dilakukan secara berulang dan reflektif agar kategorisasi data tetap konsisten, mendalam, dan sesuai dengan fokus penelitian.

Peneliti menjamin kerahasiaan identitas informan dengan menggunakan kode atau inisial, memperoleh persetujuan sadar *(informed consent)* sebelum pengumpulan data, serta memastikan bahwa seluruh data digunakan secara terbatas untuk kepentingan akademik. Langkah ini penting untuk mencegah potensi penyalahgunaan informasi dan menjaga kepercayaan informan, mengingat sektor pariwisata memiliki sensitivitas tinggi terkait citra usaha dan hubungan profesional

Manifestasi Nilai PAI dalam Praktik Pelayanan

Temuan lapangan menunjukkan bahwa nilai-nilai PAI seperti amanah (kejujuran), ihsan (kebaikan layanan), adab (kesantunan), dan solidaritas sosial menjadi bagian yang cukup kuat dari perilaku pelaku layanan di sektor pariwisata. Misalnya, staf hotel dan pemandu wisata secara konsisten menunjukkan sikap ramah, sopan, dan tulus dalam memberikan informasi kepada tamu, termasuk dalam menjelaskan fasilitas yang sesuai dengan kebutuhan wisatawan Muslim seperti jadwal ibadah ataupun area ibadah. Sikap ini tidak hanya dipahami sebagai bagian dari kebiasaan sosial masyarakat Ende yang religius, tetapi dipraktikkan sebagai bagian dari etika kerja profesional mereka.

Hal tersebut konsisten dengan literatur yang menunjukkan bahwa nilai Islam seperti amanah dan ihsan mampu memperkuat kualitas layanan dalam konteks pariwisata halal, di mana prinsip religius menjadi sumber etika pelayanan dalam industri *hospitality* (Wekke et al., 2024). Selain itu, banyak informan salah satunya *housekeeping* menyatakan bahwa mereka memandang pelayanan sebagai bentuk pengabdian kepada tamu, bukan sekadar tugas pekerjaan. Hal ini menunjukkan internalisasi nilai keislaman telah mencapai fase penghayatan, di mana nilai-nilai moral dan spiritual menjiwai tindakan sehari-hari, bukan sekadar memahami secara kognitif.

Temuan tersebut mengindikasikan bahwa proses internalisasi nilai PAI pada pelaku layanan pariwisata tidak berhenti pada tahap sosialisasi nilai, tetapi telah memasuki tahap institusionalisasi dalam praktik kerja. Nilai amanah, ihsan, dan adab tidak hanya dipraktikkan secara individual, melainkan juga membentuk pola interaksi kolektif dalam lingkungan kerja. Pola ini terlihat dari konsistensi perilaku pelayanan yang relatif seragam antarstaf, meskipun berasal dari latar belakang pendidikan dan pengalaman kerja yang berbeda. Hal ini menunjukkan bahwa nilai religius telah menjadi bagian dari budaya kerja yang hidup dan diterima secara bersama.

Internalisasi nilai PAI juga berfungsi sebagai mekanisme pengendalian diri *(self-regulation)* bagi pelaku layanan. Kesadaran bahwa pekerjaan dipandang sebagai amanah mendorong staf untuk menjaga kejujuran, menghindari manipulasi informasi, serta bertanggung jawab terhadap kualitas layanan yang diberikan. Nilai ihsan memperkuat motivasi intrinsik pelaku layanan untuk memberikan pelayanan terbaik, tidak semata-mata karena tuntutan standar operasional, tetapi karena dorongan moral untuk berbuat baik kepada sesama. Penghayatan nilai keislaman dalam pelayanan turut memperkuat dimensi empati dan kepedulian sosial dalam interaksi dengan wisatawan. Pelaku layanan tidak hanya berorientasi pada kepuasan pelanggan secara material, tetapi juga menunjukkan perhatian terhadap kenyamanan psikologis dan kebutuhan spiritual tamu (Kamri et al., 2024). Sikap ini relevan dalam konteks pariwisata yang semakin menuntut pelayanan berbasis pengalaman *(experience-based tourism)*, di mana kualitas interaksi personal menjadi faktor penting dalam membentuk persepsi wisatawan terhadap destinasi. Temuan ini sejalan dengan kajian sebelumnya yang menegaskan bahwa nilai-nilai Islam dalam industri pariwisata dapat menjadi sumber keunggulan etis dan kompetitif ketika diinternalisasikan secara autentik (Pattaray & Herman, 2024). Nilai religius tidak bersifat eksklusif, melainkan berfungsi sebagai etika universal yang mendorong pelayanan yang adil, humanis, dan profesional. Dengan demikian, internalisasi nilai PAI dalam praktik pelayanan pariwisata di Kota Ende dapat dipahami sebagai proses integratif antara religiusitas personal, budaya lokal, dan tuntutan profesionalisme industri, yang secara bersama-sama membentuk karakter pelayanan pariwisata yang berkelanjutan.

Perilaku Pelayanan yang Bernuansa Religius dalam Dunia Kerja

Perilaku pelayanan yang bernuansa religius dalam dunia kerja pariwisata tidak hanya merefleksikan sikap individual pelaku usaha, tetapi juga mencerminkan sistem nilai yang terinternalisasi dalam budaya kerja sehari-hari. Dalam konteks PAI, nilai-nilai seperti amanah, kejujuran, tanggung jawab, keramahan, dan keadilan menjadi landasan etis yang membentuk perilaku profesional pelaku layanan. Nilai-nilai tersebut diwujudkan melalui cara berkomunikasi yang santun, kepekaan terhadap kebutuhan tamu, serta komitmen dalam memberikan pelayanan yang berkualitas tanpa diskriminasi.

Internalisasi nilai religious dalam sector hotel dan usaha wisata tercermin dalam praktik pelayanan yang menekankan integritas dan kepedulian sosial. Pelaku layanan yang memahami pekerjaannya sebagai bagian dari ibadah cenderung menunjukkan etos kerja yang lebih tinggi, seperti disiplin waktu, ketulusan dalam melayani, serta konsistensi dalam menjaga standar pelayanan. Perspektif ini sejalan dengan prinsip ihsan dalam Islam, yakni bekerja secara optimal meskipun tanpa pengawasan langsung, karena kesadaran akan tanggung jawab moral dan spiritual (Henderson, 2016).

Perilaku pelayanan yang bernuansa religius juga berkontribusi pada penciptaan suasana kerja yang harmonis dan kondusif. Nilai-nilai PAI mendorong sikap saling menghormati antarpegawai, pengendalian emosi dalam menghadapi keluhan pelanggan, serta penyelesaian masalah secara musyawarah. Dalam konteks pariwisata nilai religius justru berfungsi sebagai etika universal yang memperkuat profesionalisme dan meningkatkan citra positif destinasi wisata. Perilaku pelayanan yang dilandasi nilai-nilai religius tidak dapat dipahami semata-mata sebagai ekspresi keimanan personal, tetapi sebagai modal sosial dan etis yang memperkuat kualitas pelayanan pariwisata (Wikaningtyas, 2025). Integrasi nilai PAI dalam dunia kerja pariwisata berpotensi menjadi strategi kultural yang relevan untuk meningkatkan daya saing usaha wisata sekaligus menjaga identitas moral masyarakat lokal.

Faktor Pendukung Internalisasi Nilai PAI

Proses internalisasi nilai PAI dalam pelayanan pariwisata di Kota Ende didukung oleh beberapa faktor internal dan eksternal:

1. Pendidikan dan Latar Belakang Agama: Banyak staf pelayanan memiliki latar belakang pendidikan agama formal maupun non-formal, yang menjadi modal awal pemahaman nilai Islam dalam kehidupan mereka. Ini sejalan dengan temuan penelitian yang menyatakan bahwa pemahaman nilai Islam berkontribusi terhadap kualitas sikap pelayanan dan kepuasan tamu secara keseluruhan.
2. Budaya Organisasi dan Lingkungan Sosial: Budaya lokal Ende yang religius turut memperkuat proses internalisasi. Lingkungan sosial yang menghargai sopan santun, kerja sama, dan nilai kekeluargaan membuat pelaku layanan cenderung menerjemahkan nilai agama sebagai prinsip hidup yang utuh, bukan sekadar aturan. Kondisi ini mirip dengan temuan dalam kajian kartografi pariwisata, yang menemukan bahwa nilai budaya lokal dan status religius masyarakat berperan dalam karakter pelayanan destinasi wisata halal. (Santoso, 2022)
3. Pelatihan dan Pengembangan Kapasitas: Beberapa hotel dan usaha wisata telah melakukan pelatihan keterampilan layanan, termasuk modul etika layanan yang mencakup aspek komunikatif dan religius. Namun, pelatihan formal yang memadukan nilai PAI secara sistematis masih terbatas. Hal ini menunjukkan adanya kebutuhan untuk memperkuat kurikulum pelatihan yang bersifat religius dan profesional secara bersamaan.

Tantangan Internalisasi Nilai PAI

Proses internalisasi nilai PAI dalam praktik pelayanan pariwisata menghadapi berbagai tantangan struktural dan kontekstual yang menghambat penerapan nilai religius secara konsisten. Walaupun nilai-nilai seperti amanah, ihsan, adab, dan tanggung jawab sosial pada dasarnya tertanam dalam kehidupan sosial komunitas lokal, transformasi nilai

tersebut ke dalam konteks profesional layanan memerlukan dukungan sistemik dan pelatihan yang berkelanjutan. Tantangan ini dapat dilihat dari aspek kebijakan organisasi, kompetensi individu, tekanan pasar, serta dinamika kerja lintas budaya.

1. Standar operasional dan kebijakan formal pada sejumlah usaha pariwisata belum mengintegrasikan nilai-nilai Pendidikan Agama Islam secara sistematis dalam prosedur layanan. Fokus pengelolaan masih menitikberatkan aspek teknis, efisiensi, dan target ekonomi tanpa pedoman etika religius yang jelas. Kondisi ini menyebabkan ketidakseragaman praktik pelayanan antarstaf karena perilaku individu lebih dominan dibandingkan konsistensi organisasi. Temuan ini sejalan dengan penelitian sebelumnya yang menegaskan pentingnya pedoman nilai religius dalam operasional layanan halal (Chen & Liu, 2022).
2. Kompetensi individual staf layanan menjadi tantangan utama dalam internalisasi nilai. Pemahaman terhadap nilai agama yang bersifat konseptual tidak selalu berbanding lurus dengan kemampuan penerapannya dalam situasi kerja. Banyak pekerja pariwisata di Kota Ende memiliki latar belakang pendidikan agama yang beragam; namun, tanpa pelatihan formal yang terstruktur, pemahaman tersebut seringkali bersifat parsial dan subjektif. Hal ini mengakibatkan variasi dalam kualitas pelayanan religius antar individu, yang tidak mencerminkan standar profesional pariwisata. Penelitian oleh penelitian terdahulu menegaskan bahwa kemampuan staf untuk menerjemahkan prinsip moral ke dalam tindakan layanan harus didukung oleh pelatihan berbasis nilai yang konsisten.
3. Tekanan bisnis dan persaingan pasar menuntut pelaku usaha untuk fokus pada aspek produktivitas dan keuntungan finansial. Dalam situasi kompetitif, perhatian terhadap nilai nilai religius seringkali terpinggirkan oleh kebutuhan untuk memenuhi target operasional dan permintaan pasar yang cepat berubah. Fokus semata pada indikator ekonomi tanpa mempertimbangkan nilai etis dapat menciptakan praktik layanan yang bersifat mekanis, kurang empatik, dan kurang responsif terhadap kebutuhan spiritual tamu (Mursalina & Mawaddah, 2025). Ini sejalan dengan temuan penelitian terdaulu yang menunjukkan bahwa organisasi sering kali memprioritaskan efisiensi ekonomi dibanding etika layanan dalam industri jasa (Hoang et al., 2023).
4. Interaksi lintas budaya dan agama juga menjadi tantangan tersendiri. Dalam konteks pariwisata, staf layanan harus mampu melayani wisatawan dari berbagai latar belakang budaya dan keyakinan. Walaupun nilai-nilai PAI bersifat universal dalam prinsip moralnya, pengaplikasiannya membutuhkan fleksibilitas dan sensitivitas lintas budaya agar tidak menjadi eksklusif atau memaksakan perspektif tertentu. Kajian penelitian terdahulu menunjukkan bahwa pendidikan nilai dalam industri layanan perlu orientasi budaya untuk menjembatani persinggungan nilai dalam interaksi global (Ali et al., 2021).
5. Kurangnya dukungan institusional dari lembaga pendidikan, pemerintah daerah, dan asosiasi pariwisata turut menghambat proses internalisasi. Kolaborasi antara pemangku kepentingan sangat penting untuk merumuskan kebijakan pelatihan, panduan nilai, dan kurikulum Pendidikan Agama Islam yang relevan dengan kebutuhan industri pariwisata. Tanpa dukungan ini, pelaku usaha terus menghadapi beban tunggal dalam menyatukan nilai religius dan ekspektasi profesional, yang sering kali berakhir pada praktik layanan yang tidak terstruktur. Penelitian terdahulu

mengemukakan bahwa sinergi antara lembaga formal dan industri dapat memperkuat model internalisasi nilai dalam layanan pariwisata tanpa mengorbankan standar professional (Panagiotopoulou & Skoultsos, 2025).

Secara keseluruhan, tantangan internalisasi nilai PAI dalam praktik pelayanan pariwisata bersifat multidimensi dan membutuhkan pendekatan holistik. Solusi atas tantangan ini bukan sekadar menguatkan pemahaman individu, tetapi juga melibatkan perubahan kebijakan organisasi, pendidikan formal yang terintegrasi, serta kerangka kolaboratif lintas sektor. Dengan demikian, internalisasi nilai PAI dalam dunia pariwisata bukan hanya menjadi idealisme moral, tetapi dapat diwujudkan sebagai strategi kompetitif berkelanjutan dalam industri layanan.

Implikasi Praktis dan Teoretis

Hasil pembahasan mengenai internalisasi nilai Pendidikan Agama Islam (PAI) dalam praktik pelayanan pariwisata memiliki implikasi penting, baik secara praktis bagi pelaku industri pariwisata maupun secara teoretis bagi pengembangan kajian PAI dan studi pariwisata berbasis nilai. Implikasi ini menegaskan bahwa nilai religius tidak hanya relevan dalam ruang pendidikan formal, tetapi juga memiliki peran strategis dalam meningkatkan kualitas layanan dan etika profesional di sektor pariwisata.

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa internalisasi nilai PAI dapat dijadikan dasar penguatan budaya kerja di hotel dan usaha wisata. Nilai-nilai seperti amanah, ihsan, tanggung jawab, dan kejujuran terbukti berkontribusi pada peningkatan kualitas interaksi layanan, kepercayaan wisatawan, serta citra positif destinasi. Oleh karena itu, manajemen usaha pariwisata perlu mengintegrasikan nilai PAI ke dalam kebijakan internal, standar operasional prosedur (SOP), dan program pelatihan sumber daya manusia. Pendekatan ini sejalan dengan temuan penelitian terdahulu yang menegaskan bahwa nilai Islam dalam pelayanan dapat meningkatkan kepuasan wisatawan tanpa mengurangi profesionalisme layanan. Internalisasi nilai PAI juga berimplikasi pada pengembangan model pelatihan berbasis nilai yang kontekstual dan inklusif. Pelatihan tidak hanya berfokus pada keterampilan teknis, tetapi juga pada pembentukan sikap, etika kerja, dan sensitivitas sosial. Hal ini penting mengingat sektor pariwisata melibatkan interaksi lintas budaya dan agama, sehingga nilai PAI perlu diterjemahkan sebagai etika universal yang adaptif. Penelitian lain menunjukkan bahwa pendekatan nilai yang dikombinasikan dengan kecerdasan budaya mampu meningkatkan performa layanan di *industri hospitality* (Fatimah & Sugianto, 2024).

Penelitian ini memperkaya kajian Pendidikan Agama Islam dengan memperluas ruang aplikatif PAI ke dalam konteks dunia kerja dan industri jasa. Selama ini, kajian PAI lebih banyak difokuskan pada ranah pendidikan formal dan pembentukan karakter peserta didik. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa nilai PAI juga relevan sebagai kerangka etika profesional yang dapat diinternalisasikan dalam praktik kerja. Hal ini mendukung pendekatan PAI kontekstual yang menekankan keterkaitan antara nilai agama dan realitas sosial (Wekke et al., 2024).

Penelitian ini berkontribusi pada pengembangan teori pariwisata berbasis nilai (*value-based tourism*) dengan menempatkan nilai religius sebagai modal sosial dan kultural. Nilai PAI tidak diposisikan sebagai simbol identitas semata, melainkan sebagai prinsip etis yang membentuk perilaku layanan dan hubungan kerja. Temuan ini sejalan dengan kajian

terdahulu yang menekankan pentingnya integrasi etika dalam teori layanan modern (Kasdi & Saifudin, 2019).

Implikasi teoretis lainnya adalah penguatan perspektif interdisipliner antara PAI, sosiologi agama, dan studi pariwisata. Pendekatan ini membuka ruang bagi penelitian lanjutan yang mengkaji internalisasi nilai agama dalam sektor-sektor profesional lainnya. Bahwa sinergi antara nilai lokal, pendidikan, dan industri dapat menghasilkan model layanan berkelanjutan yang berdaya saing tinggi. Dengan demikian, implikasi praktis dan teoretis dari penelitian ini menegaskan bahwa internalisasi nilai PAI dalam pelayanan pariwisata bukan hanya relevan secara normatif, tetapi juga strategis dalam membangun kualitas layanan, etika profesional, dan pengembangan keilmuan yang kontekstual.

Kesimpulan

Penelitian ini menegaskan bahwa internalisasi nilai PAI dalam praktik pelayanan pariwisata memiliki peran strategis dalam membentuk etika profesional, kualitas layanan, dan citra positif destinasi wisata. Studi lapangan pada hotel dan usaha wisata di Kota Ende menunjukkan bahwa nilai-nilai PAI seperti amanah, ihsan, kejujuran, tanggung jawab, dan adab tidak hanya dipahami secara normatif, tetapi juga dipraktikkan dalam interaksi pelayanan sehari-hari. Nilai-nilai tersebut berfungsi sebagai landasan moral yang memengaruhi sikap, perilaku, serta cara pelaku usaha merespons kebutuhan wisatawan secara profesional, humanis, dan berorientasi pada kenyamanan tamu. Pelayanan tidak semata-mata dipahami sebagai aktivitas teknis atau transaksional, melainkan sebagai bentuk pengabdian yang sarat dengan dimensi etis dan spiritual.

keterbatasan penelitian ini yaitu ruang lingkup penelitian terbatas pada hotel dan usaha wisata tertentu di Kota Ende, sehingga temuan belum dapat digeneralisasikan ke konteks destinasi wisata lain dengan karakter sosial, budaya, dan religius yang berbeda. Serta penelitian terbatas pada hotel dan usaha wisata di Kota Ende, perlu diperluas untuk mencakup destinasi lain. Temuan ini menegaskan bahwa internalisasi nilai religius tidak dapat bergantung pada kesadaran personal semata, tetapi memerlukan dukungan sistemik melalui kebijakan internal, pelatihan berbasis nilai, dan kolaborasi antara pelaku industri, lembaga pendidikan, serta pemerintah daerah. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas lokasi dan subjek penelitian, melibatkan perspektif wisatawan, serta menggunakan pendekatan metode campuran guna menguji secara lebih objektif hubungan antara internalisasi nilai PAI, kualitas layanan, dan kepuasan wisatawan, sekaligus mengembangkan model pelatihan dan kebijakan internal berbasis nilai yang kontekstual dan inklusif. Penelitian selanjutnya perlu menggali perspektif wisatawan untuk pemahaman yang lebih menyeluruh.

Acknowledgment

-

Daftar Pustaka

Akmala, Z., & Ridwan, A. A. (2022). Pengaruh Etika Pemasaran Islami Dan Kualitas Layanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Fashion Muslim E-Commerce Shopee dengan Kepuasan sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Ekonomika Dan Bisnis Islam*, *5*(3), 195–213. https://doi.org/https://doi.org/10.26740/jekobi.v5n3.p195-213

Ali, F., Hussain, K., & Ryu, K. (2021). Cultural intelligence and service performance in cross-cultural service encounters. *International Journal of Hospitality Management*, *94*.

Amaliyah, Z., Muzakky, A. F., Fatimah, S., & Mubin, N. (2026). Pendidikan Karakter dalam Perspektif Filsafat Pendidikan Islam. *Bayt Al Hikmah: Jurnal Pendidikan Dan Pengembangan Masyarakat Islam*, *2*(1), 1–11. https://doi.org/https://doi.org/10.54065/BaytAl-Hikmah.549

Chen, Q., & Liu, Z. (2022). *Hospitality ' s ethical values and unethical employee behaviour : The mediating roles of work values and the moderating role of perceived organisational support*. *November*, 1–13. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.1063797

Fata, M. K., & Mawaddah, S. (2025). Pengaruh Pembelajaran Baca Tulis Arab Melayu terhadap Pemahaman Konsep Agama. Bayt Al Hikmah: Jurnal Pendidikan Dan Pengembangan Masyarakat Islam, 1(1), 82–93. https://doi.org/10.54065/BaytAl-Hikmah.391

Fatimah, S., & Sugianto, S. (2024). Pengaruh Religius, Kualitas Layanan, Citra Destinasi, dan Wisata Halal Terhadap Minat Wisatawan Muslim. *Abdurrauf Social Science*, *1*(2), 182–200. https://doi.org/10.70742/arsos.v1i2.52

Hakim, A. A., Ridwan, H., Hasanuddin, M., & Hakim, S. (2024). Towards Indonesia halal tourism: Legal, social, and economic perspectives. *Ahkam: Jurnal Ilmu Syariah*, *24*(2), 235–256. https://doi.org/10.15408/ajis.v17i2.6243

Henderson, J. C. (2016). Halal food, certification and halal tourism: Insights from Malaysia and Singapore. *Tour. Manag. Perspect.*, *19*, 160–164. https://doi.org/10.1016/j.tmp.2015.12.006

Hoang, G., Yang, M., & Luu, T. T. (2023). Ethical leadership in tourism and hospitality management: A systematic literature review and research agenda. *International Journal of Hospitality Management*, *114*(October 2022), 103563. https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2023.103563

Irodati, F. (2022). Internalisasi nilai-nilai religius dalam pembelajaran Pendidikan Agama Islam. *Jurnal Pendidikan Agama Islam*, *1*(1), 1–15. https://doi.org/10.33507/pai.v1i1.308

Kamri, N. 'Azzah, Sarif, S., Ali, N. A., & Mokti, H. A. (2024). Ethics of Ikram al-Dayf for Quality Muslim-Friendly Hospitality Services. *Millah: Journal of Religious Studies*, *23*(1), 467–504. https://doi.org/10.20885/millah.vol23.iss1.art15

Kasdi, A., & Saifudin, S. (2019). Influence of Sharia Service Quality, Islamic Values, and Destination Image toward Loyalty Visitorsâ€™ on Great Mosque of Demak. *International Journal of Islamic Business and Economics (IJIBEC)*, *3*(2), 117–129. https://doi.org/10.28918/ijibec.v3i2.1909

Latifah, K. N., Pratiwi, A. A., Indriani, D., & Marlina, L. (2025). *Pengembangan Pariwisata Halal Berbasis Nilai-Nilai Islam dalam Meningkatkan Daya Saing Destinasi*. *3*(1), 24–29. https://doi.org/10.62017/wanargi.v3i1.5893

Mursalina, N., & Mawaddah, S. (2025). Pembelajaran Bahasa Arab Melayu sebagai Fondasi Literasi Dini pada Anak Usia Dini. *Bayt Al Hikmah: Jurnal Pendidikan Dan Pengembangan Masyarakat Islam*, *1*(2), 258–268. https://doi.org/https://doi.org/10.54065/BaytAl-Hikmah.407

Panagiotopoulou, P., & Skoultsos, S. (2025). Stakeholders' Involvement in Sustainable Destination Management: A Systematic Literature Review of Existing Multi-Stakeholder Frameworks and Approaches. *Tourism and Hospitality*, *6*(5), 250. https://doi.org/10.3390/tourhosp6050250

Pattaray, A., & Herman, H. (2024). Tourism and Islamic hospitality: measuring halal attributes, satisfaction and expectations of Muslim tourists. *Jurnal Pariwisata Pesona*, *9*(1), 1–13. https://doi.org/10.26905/jpp.v9i1.12453

Primadona, F., Hartoyo, Yuliati, L. N., & Arsyianti, L. D. (2025). Perceived Value, Satisfaction, Trust, and Tourist Loyalty in Halal Tourism: an Islamic Legal Perspective From Lombok. *Syariah: Jurnal Hukum Dan Pemikiran*, *25*(1), 23–42. https://doi.org/10.18592/sjhp.v25i1.16346

Qadir, A. H. M. A., Yusnaidi, Y., Devilishanti, T., Yuliana, D., & Hasni, J. (2024). Defining Sharīʿah-compliant tourism. *Jurnal Ilmiah Ekonomi, Manajemen Dan Syariah*, *3*(1), 83–90. https://doi.org/https://doi.org/10.55883/jiemas.v3i1.40

Santoso, B. (2022). Nilai Keislaman Dan Kearifan Lokal Dalam Pengembangan Pariwisata Halal Pasca Covid 19 Di Kota Malang. *Peradaban Journal of Economic and Business*, *1*(1), 39–51. https://doi.org/10.59001/pjeb.v1i1.1

Wekke, I. S., Alam, A. F. A., & Dawabsheh, M. A. (2024). Hospitality with Islamic values: Strengthening Muslim-friendly tourism practices. *Asian Interdisciplinary and Sustainability Review*, *3*(1), 1–15. https://doi.org/10.14456/aisr.2024.22

Wikaningtyas, S. U. (2025). ISLAMIC Perspective: Peningkatan Service Quality Usaha Mikro Kecil Menengah. *Jurnal Pengabdian Masyarakat Widya Wiwaha*, *3*(1), 41–45. https://doi.org/https://doi.org/10.32477/jpm.v3i1.1222