

## Potensi dan Tantangan Digitalisasi dalam Memajukan Wisata Halal di Indonesia: Solusi dan Implementasi

**Burhan Stafrezar**

STIE Mahardhika Surabaya

email: [Burhan.stafrezar@stiemahardhika.ac.id](mailto:Burhan.stafrezar@stiemahardhika.ac.id)

### Article Info

#### Article history:

Received : 04 - 10, 2024

Revised : 29 - 10, 2024

Accepted : 10 - 11, 2024

#### Keywords:

Potential;  
Challenges;  
Digitalization;  
Halal Tourism;  
Solution;  
Implementation.

### ABSTRACT

*Digitalization has great potential in advancing the halal tourism sector in Indonesia, in line with the global trend of adopting technology to enhance the traveler experience. As a country with the largest Muslim population, Indonesia has the opportunity to become the world's premier halal tourism destination. Global Muslim tourism spending reached USD 102 billion in 2020, despite a decline due to the pandemic. Digitalization can accelerate this recovery through innovations such as sharia-based booking platforms, halal guide apps, and digital payment solutions. However, challenges such as technological infrastructure gaps, low digital literacy and regulatory limitations are significant barriers. This study examines the potential of digitalization in supporting the growth of halal tourism in Indonesia, including implementation solutions that include strengthening regulations, multi-stakeholder collaboration, and inclusive digital infrastructure development. This study also explores the experiences of other countries, such as Malaysia and the United Arab Emirates, in integrating technology to support halal tourism, to provide strategic recommendations relevant to Indonesia.*

*This is an open access article under the [CC BY](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/) license.*



#### \*Corresponding Author:

Burhan Stafrezar

STIE Mahardhika Surabaya

Email: [burhan.stafrezar@stiemahardhika.ac.id](mailto:burhan.stafrezar@stiemahardhika.ac.id)

## 1. PENDAHULUAN

Wisata halal telah menjadi salah satu segmen pariwisata global yang tumbuh paling pesat, didorong oleh meningkatnya jumlah wisatawan Muslim dan kesadaran akan pentingnya gaya hidup halal. Indonesia, sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, memiliki potensi besar untuk menjadi pemimpin global dalam industri ini. Belanja wisata Muslim global mencapai USD 102 miliar pada tahun 2020, meskipun ada penurunan akibat pandemi COVID-19 (DinarStandard, 2021). Namun, sektor ini diproyeksikan akan pulih dengan cepat seiring pulihnya industri perjalanan dan meningkatnya permintaan akan destinasi ramah Muslim. Dalam konteks ini, digitalisasi menjadi kunci untuk mempercepat pengembangan wisata halal dengan memberikan pengalaman yang lebih personal, efisien, dan sesuai dengan kebutuhan wisatawan Muslim.

Digitalisasi menawarkan berbagai peluang untuk mengatasi keterbatasan yang selama ini menghambat pengembangan wisata halal di Indonesia. Dengan memanfaatkan teknologi, seperti aplikasi berbasis syariah, platform pemesanan digital, dan teknologi realitas virtual, destinasi wisata dapat menyediakan layanan yang lebih informatif dan sesuai dengan preferensi wisatawan. Digitalisasi telah menjadi pendorong utama inovasi dalam pariwisata global, memungkinkan integrasi layanan berbasis teknologi yang meningkatkan aksesibilitas dan daya tarik destinasi (Raihansyah et al., 2024). Selain itu, digitalisasi juga mendukung pengelolaan data wisatawan, yang dapat digunakan untuk merancang strategi pemasaran yang lebih efektif.

Namun, adopsi digitalisasi dalam pariwisata halal di Indonesia menghadapi sejumlah tantangan signifikan. Salah satu kendala utama adalah infrastruktur teknologi yang belum merata di seluruh wilayah, terutama di destinasi wisata terpencil. Akses internet di Indonesia masih terkonsentrasi di daerah perkotaan, sementara banyak destinasi wisata halal potensial berada di daerah pedesaan yang minim infrastruktur digital (Syahrial & Kurniawan, 2022). Selain itu, literasi digital yang rendah di kalangan pelaku usaha kecil dan menengah (UMKM) juga menjadi penghalang dalam mengintegrasikan teknologi ke dalam operasional mereka.

Tantangan lain adalah regulasi dan standar industri yang belum memadai untuk mendukung pengembangan wisata halal berbasis digital. Keberhasilan pengembangan wisata halal sangat bergantung pada regulasi yang jelas dan dukungan pemerintah yang konsisten (Taufik et al., 2019). Di Indonesia, regulasi terkait wisata halal dan digitalisasi masih berkembang, sehingga sering kali terjadi tumpang tindih antara berbagai kebijakan yang ada. Kondisi ini menciptakan ketidakpastian bagi pelaku industri dalam berinovasi dan mengadopsi teknologi baru.

Selain itu, persaingan dengan negara lain yang telah lebih dahulu mengembangkan wisata halal berbasis digital, seperti Malaysia dan Uni Emirat Arab, menjadi tantangan tersendiri bagi Indonesia. Kedua negara ini telah berhasil mengintegrasikan teknologi dalam pengembangan pariwisata halal, termasuk aplikasi pencarian makanan halal, pemandu destinasi ramah Muslim, hingga sistem pembayaran berbasis syariah (Pelu et al., 2020). Untuk bersaing, Indonesia perlu belajar dari pengalaman mereka dan mengadaptasi teknologi yang relevan dengan konteks lokal.

Di sisi lain, peluang untuk mengatasi tantangan ini sangat besar. Kolaborasi antara pemerintah, sektor swasta, dan komunitas dapat menjadi solusi efektif dalam mempercepat adopsi digitalisasi di sektor wisata halal. Kolaborasi multi-stakeholder merupakan kunci keberhasilan dalam transformasi digital, karena memungkinkan pengembangan solusi yang lebih inklusif dan berkelanjutan (Ardhitha, 2024). Selain itu, penguatan literasi digital di kalangan pelaku usaha kecil dan menengah UMKM juga dapat menjadi langkah strategis untuk meningkatkan adopsi teknologi di sektor ini.

Pengalaman negara lain juga menunjukkan pentingnya dukungan pemerintah dalam menyediakan insentif bagi inovasi teknologi. Sebagai contoh, Malaysia berhasil mendorong pengembangan aplikasi halal dengan memberikan subsidi kepada startup teknologi yang berfokus pada pariwisata halal (Henderson, 2016). Langkah serupa dapat diadopsi oleh Indonesia untuk mendorong inovasi di sektor ini. Selain itu, pengembangan infrastruktur digital, seperti jaringan internet cepat di destinasi wisata terpencil, menjadi prioritas yang tidak dapat diabaikan.

Penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi potensi dan tantangan digitalisasi dalam memajukan wisata halal di Indonesia serta memberikan solusi dan strategi implementasi yang relevan. Kajian ini tidak hanya akan mengidentifikasi hambatan utama yang dihadapi, tetapi juga akan menyajikan rekomendasi berbasis data untuk mengatasi tantangan tersebut. Dengan pendekatan yang komprehensif, penelitian ini diharapkan dapat berkontribusi pada pengembangan wisata halal yang berdaya saing dan berkelanjutan di Indonesia.

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

### 2.1. Potensi

Digitalisasi telah membawa dampak signifikan dalam berbagai sektor, termasuk pariwisata. Potensi digitalisasi dalam mengembangkan wisata halal sangat besar, terutama di Indonesia yang memiliki populasi Muslim terbesar di dunia. Teknologi digital memungkinkan terciptanya layanan pariwisata yang lebih inklusif, efisien, dan sesuai dengan preferensi wisatawan Muslim. Belanja wisata Muslim global mencapai USD 102 miliar, yang menunjukkan pangsa pasar yang sangat besar bagi sektor ini (DinarStandard, 2021). Dengan adopsi teknologi, Indonesia dapat meningkatkan daya saingnya sebagai destinasi wisata halal global melalui inovasi seperti aplikasi perjalanan berbasis syariah, platform pemesanan makanan halal, dan teknologi pemandu wisata virtual.

Salah satu potensi utama digitalisasi dalam wisata halal adalah peningkatan aksesibilitas informasi. Teknologi dapat digunakan untuk menyediakan informasi yang lebih lengkap tentang destinasi ramah Muslim, fasilitas ibadah, dan restoran halal. Misalnya, aplikasi pencarian makanan halal seperti yang dikembangkan di Malaysia telah membantu wisatawan Muslim merasa lebih nyaman saat bepergian (Permadi et al., 2019). Penerapan teknologi serupa di Indonesia dapat memberikan nilai tambah bagi destinasi lokal, memperluas jangkauan pasar, dan meningkatkan kepuasan wisatawan.

Selain itu, digitalisasi juga berpotensi meningkatkan efisiensi operasional dalam pengelolaan pariwisata halal. Teknologi big data memungkinkan analisis yang lebih mendalam mengenai preferensi dan perilaku wisatawan. Penerapan big data dalam pariwisata membantu penyedia layanan untuk menawarkan pengalaman yang lebih personal dan relevan (Aviyanti, 2024). Dengan memanfaatkan data ini, destinasi wisata halal di

Indonesia dapat merancang strategi pemasaran yang lebih tepat sasaran, meningkatkan tingkat kunjungan, dan memperkuat citra sebagai tujuan ramah Muslim.

Potensi digitalisasi juga terlihat dalam pengembangan ekonomi lokal melalui pemberdayaan pelaku usaha kecil dan menengah (UMKM). Platform digital dapat digunakan untuk mempromosikan produk dan jasa yang sesuai dengan prinsip syariah. Misalnya, platform e-commerce berbasis halal telah berhasil memberdayakan usaha kecil dan menengah (UMKM) di sektor pariwisata di berbagai negara (Puspitasari et al., 2024). Di Indonesia, hal ini dapat diterapkan untuk menghubungkan kesejahteraan masyarakat lokal di sekitar destinasi wisata.

Penerapan teknologi pembayaran digital berbasis syariah juga menjadi potensi yang menjanjikan dalam sektor wisata halal. Sistem pembayaran digital telah mempercepat transaksi dan memberikan kenyamanan bagi wisatawan (Manurung et al., 2024). Penggunaan teknologi ini di Indonesia dapat meningkatkan pengalaman wisatawan Muslim, mengurangi hambatan dalam transaksi, dan memperkuat integrasi ekonomi digital. Selain itu, teknologi blockchain dapat dimanfaatkan untuk memastikan transparansi dalam transaksi dan mempromosikan kepercayaan dalam layanan berbasis syariah.

## 2.2. Tantangan

Meskipun digitalisasi menawarkan banyak peluang dalam pengembangan wisata halal di Indonesia, tantangan yang dihadapi sektor ini tidak dapat diabaikan. Salah satu kendala utama adalah infrastruktur digital yang belum merata di seluruh wilayah Indonesia. Akses internet di Indonesia masih terkonsentrasi di daerah perkotaan, sementara banyak destinasi wisata halal potensial berada di wilayah pedesaan atau terpencil (Suryahani et al., 2024). Ketidakseimbangan ini menciptakan kesenjangan digital yang menghambat pelaksanaan inisiatif berbasis teknologi, seperti platform pemesanan online atau aplikasi panduan halal.

Selain infrastruktur, literasi digital di kalangan pelaku industri pariwisata juga menjadi hambatan besar. Banyak pelaku usaha kecil dan menengah (UMKM) yang bergerak di sektor pariwisata halal tidak memiliki pengetahuan dan keterampilan yang cukup untuk mengintegrasikan teknologi ke dalam operasi bisnis mereka (Masriansyah, 2020). Rendahnya literasi digital ini tidak hanya menghambat adopsi teknologi tetapi juga mengurangi daya saing usaha kecil dan menengah (UMKM) di pasar global. Pelatihan dan edukasi digital menjadi kebutuhan mendesak untuk memastikan bahwa seluruh pelaku industri dapat memanfaatkan teknologi secara efektif.

Tantangan lainnya adalah kurangnya regulasi yang mendukung transformasi digital dalam wisata halal. Keberhasilan wisata halal sangat bergantung pada kebijakan yang mendukung dan pengaturan yang jelas, terutama terkait standar halal berbasis digital (Trisnawati et al., 2023). Di Indonesia, regulasi tentang pariwisata halal masih berada dalam tahap awal pengembangan, sehingga sering kali terjadi tumpang tindih antara kebijakan yang ada. Hal ini menciptakan ketidakpastian bagi pelaku industri, menghambat inovasi, dan memperlambat adopsi teknologi baru.

Persaingan dengan negara-negara lain yang telah lebih maju dalam wisata halal berbasis digital juga menjadi tantangan serius bagi Indonesia. Malaysia dan Uni Emirat Arab, misalnya, telah berhasil memanfaatkan teknologi untuk mempromosikan destinasi halal mereka melalui aplikasi pencarian makanan halal, sistem pembayaran syariah, dan teknologi pemasaran berbasis big data (DinarStandard, 2021). Posisi Indonesia sebagai pemain baru dalam wisata halal digital memerlukan upaya besar untuk bersaing di pasar global yang semakin kompetitif.

Masalah lain yang perlu diperhatikan adalah keamanan dan privasi data dalam penggunaan teknologi digital. Semakin meningkatnya adopsi teknologi dalam pariwisata membawa risiko terhadap perlindungan data pribadi wisatawan (Nirmala et al., 2024). Di Indonesia, regulasi terkait perlindungan data pribadi masih dalam tahap pengembangan, yang dapat memengaruhi kepercayaan wisatawan dalam menggunakan layanan berbasis digital. Keamanan siber dan privasi data menjadi aspek penting yang harus diperkuat untuk mendukung digitalisasi sektor wisata halal.

## 2.3. Digitalisasi

Digitalisasi telah menjadi katalis utama dalam transformasi berbagai sektor ekonomi, termasuk pariwisata. Dalam konteks pariwisata halal, digitalisasi memainkan peran penting dalam menciptakan layanan yang lebih inklusif, personal, dan efisien bagi wisatawan Muslim. Penerapan teknologi digital, seperti big data, internet of things (IoT), dan kecerdasan buatan, memungkinkan penyedia layanan pariwisata untuk memahami kebutuhan wisatawan dengan lebih baik dan merancang pengalaman yang relevan (Suardhita et al., 2022). Teknologi ini juga membantu meningkatkan daya tarik destinasi wisata halal melalui inovasi seperti pemandu virtual, aplikasi berbasis syariah, dan platform pemesanan halal.

Salah satu aspek penting digitalisasi adalah kemampuannya untuk meningkatkan aksesibilitas informasi. Teknologi digital memungkinkan wisatawan untuk mendapatkan informasi yang akurat dan real-time tentang fasilitas ramah Muslim, seperti restoran halal, tempat ibadah, dan akomodasi syariah. Aplikasi perjalanan berbasis syariah di beberapa negara, seperti Malaysia dan Uni Emirat Arab, telah membantu wisatawan Muslim merasa lebih nyaman dan percaya diri saat bepergian (DinarStandard, 2021). Di Indonesia, pengembangan aplikasi serupa dapat memperkuat daya tarik destinasi lokal sebagai tujuan wisata halal.

Digitalisasi juga menawarkan potensi besar dalam pengelolaan data wisatawan. Penggunaan big data dalam pariwisata memungkinkan analisis yang lebih mendalam mengenai preferensi wisatawan, pola perjalanan, dan tingkat kepuasan (Eddyono, 2021). Data ini dapat digunakan untuk merancang strategi pemasaran yang lebih efektif, memperkuat hubungan dengan wisatawan, dan meningkatkan pengalaman perjalanan. Dalam konteks wisata halal, data tersebut dapat membantu penyedia layanan untuk menawarkan solusi yang lebih sesuai dengan kebutuhan dan preferensi wisatawan Muslim.

Di sisi lain, teknologi pembayaran digital berbasis syariah merupakan salah satu inovasi yang signifikan dalam mendukung wisata halal. Penggunaan teknologi pembayaran digital telah mempercepat proses transaksi, mengurangi hambatan dalam pembayaran lintas batas, dan meningkatkan efisiensi operasional (R. M. Handoko et al., 2024). Di Indonesia, penerapan teknologi ini dapat meningkatkan kenyamanan wisatawan Muslim sekaligus memperluas akses pasar bagi pelaku usaha di sektor wisata halal. Teknologi blockchain juga menawarkan peluang untuk meningkatkan transparansi dan kepercayaan dalam transaksi berbasis syariah.

Meskipun demikian, adopsi digitalisasi dalam wisata halal tidak terlepas dari tantangan, seperti kesenjangan teknologi, literasi digital yang rendah, dan keterbatasan regulasi. Keberhasilan transformasi digital sangat bergantung pada kesiapan infrastruktur, kapasitas sumber daya manusia, dan dukungan kebijakan (Cahya et al., 2024). Di Indonesia, tantangan-tantangan ini menjadi perhatian utama yang harus diatasi untuk mengoptimalkan manfaat digitalisasi dalam wisata halal. Dukungan pemerintah dalam menyediakan pelatihan digital bagi pelaku usaha kecil dan menengah (UMKM) serta investasi dalam pengembangan infrastruktur digital menjadi langkah strategis yang diperlukan.

#### **2.4. Wisata Halal**

Wisata halal merupakan segmen pariwisata yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan wisatawan Muslim sesuai dengan prinsip-prinsip syariah. Segmen ini terus berkembang secara global, seiring dengan meningkatnya kesadaran umat Muslim terhadap gaya hidup halal dan pertumbuhan kelas menengah di negara-negara mayoritas Muslim. Belanja wisata Muslim global diproyeksikan mencapai USD 300 miliar pada tahun 2030, menjadikan wisata halal sebagai salah satu pasar yang paling cepat berkembang di industri pariwisata (Yuliaty, 2020).

Definisi wisata halal mencakup berbagai aspek layanan, seperti makanan halal, fasilitas ibadah, lingkungan yang ramah Muslim, dan hiburan yang sesuai dengan nilai-nilai Islam. Penyedia layanan wisata halal harus memastikan kepatuhan terhadap standar ini untuk meningkatkan daya tarik mereka kepada wisatawan Muslim (Artianasari, 2024). Selain itu, destinasi wisata halal juga diharapkan untuk memberikan pengalaman yang aman, nyaman, dan otentik, yang mencerminkan budaya lokal dan nilai-nilai Islam.

Indonesia memiliki potensi besar untuk menjadi destinasi wisata halal terkemuka di dunia, mengingat jumlah penduduk Muslim terbesar di dunia dan kekayaan budaya serta alam yang dimilikinya. Indonesia telah meraih peringkat tinggi dalam Global Muslim Travel Index (GMTI) berkat upaya pemerintah dan sektor swasta dalam mempromosikan wisata halal (Saevasilvia, 2024). Namun, meskipun Indonesia memiliki potensi yang luar biasa, pengelolaan dan promosi yang lebih efektif masih diperlukan untuk mengoptimalkan peluang ini.

Digitalisasi menjadi salah satu faktor kunci dalam pengembangan wisata halal. Teknologi memungkinkan destinasi wisata halal untuk menjangkau audiens global, menyediakan informasi yang lebih mudah diakses, dan menciptakan pengalaman yang lebih personal bagi wisatawan. Teknologi digital dapat membantu destinasi wisata halal untuk meningkatkan daya saingnya melalui pemasaran yang lebih efektif, layanan berbasis data, dan inovasi dalam penyampaian layanan (Sungaidi, 2022). Dengan memanfaatkan teknologi, Indonesia dapat meningkatkan keunggulannya sebagai destinasi wisata halal.

Tantangan utama dalam wisata halal meliputi persaingan global yang semakin ketat dan kurangnya pemahaman tentang kebutuhan spesifik wisatawan Muslim. Beberapa negara seperti Malaysia dan Uni Emirat Arab telah berhasil memanfaatkan teknologi dan infrastruktur yang kuat untuk memperkuat posisi mereka sebagai destinasi wisata halal utama (DinarStandard, 2021). Untuk bersaing, Indonesia perlu berinvestasi lebih dalam infrastruktur wisata halal, memastikan keberlanjutan, dan meningkatkan kesadaran masyarakat tentang pentingnya memberikan layanan yang sesuai dengan nilai-nilai Islam.

## 2.5. Solusi

Penerapan solusi berbasis digital menjadi pendekatan strategis dalam mengatasi tantangan pengembangan wisata halal. Digitalisasi menawarkan cara baru untuk mengelola informasi, berinteraksi dengan wisatawan, dan menciptakan pengalaman perjalanan yang lebih personal. Adopsi teknologi digital memungkinkan destinasi wisata untuk memanfaatkan big data, kecerdasan buatan (AI), dan internet of things (IoT) untuk meningkatkan efisiensi operasional serta memberikan nilai tambah bagi wisatawan (Aolia et al., 2024). Dalam konteks wisata halal, solusi ini dapat digunakan untuk memastikan ketersediaan layanan ramah Muslim, seperti makanan halal, akomodasi syariah, dan tempat ibadah.

Salah satu solusi utama adalah pengembangan aplikasi digital yang terintegrasi untuk kebutuhan wisata halal. Aplikasi ini dapat berfungsi sebagai platform untuk mencari informasi tentang restoran halal, akomodasi bersertifikat, jadwal salat, serta panduan lokasi masjid terdekat. Beberapa negara seperti Malaysia dan Turki telah mengembangkan aplikasi wisata berbasis syariah yang memudahkan wisatawan Muslim dalam merencanakan perjalanan mereka (DinarStandard, 2021). Di Indonesia, pengembangan aplikasi serupa dapat menjadi langkah penting dalam meningkatkan daya tarik destinasi lokal bagi wisatawan Muslim domestik maupun internasional.

Solusi lainnya adalah peningkatan literasi digital di kalangan pelaku usaha pariwisata halal. Banyak pelaku usaha kecil dan menengah (UMKM) di sektor ini belum memiliki kemampuan teknis untuk memanfaatkan teknologi dalam bisnis mereka (Wati et al., 2020). Pelatihan dan workshop tentang penggunaan platform digital, pemasaran online, dan pengelolaan data menjadi langkah penting untuk memastikan seluruh pelaku industri dapat memanfaatkan teknologi dengan optimal. Inisiatif ini juga membantu pelaku usaha kecil dan menengah (UMKM) untuk menjangkau pasar yang lebih luas dan meningkatkan daya saing mereka.

Selain itu, investasi dalam infrastruktur digital merupakan solusi yang tidak kalah penting. Keberhasilan transformasi digital sangat bergantung pada ketersediaan infrastruktur teknologi yang merata, terutama di daerah-daerah terpencil (Johannes, 2024). Di Indonesia, destinasi wisata halal yang berlokasi di wilayah pedesaan atau terpencil memerlukan dukungan infrastruktur digital, seperti akses internet yang stabil dan perangkat pendukung lainnya, untuk memastikan wisatawan dapat menggunakan layanan berbasis teknologi secara efektif.

Kolaborasi antara pemerintah, sektor swasta, dan akademisi juga menjadi kunci dalam menciptakan solusi yang efektif. Pemerintah dapat berperan dalam menyediakan kebijakan yang mendukung pengembangan wisata halal berbasis digital, sementara sektor swasta dapat menyediakan inovasi teknologi yang relevan. Sinergi antara berbagai pemangku kepentingan sangat penting untuk menciptakan ekosistem pariwisata halal yang berkelanjutan (Efendi & Khomairah, 2024). Misalnya, insentif bagi startup teknologi yang berfokus pada wisata halal dapat mendorong inovasi dan menciptakan solusi yang lebih efektif.

## 2.6. Implementasi

Implementasi digitalisasi dalam pengembangan wisata halal memerlukan pendekatan strategis yang mencakup berbagai aspek, mulai dari kebijakan pemerintah hingga adopsi teknologi oleh pelaku industri. Keberhasilan implementasi digitalisasi di sektor pariwisata sangat bergantung pada kesiapan infrastruktur teknologi, dukungan regulasi, serta kemampuan pelaku usaha dalam memanfaatkan teknologi tersebut (Dredge et al., 2018). Dalam konteks wisata halal, implementasi ini harus memastikan bahwa solusi digital dapat memenuhi kebutuhan khusus wisatawan Muslim, seperti penyediaan informasi layanan halal dan fasilitas ibadah.

Salah satu langkah implementasi yang telah terbukti efektif adalah penggunaan platform digital untuk promosi destinasi wisata halal. Negara-negara seperti Uni Emirat Arab dan Malaysia telah memanfaatkan media sosial, situs web, dan aplikasi berbasis syariah untuk menarik wisatawan Muslim (DinarStandard, 2021). Platform ini memungkinkan wisatawan untuk mengakses informasi yang relevan dengan mudah, mulai dari akomodasi bersertifikat halal hingga jadwal kegiatan berbasis budaya Islam. Di Indonesia, pendekatan serupa dapat diterapkan untuk meningkatkan visibilitas destinasi wisata halal baik di pasar domestik maupun internasional.

Selain promosi, implementasi digitalisasi juga mencakup pengelolaan data untuk meningkatkan efisiensi operasional dan pengalaman wisatawan. Big data dapat digunakan untuk menganalisis preferensi wisatawan, memprediksi pola perjalanan, dan mengoptimalkan pengelolaan sumber daya destinasi wisata (Del Vecchio et al., 2018). Dalam wisata halal, data ini dapat membantu pemerintah dan pelaku usaha untuk mengidentifikasi kebutuhan spesifik wisatawan Muslim dan menyediakan layanan yang lebih personal. Misalnya, analisis data dapat digunakan untuk menentukan lokasi strategis fasilitas ibadah atau mengembangkan paket perjalanan yang sesuai dengan nilai-nilai Islam.

Namun, implementasi digitalisasi dalam wisata halal di Indonesia menghadapi tantangan, terutama terkait kesenjangan teknologi dan literasi digital. Banyak destinasi wisata di negara berkembang belum memiliki infrastruktur teknologi yang memadai untuk mendukung digitalisasi (Mumtaz & Karmilah, 2021). Di Indonesia, tantangan ini diperparah oleh keterbatasan akses internet di daerah-daerah terpencil, yang sering kali menjadi lokasi destinasi wisata halal. Untuk mengatasi hal ini, investasi dalam infrastruktur digital, seperti perluasan jaringan internet dan penyediaan perangkat keras, menjadi prioritas yang mendesak.

Implementasi juga memerlukan dukungan regulasi yang jelas dan komprehensif. Kebijakan pemerintah yang mendukung transformasi digital sangat penting untuk memastikan keberlanjutan inisiatif digitalisasi (Brunetti et al., 2020). Di Indonesia, regulasi terkait sertifikasi halal, perlindungan data wisatawan, dan penggunaan teknologi berbasis syariah perlu diperkuat untuk mendukung pengembangan wisata halal. Selain itu, insentif bagi pelaku usaha yang mengadopsi teknologi digital juga dapat mendorong percepatan implementasi.

### 3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus untuk menganalisis potensi dan tantangan digitalisasi dalam memajukan wisata halal di Indonesia. Pendekatan ini dipilih karena dapat menggali pemahaman mendalam tentang fenomena yang kompleks dalam konteks spesifik (Handoko et al., 2024). Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan pelaku industri pariwisata, pengelola destinasi wisata halal, dan regulator terkait, serta melalui analisis dokumen kebijakan, laporan industri, dan literatur akademik. Untuk memastikan validitas data, digunakan teknik triangulasi, yaitu dengan membandingkan informasi dari berbagai sumber (Santos et al., 2020). Analisis data dilakukan secara tematik untuk mengidentifikasi pola-pola utama yang relevan dengan digitalisasi, wisata halal, dan tantangan implementasinya. Pendekatan ini bertujuan untuk memberikan rekomendasi berbasis bukti yang dapat mendukung pengembangan wisata halal berbasis digital di Indonesia secara efektif dan berkelanjutan.

### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### 4.1. Potensi dan Tantangan Digitalisasi dalam Memajukan Wisata Halal di Indonesia

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Indonesia memiliki potensi besar untuk menjadi pemain utama dalam wisata halal global melalui pemanfaatan digitalisasi. Kekayaan budaya Islam, keragaman destinasi wisata, dan populasi Muslim terbesar di dunia menjadi keunggulan kompetitif yang signifikan. Indonesia menempati peringkat teratas dalam Global Muslim Travel Index (GMTI) karena ketersediaan layanan wisata halal yang meluas (Syahrial, 2020). Namun, untuk memaksimalkan potensi ini, diperlukan langkah strategis dalam mengintegrasikan teknologi digital untuk mempromosikan dan mengelola destinasi wisata halal.

Digitalisasi telah membuka peluang besar bagi Indonesia untuk meningkatkan daya saingnya di pasar wisata halal. Penggunaan teknologi seperti big data, kecerdasan buatan (AI), dan platform media sosial memungkinkan promosi yang lebih efektif dan personalisasi pengalaman wisatawan (Aviyanti, 2024). Studi ini menemukan bahwa platform digital dapat membantu wisatawan Muslim menemukan layanan halal dengan lebih mudah, seperti restoran, akomodasi, dan fasilitas ibadah, yang selama ini menjadi kebutuhan utama mereka.

Meskipun potensi digitalisasi sangat besar, penelitian ini juga mengidentifikasi sejumlah tantangan yang menghambat pengembangannya. Salah satu tantangan utama adalah kesenjangan teknologi antara kawasan perkotaan dan pedesaan. Destinasi wisata di wilayah terpencil sering kali mengalami keterbatasan infrastruktur digital, seperti akses internet yang tidak memadai (Rifauddin & Ardiyawin, 2024). Hal ini juga terjadi di banyak destinasi wisata halal di Indonesia, yang mengurangi pengalaman wisatawan dan efisiensi operasional pengelola destinasi.

Tantangan lain yang ditemukan adalah rendahnya literasi digital di kalangan pelaku usaha kecil dan menengah (UMKM) di sektor pariwisata halal. Banyak usaha kecil dan menengah (UMKM) belum mampu memanfaatkan teknologi untuk meningkatkan daya saing mereka. Literasi digital adalah kunci untuk mengadopsi teknologi baru, dan pelatihan yang berkelanjutan sangat diperlukan untuk memberdayakan pelaku usaha di sektor ini (Rizki & Hendarman, 2024).

Regulasi yang belum terintegrasi juga menjadi kendala dalam implementasi digitalisasi. Keberhasilan pengembangan wisata halal berbasis digital sangat bergantung pada kebijakan yang mendukung, seperti sertifikasi halal yang terstandarisasi dan perlindungan data pengguna (Henderson, 2016). Di Indonesia, regulasi terkait wisata halal sering kali belum jelas, sehingga menimbulkan kebingungan bagi pelaku industri dalam memenuhi persyaratan syariah dan standar teknologi.

Diskusi penelitian ini menunjukkan bahwa solusi untuk tantangan tersebut memerlukan pendekatan kolaboratif antara pemerintah, sektor swasta, dan komunitas lokal. Pemerintah perlu berperan aktif dalam

menyediakan infrastruktur digital yang merata, terutama di daerah terpencil, serta memperkenalkan kebijakan yang mendukung adopsi teknologi dalam sektor wisata halal. Sementara itu, sektor swasta dapat memberikan inovasi teknologi, seperti aplikasi berbasis syariah, untuk meningkatkan daya tarik destinasi wisata halal.

Pelibatan komunitas lokal juga menjadi faktor penting dalam keberhasilan implementasi digitalisasi. Destinasi wisata halal yang melibatkan masyarakat setempat dalam pengelolaan dan promosi sering kali lebih berkelanjutan. Di Indonesia, pemberdayaan komunitas lokal dapat dilakukan melalui pelatihan dan kemitraan untuk meningkatkan kapasitas mereka dalam mengelola destinasi wisata halal berbasis digital.

Penelitian ini juga menyoroti pentingnya pemasaran digital untuk menjangkau pasar global. Platform seperti media sosial, aplikasi perjalanan, dan situs web dapat digunakan untuk mempromosikan destinasi wisata halal di Indonesia kepada wisatawan internasional. Wisatawan Muslim lebih cenderung memilih destinasi yang aktif berinteraksi dengan mereka melalui platform digital, sehingga strategi pemasaran ini sangat relevan (Oktaviany & Hasbalah, 2023).

Secara keseluruhan, digitalisasi berpotensi besar untuk mempercepat pengembangan wisata halal di Indonesia. Namun, tantangan yang ada harus diatasi melalui kolaborasi multi-pihak, investasi infrastruktur, dan peningkatan literasi digital. Hasil penelitian ini memberikan pandangan yang komprehensif tentang bagaimana digitalisasi dapat digunakan sebagai alat strategis untuk memajukan sektor wisata halal, sekaligus memberikan kontribusi nyata terhadap pertumbuhan ekonomi yang inklusif dan berkelanjutan.

Dengan mengatasi tantangan tersebut, Indonesia memiliki peluang untuk tidak hanya menjadi destinasi wisata halal unggulan, tetapi juga memimpin inovasi dalam pengelolaan pariwisata berbasis digital di tingkat global (Taufik et al., 2019). Implementasi digitalisasi yang efektif akan menjadi langkah penting dalam merealisasikan visi ini, sekaligus memberikan manfaat yang signifikan bagi masyarakat lokal dan perekonomian nasional.

#### **4.2. Solusi dan Implementasi Digitalisasi dalam Memajukan Wisata Halal di Indonesia**

Hasil penelitian menunjukkan bahwa digitalisasi menawarkan solusi yang sangat relevan untuk memajukan wisata halal di Indonesia, tetapi tantangan dalam implementasinya perlu diatasi secara sistematis. Salah satu solusi utama yang diidentifikasi adalah penggunaan platform digital terintegrasi yang dapat menghubungkan berbagai layanan wisata halal. Negara-negara dengan pasar wisata halal berkembang pesat, seperti Malaysia dan Uni Emirat Arab, telah berhasil mengembangkan platform berbasis teknologi untuk menyediakan layanan yang lebih terkoordinasi dan mudah diakses (Pramesti & Nisa, 2024). Aplikasi ini menggabungkan pencarian untuk akomodasi, restoran halal, tempat ibadah, dan layanan wisata lainnya, yang sangat relevan bagi wisatawan Muslim. Dalam konteks Indonesia, penerapan solusi semacam ini dapat memberikan manfaat besar bagi peningkatan daya tarik destinasi wisata halal.

Penyediaan aplikasi berbasis digital untuk wisata halal adalah salah satu langkah penting dalam implementasi digitalisasi. Aplikasi semacam ini tidak hanya mempermudah wisatawan dalam mencari layanan halal, tetapi juga berfungsi sebagai alat promosi bagi destinasi wisata di Indonesia. Penggunaan aplikasi berbasis digital memungkinkan personalisasi pengalaman wisata yang lebih baik, yang pada gilirannya meningkatkan kepuasan pelanggan dan loyalitas wisatawan (Zulkifli et al., 2024). Oleh karena itu, pengembangan aplikasi khusus yang berfokus pada wisata halal dapat menjadi solusi jangka panjang untuk meningkatkan daya saing Indonesia sebagai destinasi wisata halal global.

Namun, implementasi solusi ini tidak hanya melibatkan teknologi, tetapi juga peningkatan kualitas layanan dan pelatihan bagi pelaku industri. Pelatihan digital untuk usaha kecil dan menengah (UMKM) di sektor pariwisata halal sangat penting. Banyak pelaku usaha, terutama di daerah terpencil, belum sepenuhnya memahami potensi teknologi dalam mengelola dan memasarkan produk mereka secara online. Oleh karena itu, solusi yang ditawarkan juga harus mencakup peningkatan literasi digital bagi pelaku usaha kecil dan menengah yang terlibat dalam sektor wisata halal. Pemberdayaan usaha kecil dan menengah (UMKM) melalui pelatihan digital menjadi krusial untuk memastikan bahwa mereka dapat memanfaatkan teknologi dan meningkatkan kualitas layanan yang mereka tawarkan.

Solusi lainnya yang diidentifikasi dalam penelitian ini adalah perlunya dukungan pemerintah dalam hal kebijakan dan infrastruktur. Kebijakan yang jelas mengenai sertifikasi halal, penggunaan teknologi berbasis syariah, dan perlindungan data pribadi wisatawan sangat penting untuk mendukung keberhasilan digitalisasi dalam wisata halal (Artianasari, 2024). Di Indonesia, meskipun telah ada beberapa kebijakan yang mendukung sektor pariwisata, masih terdapat kekurangan dalam hal penyediaan infrastruktur digital yang merata, terutama di daerah-daerah terpencil. Penguatan infrastruktur digital seperti jaringan internet yang stabil dan akses ke perangkat teknologi sangat dibutuhkan untuk mendukung implementasi digitalisasi dalam sektor ini.

Investasi dalam infrastruktur digital merupakan langkah penting lainnya yang ditemukan dalam penelitian ini. Digitalisasi yang efektif memerlukan infrastruktur yang memadai untuk mendukung penggunaan

teknologi, baik di tingkat pemerintah, pelaku industri, maupun wisatawan. Negara-negara yang telah berhasil menerapkan digitalisasi di sektor pariwisata memiliki infrastruktur digital yang baik dan merata (Bailey & Nyabola, 2021). Di Indonesia, investasi dalam pengembangan jaringan internet dan perangkat keras yang dapat diakses oleh seluruh pemangku kepentingan menjadi faktor kunci untuk memastikan kesuksesan digitalisasi dalam sektor wisata halal.

Selain itu, solusi berbasis data dan analitik dapat diimplementasikan untuk meningkatkan pengalaman wisatawan dan pengelolaan destinasi wisata halal. Penggunaan big data dan kecerdasan buatan (AI) memungkinkan pengelola destinasi untuk memahami preferensi wisatawan secara lebih mendalam dan mengoptimalkan pelayanan. Analisis data memungkinkan pihak berwenang untuk merencanakan kebijakan dan layanan yang lebih baik, seperti menentukan lokasi strategis untuk fasilitas ibadah atau meningkatkan ketersediaan restoran halal di area wisata (Ihsan et al., 2022). Dalam konteks Indonesia, pengelolaan data wisatawan dapat meningkatkan efisiensi operasional dan memberikan layanan yang lebih disesuaikan dengan kebutuhan wisatawan Muslim.

Tantangan dalam implementasi digitalisasi juga mencakup perlunya pendidikan dan kesadaran yang lebih besar tentang pentingnya digitalisasi di kalangan masyarakat dan pelaku industri. Pemahaman dan kesadaran yang tinggi terhadap potensi digitalisasi akan mempercepat penerimaan teknologi oleh masyarakat (Sabbagh et al., 2012). Oleh karena itu, kampanye edukasi yang melibatkan berbagai pihak, baik pemerintah, akademisi, dan sektor swasta, sangat penting untuk memastikan bahwa solusi digital dapat diterima secara luas oleh seluruh lapisan masyarakat, terutama di sektor pariwisata halal.

Kolaborasi antara pemerintah, sektor swasta, dan masyarakat menjadi kunci sukses dalam implementasi digitalisasi. Kerjasama antara berbagai pemangku kepentingan sangat diperlukan untuk menciptakan ekosistem yang mendukung digitalisasi. Pemerintah dapat menyediakan kebijakan yang mendukung pengembangan teknologi, sementara sektor swasta dapat menyediakan inovasi dalam pengembangan platform digital dan aplikasi berbasis syariah. Sektor masyarakat juga harus dilibatkan dalam memastikan keberlanjutan dan keberhasilan implementasi teknologi, misalnya dengan melibatkan mereka dalam promosi dan pengelolaan destinasi wisata halal berbasis digital.

Secara keseluruhan, solusi dan implementasi digitalisasi dalam sektor wisata halal di Indonesia memerlukan strategi yang komprehensif dan berkelanjutan. Digitalisasi tidak hanya menawarkan peluang untuk meningkatkan efisiensi operasional dan daya saing, tetapi juga memberikan kontribusi besar terhadap pertumbuhan sektor pariwisata yang inklusif dan berkelanjutan. Dengan mengatasi tantangan yang ada melalui kolaborasi dan investasi yang tepat, Indonesia dapat mengoptimalkan potensi digitalisasi untuk menjadi destinasi wisata halal unggulan di dunia.

Dalam rangka mewujudkan visi ini, Indonesia harus bergerak lebih cepat dalam mengadopsi dan menerapkan teknologi untuk sektor wisata halal, dengan fokus pada peningkatan layanan, pengelolaan data, serta promosi digital. Dengan demikian, digitalisasi akan memainkan peran yang sangat penting dalam meningkatkan daya tarik dan keberlanjutan sektor pariwisata halal Indonesia, memberikan dampak positif bagi ekonomi nasional dan kesejahteraan masyarakat.

#### **4.3. Gap Research**

Meskipun digitalisasi dalam sektor wisata halal telah menarik perhatian global, terdapat kekurangan literatur yang membahas secara mendalam tentang penerapan teknologi digital khususnya dalam konteks wisata halal di Indonesia. Sebagian besar penelitian yang ada lebih fokus pada potensi pasar wisata halal secara umum, namun masih sedikit yang membahas secara rinci mengenai tantangan implementasi digitalisasi dalam sektor ini, khususnya dalam konteks Indonesia. Penelitian yang ada juga sering kali terbatas pada aspek teknologi tanpa memperhatikan faktor sosial, ekonomi, dan budaya yang berperan penting dalam keberhasilan adopsi digitalisasi di Indonesia. Perbaikan literasi digital sangat penting untuk kalangan pelaku usaha, namun belum banyak penelitian yang mengeksplorasi solusi praktis untuk memberdayakan usaha kecil dan menengah (UMKM) dalam sektor pariwisata halal. Oleh karena itu, terdapat kesenjangan penelitian yang perlu dijawab untuk memahami secara lebih holistik bagaimana digitalisasi dapat diimplementasikan secara efektif dan berkelanjutan dalam memajukan wisata halal di Indonesia.

## **5. KESIMPULAN**

Digitalisasi memiliki potensi besar untuk mempercepat pengembangan sektor wisata halal di Indonesia, yang merupakan negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia. Pemanfaatan teknologi dapat meningkatkan efisiensi operasional, memperluas aksesibilitas, serta memberikan pengalaman wisata yang lebih personal dan sesuai dengan kebutuhan wisatawan Muslim. Meskipun demikian, tantangan dalam hal infrastruktur digital yang terbatas di daerah terpencil, rendahnya literasi digital di kalangan pelaku UMKM, dan regulasi yang belum memadai, masih menghambat implementasi digitalisasi. Kolaborasi antara pemerintah, sektor swasta,

dan masyarakat lokal menjadi kunci untuk mengatasi tantangan ini dan memaksimalkan potensi wisata halal di Indonesia.

Untuk mengoptimalkan pengembangan wisata halal berbasis digital, pemerintah Indonesia perlu memperkuat infrastruktur digital, terutama di daerah terpencil, serta menyusun kebijakan yang mendukung adopsi teknologi dalam sektor pariwisata halal. Pelaku usaha kecil dan menengah (UMKM) di sektor ini juga harus diberikan pelatihan literasi digital secara berkelanjutan untuk meningkatkan kemampuan mereka dalam memanfaatkan teknologi. Selain itu, kolaborasi antara sektor publik dan swasta harus diperkuat untuk menciptakan ekosistem yang mendukung inovasi digital dalam pariwisata halal, serta melibatkan komunitas lokal dalam pengelolaan dan promosi destinasi wisata berbasis syariah.

## DAFTAR PUSTAKA

- Aolia, J., Dewi, N. Y. S., Agustina, A., Ariani, Z., & Hidayanti, N. F. (2024). Transformasi Digital dalam Industri Pariwisata: Tantangan dan Peluang. *Seminar Nasional Paedagoria*, 4(1), 597–611.
- Ardhitha, R. (2024). Teknologi Pintar dalam Mewujudkan Kota Berkelanjutan. *JURNAL WILAYAH, KOTA DAN LINGKUNGAN BERKELANJUTAN*, 3(2), 207–216.
- Artianasari, N. (2024). Strategi Komunikasi Branding Pariwisata Halal Berbasis Smart Tourism di Tana Toraja. *KOMUNIDA*, 98–123.
- Aviyanti, C. (2024). Dari Tradisional ke Digital: Transformasi Industri Pariwisata Kreatif dalam Menghadapi Era 5.0. *Jurnal Pendidikan Manajemen Transportasi*, 4(4).
- Bailey, L. E., & Nyabola, N. (2021). Digital Equity as an Enabling Platform for Equality and Inclusion. *Pathfinders for Peaceful, Just, and Inclusive Societies/NYU Center on International Cooperation, June 2021*, <https://Cic.Nyu.Edu/Resources/Digital-Equity-as-an-Enabling-Platform-for-Equality-and-Inclusion>.
- Brunetti, F., Matt, D. T., Bonfanti, A., De Longhi, A., Pedrini, G., & Orzes, G. (2020). Digital transformation challenges: strategies emerging from a multi-stakeholder approach. *The TQM Journal*, 32(4), 697–724.
- Cahaya, T., Aris, U., Pranacitra, R., Suriyanto, S., & Dewanto, W. (2024). Smart Governance: Program Transformasional Digital Nasional Melalui Desa, Apakah Indonesia? *IBLAM LAW REVIEW*, 4(2), 217–223.
- Del Vecchio, P., Mele, G., Ndou, V., & Secundo, G. (2018). Creating value from social big data: Implications for smart tourism destinations. *Information Processing & Management*, 54(5), 847–860.
- Dredge, D., Phi, G., Mahadevan, R., Meehan, E., & Popescu, E. S. (2018). Digitalisation in tourism. *Depth Analysis of Challenges and Opportunities*, 6.
- Eddyono, F. (2021). *Pengelolaan destinasi pariwisata*. Uwais Inspirasi Indonesia.
- Efendi, M. N., & Khomairoh, S. (2024). Integration of Halal Industry with Religious Tourism Sector in Central Java. *Jurnal Pembangunan Daerah*, 1(1), 55–74.
- Handoko, R. M., Trisna, B. A. A., Pratama, R. D., & Parhusip, J. (2024). Implementasi Blockchain untuk Keamanan Sistem Pembayaran Digital dan Optimasi Transaksi Keuangan (Studi Kasus Industri Fintech di Indonesia). *Teknik: Jurnal Ilmu Teknik Dan Informatika*, 4(2), 64–74.
- Handoko, Y., Wijaya, H. A., & Lestari, A. (2024). *Metode Penelitian Kualitatif Panduan Praktis untuk Penelitian Administrasi Pendidikan*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Henderson, J. C. (2016). Halal food, certification and halal tourism: Insights from Malaysia and Singapore. *Tourism Management Perspectives*, 19, 160–164.
- Ihsan, A., Kusuma, A. B., & Hatbah, M. A. (2022). Strategi Alternatif Pembangunan Manusia Melalui Parawisata Halal Di Indonesia Pasca Covid-19. *Jurnal Magister Ekonomi Syariah*, 1(1 Juni), 1–15.
- Johannes, R. A. (2024). Optimalisasi Smart Asn Dalam Mendukung Transformasi Birokrasi Di Era Digital Di Provinsi Sulawesi Utara. *Jurnal Ilmiah Administrasi Pemerintahan Daerah*, 16(2), 151–165.
- Manurung, C. M., Sipahutar, J. N., Charolin, A., Saputra, Z. E., & Hasyim, H. (2024). Efektivitas Program Q-Ris (Quick Response Code Indonesian Standard) Oleh Bank Indonesia Dalam Meningkatkan Transaksi Non-Tunai. *Global Leadership Organizational Research in Management*, 2(3), 68–88.
- Masriansyah, L. (2020). Go digital and customer relationship marketing sebagai strategi pemulihan bisnis umkm yang efektif dan efisien di masa adaptasi new normal. *Equator Journal of Management and Entrepreneurship*, 8(4), 126–140.
- Mumtaz, A. T., & Karmilah, M. (2021). Digitalisasi wisata di desa wisata. *Jurnal Kajian Ruang*, 1(1).
- Nirmala, B. P. W., Darsana, I. M., & Nirmala, B. M. S. (2024). Dampak Penggunaan Aplikasi Aku-Online Terhadap Pertumbuhan Wisatawan di Kabupaten Buleleng. *Economics and Digital Business Review*, 5(2), 665–681.

- Oktaviany, M., & Hasbalah, F. Z. (2023). Menggali Dampak Revolusi Media Sosial Terhadap Industri Halal Di Indonesia. *JEMARI: Jurnal Edukasi Mahasiswa Sunan Giri*, 1(1), 57–67.
- Pelu, I. E. A. S., Kurniawan, R., & Akbar, W. (2020). *Pariwisata syariah pengembangan wisata halal dalam mendorong pertumbuhan ekonomi daerah*. K-Media.
- Permadi, L. A., Darwini, S., Retnowati, W., & Wahyulina, S. (2019). Persepsi Dan Preferensi Wisatawan Muslim Terhadap Sarana Dan Prasarana Wisata Halal Di Lombok (Studi Kasus Kawasan Ekonomi Khusus Mandalika). *Jurnal Sosial Ekonomi Dan Humaniora (JSEH) ISSN*, 2461, 666.
- Pramesti, S. C., & Nisa, F. L. (2024). Mendukung Fintech Syariah: Upaya Pemerintah Indonesia dan Malaysia melalui Regulasi. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Manajemen*, 2(6), 520–528.
- Puspitasari, K. I., Burhan, Z., & Ramli, U. (2024). Implementasi Pengembangan Industri Pariwisata Halal Sebagai Strategi Peacebuilding Thailand Pada Konflik Etnis Muslim Melayu di Kawasan Thailand Selatan. *Jurnal Noken: Ilmu-Ilmu Sosial*, 10(2), 281–295.
- Raihansyah, M. Z., Varadista, V. V., Syahiny, H. C., Kahva, A. N. F., & Radianto, D. O. (2024). Bisnis Maritim: Definisi, Konsep, Manajemen Dan Pemahaman Dalam Ruang Lingkup Ekonomi Biru. *Inovasi Ekonomi Dan Bisnis*, 6(2).
- Rifauddin, M., & Ardiyawin, I. (2024). Pemanfaatan Teknologi Informasi dalam Meningkatkan Aksesibilitas dan Transparansi Destinasi Wisata Halal di Indonesia. *Journal of Sharia Economy and Islamic Tourism*, 4(2), 82–92.
- Rizki, A., & Hendarman, A. F. (2024). Empowering financial and digital literacy to build resilience of MSMEs: Proposed implementation in Bandung City. *International Journal of Current Science Research and Review*, 7(10).
- Sabbagh, K., Friedrich, R., El-Darwiche, B., Singh, M., Ganediwalla, S., & Katz, R. (2012). Maximizing the impact of digitization. *The Global Information Technology Report, 2012*, 121–133.
- Saevasilvia, S. (2024). *Strategi Nation Branding Lombok Tengah Melalui Wisata Halal 2016-2022*. Universitas Islam Indonesia.
- Santos, K. da S., Ribeiro, M. C., Queiroga, D. E. U. de, Silva, I. A. P. da, & Ferreira, S. M. S. (2020). The use of multiple triangulations as a validation strategy in a qualitative study. *Ciencia & Saude Coletiva*, 25, 655–664.
- Suardhita, N., Rahman, A., & Martiwi, R. (2022). *Implementation of E-Procurement System at PT Taman Impian Jaya Ancol Unit Sea World Ancol North Jakarta*.
- Sungaidi, M. (2022). *Sistem Penyediaan Transportasi Udara Dalam Pengoptimalan Pelayanan Jemaah Haji Pada Direktorat Jenderal Penyelenggaraan Haji Dan Umrah*. Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Syarif ....
- Suryahani, I., Nurhayati, N., & Gunawan, E. R. S. (2024). *Buku Referensi Dinamika Global Perekonomian Indonesia*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Syahrial, M. (2020). *Model Penta Helix dalam Pengembangan Pariwisata Halal di Sumatera Barat*. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
- Syahrial, M., & Kurniawan, W. (2022). Strategi Pengembangan Pariwisata Halal Kota Pekanbaru dengan Mengoptimalkan Industri Kreatif. *Jurnal An-Nahl*, 9(2), 80–87.
- Taufik, H. D., Sahabat, I., Kartawijaya, H. B., Faisal, B., Sudjana, D., Rahtomo, W., Aripin, Z., Hidayat, H., Hasanuddin, M., & Maksum, H. (2019). *Pedoman Pariwisata Halal Jawa Barat*.
- Trisnawati, L., Syamsuadi, A., Arisandi, D., Elvitaria, L., & Hartati, S. (2023). Strategi Peningkatan Ekonomi Melalui Kebijakan Pengembangan Pariwisata Halal Di Kota Pekanbaru Berbasis Digital. *Al-Amwal*, 12(1), 1–12.
- Wati, A. P., Martha, J. A., & Indrawati, A. (2020). Peningkatan keterampilan pemasaran melalui pelatihan whatsapp business pada UMKM. *Dedication: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 4(2), 137–148.
- Yuliaty, T. (2020). *Model wisata halal sustainable Di Indonesia*. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.
- Zulkifli, N., Fadzilah Abdullah, S. N., Atiqah Ku Ahamad, K. N., Mohd Amin, F. A., Dzulkifli, N. N., & Delima Mohd Beta, R. M. (2024). Development of A Preliminary 'Tourgital' Acceptance Framework: An Experience of Tourist in Seremban District. *Global Business & Management Research*, 16(2).