

Pengembangan Wisata Halal di Indonesia: Peluang Strategis dan Tantangan Menjadi Destinasi Halal Dunia

Muhammad Rahmad¹, Silvia Miftahul Jannah²

¹²Institut Pariwisata Trisakti

muhammadrahmad@iptrisakti.ac.id ; silvia.jannah@students.iptrisakti.ac.id

<https://orcid.org/0009-0007-1899-9480>

Abstrak

Pasar wisata halal global tumbuh pesat dengan proyeksi nilai mencapai sekitar US\$300 miliar pada 2026 dan tingkat pertumbuhan tahunan 10%–12%. Indonesia, sebagai negara berpenduduk Muslim terbesar di dunia dengan kekayaan alam, budaya, dan kearifan lokal yang melimpah, memiliki posisi strategis untuk menjadi pemimpin destinasi wisata halal global. Penelitian ini bertujuan menganalisis potensi dan peluang Indonesia dalam pengembangan wisata halal, memetakan tantangan struktural yang dihadapi, dan merumuskan kerangka strategi pengembangan yang berkelanjutan. Pendekatan kualitatif deskriptif berbasis kajian literatur sistematis diterapkan dengan menelaah 20 sumber bereputasi periode 2023–2026, dilengkapi analisis SWOT dan studi kasus empat destinasi unggulan, yaitu Lombok, Padang, Bangkalan, dan Pekalongan. Hasil kajian menunjukkan bahwa keunggulan komparatif Indonesia berakar pada kombinasi unik dominasi populasi Muslim, kekayaan kearifan lokal, dan komitmen terhadap keberlanjutan. Empat strategi pengembangan terintegrasi diidentifikasi, yaitu pembangunan infrastruktur pendukung, peningkatan kualitas sumber daya manusia, penguatan regulasi dan standarisasi sertifikasi halal, serta strategi pemasaran digital terarah. Pengembangan wisata halal terbukti berkontribusi pada pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan, terutama pengentasan kemiskinan, pertumbuhan ekonomi inklusif, dan pelestarian lingkungan. Kajian ini berkontribusi melalui kerangka analisis terintegrasi peluang-tantangan-strategi dan model pengembangan wisata halal berbasis kearifan lokal.

Kata Kunci: *wisata halal; kearifan lokal; pembangunan berkelanjutan; ekonomi syariah; Indonesia*

Abstract

The global halal tourism market is growing rapidly with projected value reaching approximately US\$300 billion by 2026 and an annual growth rate of 10%–12%. Indonesia, as the world's largest Muslim-majority country with abundant natural resources, cultural heritage, and local wisdom, holds a strategic position to lead global halal tourism destinations. This study aims to analyze Indonesia's potential and opportunities in halal tourism development, map the structural challenges, and formulate a sustainable development strategy framework. A qualitative descriptive approach based on systematic literature review was applied, examining 20 reputable sources from 2023–2026, complemented by SWOT analysis and case studies of four leading destinations: Lombok, Padang, Bangkalan, and Pekalongan. The findings show that Indonesia's comparative advantage stems from a unique combination of Muslim population dominance, rich local wisdom, and sustainability commitment. Four integrated development strategies were identified: building supporting infrastructure, enhancing human

resource quality, strengthening regulation and halal certification, and targeted digital marketing. Halal tourism development contributes to Sustainable Development Goals achievement, particularly poverty alleviation, inclusive economic growth, and environmental conservation. This study contributes through an integrated opportunity-challenge-strategy framework based on local wisdom.

Keywords: *halal tourism; local wisdom; sustainable development; Islamic economy; Indonesia*

Pendahuluan

Wisata halal telah berkembang menjadi salah satu segmen ekonomi global paling dinamis dalam dekade terakhir. Pertumbuhan populasi Muslim global yang diperkirakan mencapai 2,2 miliar pada 2030, dikombinasikan dengan peningkatan pendapatan menengah komunitas Muslim di Asia, Timur Tengah, dan Afrika, menciptakan permintaan yang kuat terhadap layanan pariwisata yang sesuai prinsip syariah Islam. Pasar wisata halal global diproyeksikan mencapai sekitar US\$300 miliar pada 2026 dengan tingkat pertumbuhan tahunan 10%–12%, jauh melampaui pertumbuhan pariwisata konvensional yang berada pada kisaran 4%–5% (Marlina et al., 2024; Ruiz-Muñoz et al., 2025). Pertumbuhan ini bukan sekadar tren ekonomi, melainkan rekonfigurasi struktural pasar pariwisata global yang membuka peluang historis bagi destinasi yang mampu meresponsnya.

Indonesia memiliki posisi yang sangat strategis dalam pasar wisata halal global. Sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, lebih dari 230 juta jiwa atau sekitar 87% total penduduk, Indonesia menyediakan basis pasar domestik yang masif sekaligus modal kultural yang otentik. Kekayaan alam tropis berupa pantai, gunung berapi, hutan hujan, dan kepulauan, dipadukan dengan keragaman budaya dan tradisi Islam yang berakar kuat selama berabad-abad, menciptakan kombinasi unik yang sulit ditiru destinasi pesaing (Bagaskara & Rohmadi, 2024; Kurniawan et al., 2025). Kearifan lokal berupa filosofi *gotong royong*, prinsip *adat basandi syarak* di Minangkabau, hospitalitas Sasak di Lombok, dan tradisi religius di berbagai daerah lainnya memberikan dasar yang kuat untuk pengembangan wisata halal yang otentik dan berkelanjutan (Sonjaya et al., 2024).

Meskipun riset tentang wisata halal di Indonesia berkembang pesat, masih terdapat sejumlah kesenjangan penelitian yang perlu diisi. Pertama, sebagian besar literatur masih terfragmentasi pada satu destinasi tertentu atau satu dimensi tertentu (misalnya kepuasan wisatawan atau analisis SWOT), tanpa menyajikan kerangka analisis terintegrasi peluang-tantangan-strategi yang holistik (Yendra, 2025; Romadon & Parwito, 2025). Kedua, kajian komparatif lintas-destinasi yang menggali pelajaran dari beragam model pengembangan masih terbatas, padahal Indonesia memiliki keberagaman model yang dapat saling memperkaya. Ketiga, integrasi antara wisata halal dan agenda Tujuan Pembangunan Berkelanjutan (*Sustainable Development Goals/SDGs*) belum diteliti secara mendalam dalam konteks Indonesia (Ilmi & Ambariyanto, 2024). Keempat, perbandingan strategis dengan kompetitor regional seperti Malaysia, Turki, dan Uni Emirat Arab masih perlu didalami untuk merumuskan diferensiasi yang efektif (Musthofa et al., 2023).

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis potensi dan peluang Indonesia dalam pengembangan wisata halal, memetakan tantangan struktural yang dihadapi, serta merumuskan kerangka strategi pengembangan yang berkelanjutan. Tiga pertanyaan penelitian dirumuskan: (1) apa keunggulan komparatif Indonesia dalam pasar wisata halal global; (2) tantangan struktural apa yang harus diatasi untuk mewujudkan visi sebagai pemimpin destinasi wisata halal dunia; dan (3) strategi pengembangan terintegrasi seperti apa yang dapat diterapkan untuk memaksimalkan potensi sekaligus mengatasi tantangan. Secara teoretis, kajian ini memperkaya literatur ekonomi pariwisata syariah Indonesia dengan kerangka analisis terintegrasi peluang-tantangan-strategi. Secara praktis, hasil kajian memberikan rekomendasi konkret bagi pemerintah, pelaku industri, dan masyarakat dalam mengembangkan ekosistem wisata halal yang inklusif dan berkelanjutan. Sistematika artikel ini terdiri atas tinjauan pustaka, metode, hasil dan pembahasan, serta kesimpulan.

Tinjauan Pustaka

Konsep dan Evolusi Wisata Halal

Wisata halal telah berkembang dari konsep sederhana yang berfokus pada makanan dan akomodasi sesuai syariah menjadi paradigma pariwisata yang mencakup seluruh aspek pengalaman wisata sesuai prinsip Islam. Marlina et al. (2024) melalui penelitian bibliometrik komprehensif mendokumentasikan transformasi paradigma ini, dari fokus awal pada *halal food* dan akomodasi ke pendekatan holistik yang menggabungkan dimensi ekonomi, sosial, budaya, dan lingkungan. El-Gohary (2024) menambahkan bahwa wisata halal kontemporer didefinisikan tidak hanya berdasarkan kepatuhan ritual, tetapi juga nilai-nilai etis Islam seperti keadilan, kejujuran, kelestarian, dan tanggung jawab sosial. Yendra (2025) memetakan atribut destinasi halal yang penting bagi wisatawan, mencakup ketersediaan makanan halal bersertifikat, fasilitas ibadah yang memadai, akomodasi sesuai syariah, dan suasana yang mendukung praktik keagamaan.

Wisata Halal sebagai Inklusi: Wisatawan Muslim dan Non-Muslim

Salah satu temuan penting dalam literatur kontemporer adalah inklusivitas wisata halal yang mampu menarik wisatawan non-Muslim. Yasin et al. (2025) melalui studi pengalaman wisatawan non-Muslim di Lombok menemukan persepsi yang sangat positif terhadap layanan halal, terutama pada dimensi kebersihan, keamanan, dan hospitalitas. Hassan dan Mostafa (2024) menambahkan bahwa pendekatan inklusif ini memperluas pasar wisata halal jauh melampaui populasi Muslim, menjadikannya proposisi nilai yang kompetitif pada pasar pariwisata global. Kurniawan et al. (2025) menegaskan bahwa Indonesia tidak sekadar mengadopsi konsep wisata halal global, tetapi membangun model yang disesuaikan dengan nilai budaya dan konteks lokal, sehingga menghasilkan pendekatan inklusif yang menarik segmen lebih luas.

Kearifan Lokal sebagai Diferensiasi Kompetitif

Kearifan lokal merupakan diferensiasi kompetitif yang sulit ditiru pesaing internasional. Sonjaya et al. (2024) menekankan bahwa integrasi kearifan lokal ke dalam model wisata halal Indonesia menjamin autentisitas, ketahanan, dan keberlanjutan pengembangan. Filosofi seperti

gotong royong, toleransi, keharmonisan dengan alam, dan spiritualitas mendalam yang telah hidup berabad-abad memberikan fondasi kuat untuk pembangunan wisata halal bermakna. Henderson (2024) mendukung pandangan ini dengan menunjukkan bahwa destinasi halal yang sukses di Asia adalah yang berhasil mengkurasi pengalaman otentik berbasis budaya lokal, bukan sekadar mereplikasi standar internasional generik. Wirakusuma dan Akbar (2024) menambahkan bahwa arsitektur tradisional, kuliner lokal halal, dan praktik ritual budaya dapat menjadi titik temu yang memperkaya pengalaman wisatawan tanpa mengorbankan kepatuhan syariah.

Wisata Halal dan Tujuan Pembangunan Berkelanjutan

Hubungan antara wisata halal dan Tujuan Pembangunan Berkelanjutan menjadi tema yang semakin penting dalam diskursus akademis. Ilmi dan Ambariyanto (2024) melalui tinjauan literatur sistematis menunjukkan bahwa wisata halal berkontribusi signifikan pada setidaknya tujuh tujuan SDG, terutama SDG 1 (pengentasan kemiskinan), SDG 8 (pekerjaan layak dan pertumbuhan ekonomi), SDG 11 (kota dan komunitas berkelanjutan), dan SDG 12 (konsumsi dan produksi bertanggung jawab). Setiawan et al. (2025) memperluas analisis dengan menunjukkan bahwa prinsip keberlanjutan dalam Islam—termasuk konsep *khalifah* (pengelolaan), keadilan sosial, dan tanggung jawab terhadap generasi mendatang—sangat sejalan dengan kerangka SDGs global. Suhartanto et al. (2024) menambahkan bukti empiris bahwa destinasi halal yang menerapkan praktik keberlanjutan mencatat tingkat kepuasan dan loyalitas wisatawan yang lebih tinggi dibandingkan destinasi yang hanya berfokus pada efisiensi transaksi.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif berbasis kajian literatur sistematis (*systematic literature review*/SLR), dilengkapi dengan analisis SWOT dan studi kasus multi-destinasi. Pendekatan kualitatif dipilih karena fenomena pengembangan wisata halal bersifat multidimensi, mencakup aspek ekonomi, sosial-budaya, religius, dan lingkungan. Aspek deskriptif memetakan kondisi terkini, sedangkan analisis SWOT memungkinkan identifikasi sistematis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman dalam pengembangan wisata halal Indonesia.

Strategi pencarian literatur dilakukan melalui basis data Scopus, Web of Science, Google Scholar, Sinta Kemdikbudristek, dan portal jurnal nasional terindeks. Kata kunci yang digunakan mencakup kombinasi: *halal tourism*, wisata halal, *Islamic tourism*, ekonomi syariah pariwisata, kearifan lokal, *halal destination*, *Muslim-friendly tourism*, sertifikasi halal, dan SDG halal tourism. Pencarian dilakukan dalam Bahasa Indonesia dan Bahasa Inggris untuk memperluas cakupan literatur regional dan internasional.

Kriteria inklusi sumber meliputi: (1) publikasi pada rentang 2023–2026 untuk memastikan relevansi dengan konteks pasca-pandemi dan dinamika global terkini; (2) artikel jurnal terindeks Scopus, Web of Science, atau SINTA 1–3, atau buku akademik bereputasi; (3) topik yang berkaitan langsung dengan wisata halal, ekonomi syariah pariwisata, atau pengembangan destinasi berbasis nilai religius dan keberlanjutan; serta (4) ketersediaan teks penuh atau abstrak yang memadai. Kriteria eksklusi mencakup artikel berita populer, blog non-akademik,

dan publikasi tanpa tinjauan sejawat. Dari pencarian awal diperoleh sekitar 95 dokumen yang kemudian disaring melalui telaah judul, abstrak, dan teks penuh, sehingga menghasilkan 20 sumber utama.

Teknik analisis data dilakukan melalui empat tahap. Pertama, ekstraksi tematik untuk mengidentifikasi tema-tema utama dari literatur. Kedua, analisis SWOT yang mengkategorikan temuan dalam kerangka kekuatan-kelemahan-peluang-ancaman. Ketiga, sintesis komparatif lintas-destinasi melalui empat studi kasus (Lombok, Padang, Bangkalan, Pekalongan) untuk menemukan pola pengembangan yang efektif. Keempat, interpretasi kritis untuk merumuskan kerangka strategi pengembangan terintegrasi. Keabsahan data dijaga melalui triangulasi sumber pada setiap argumen kunci. Keterbatasan metodologi adalah ketergantungan pada literatur sekunder tanpa pengumpulan data primer, sehingga hasil merepresentasikan konsensus literatur akademis terkini, bukan verifikasi empiris langsung pada destinasi tertentu.

Hasil dan Pembahasan

Analisis SWOT Pengembangan Wisata Halal Indonesia

Bagaskara dan Rohmadi (2024) melalui analisis SWOT komprehensif berbasis NVivo memetakan empat dimensi strategis pengembangan wisata halal Indonesia. Pada dimensi kekuatan, Indonesia memiliki dominasi populasi Muslim yang mencapai 87% total penduduk, keragaman budaya dan tradisi Islam yang otentik, lanskap alam yang luar biasa mulai dari pantai tropis hingga hutan hujan, serta kearifan lokal yang menjadi diferensiasi kompetitif yang sulit ditiru pesaing internasional. Henderson (2024) menambahkan bahwa kombinasi populasi Muslim domestik yang besar dan keragaman destinasi memberikan Indonesia keunggulan struktural dibanding negara-negara dengan populasi Muslim minoritas namun terbatas dalam keragaman geografis.

Pada dimensi peluang, pasar wisata halal global yang diproyeksikan mencapai US\$300 miliar pada 2026 menciptakan momentum yang menguntungkan. Komitmen politik pemerintah Indonesia melalui Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, Kementerian Agama, dan Badan Penyelenggara Jaminan Produk Halal (BPJPH) menunjukkan dukungan struktural terhadap pengembangan ekonomi syariah dan wisata halal (Noviyanti, 2024). Tren digitalisasi yang memudahkan akses informasi dan pemesanan layanan halal, peningkatan pendapatan komunitas Muslim global, serta meningkatnya kesadaran terhadap perjalanan beretika dan berkelanjutan menjadi katalisator tambahan. El-Gohary (2024) memperkirakan bahwa segmen Muslim milenial dan Gen Z akan menjadi pendorong pertumbuhan utama, dengan preferensi yang menggabungkan kepatuhan syariah, pengalaman budaya, dan keberlanjutan.

Pada dimensi kelemahan, Indonesia menghadapi keterbatasan infrastruktur pariwisata di banyak lokasi potensial, ketiadaan standar layanan halal yang konsisten secara nasional, dan kurangnya sumber daya manusia ahli dan terlatih dalam *hospitality* syariah. Pada dimensi ancaman, persaingan ketat dengan negara-negara yang lebih dahulu mengembangkan wisata halal secara terstruktur—seperti Malaysia, Turki, Uni Emirat Arab, dan Thailand—menjadi tantangan serius. Standarisasi dan sertifikasi halal yang belum seragam secara global juga dapat menghambat kepercayaan pelanggan internasional (Ruiz-Muñoz et al., 2025).

Studi Kasus Empat Destinasi Unggulan

Lombok: model unggulan berbasis komunitas

Lombok merupakan kasus pengembangan destinasi wisata halal paling berhasil di Indonesia dengan pengakuan internasional. Yasin et al. (2025) melalui penelitian komprehensif menemukan bahwa wisatawan non-Muslim di Lombok memiliki persepsi sangat positif terhadap layanan halal, mencakup kualitas layanan dengan standar kebersihan dan keamanan ketat, hospitalitas Sasak yang ramah dan inklusif, autentisitas budaya lokal yang dijaga, serta fasilitas wisata berkualitas yang tetap sesuai syariah. Romadon dan Parwito (2025) melengkapi temuan ini dengan studi empiris di Desa Wisata Setanggor, Lombok Tengah, yang menunjukkan tingkat kepuasan tinggi pada tiga aspek: pengalaman budaya lokal otentik dengan nilai-nilai Islam Sasak, kualitas layanan modern dan profesional yang sesuai syariah, serta partisipasi aktif masyarakat dalam pengembangan dan pengelolaan pariwisata. Model berbasis komunitas Lombok menunjukkan bahwa wisata halal dapat menjadi instrumen pemerataan ekonomi yang berkelanjutan.

Padang: keunggulan kuliner dan filosofi adat basandi syarak

Yendra (2025) menganalisis Kota Padang sebagai destinasi wisata halal berbasis atribut. Padang memiliki keunggulan komparatif pada tiga aspek: kuliner halal otentik yang dikenal di seluruh dunia, budaya Minangkabau yang terikat erat dengan nilai-nilai Islam melalui filosofi *adat basandi syarak, syarak basandi kitabullah*, serta dorongan masyarakat yang kuat untuk mengembangkan wisata halal berkualitas. Wisatawan menunjukkan preferensi tinggi pada fitur halal Padang, terutama kuliner yang tidak hanya halal tetapi memiliki cita rasa unik dan abadi, hospitalitas Minang yang terkenal dengan keramahan, dan lingkungan yang ramah terhadap nilai-nilai Islam. Model Padang menunjukkan bagaimana filosofi adat yang berakar pada nilai-nilai Islam dapat menjadi diferensiasi kompetitif yang otentik.

Bangkalan: ekowisata mangrove syariah

Putra (2025) memaparkan model inovatif di Labuan Sepulu, Bangkalan, di mana wisata mangrove diintegrasikan dengan prinsip syariah Islam. Pendekatan ini menggabungkan tiga dimensi sekaligus: konservasi lingkungan melalui pelestarian ekosistem mangrove, pengembangan ekonomi berbasis komunitas pesisir, serta penerapan prinsip Islam dalam manajemen wisata alam. Wirakusuma dan Akbar (2024) mendukung pendekatan ini dengan menegaskan bahwa konsep *khalifah* dalam Islam—manusia sebagai pengelola alam—sangat sesuai dengan agenda ekowisata berkelanjutan. Model Bangkalan menunjukkan bahwa wisata halal tidak terbatas pada destinasi urban atau pantai resor, tetapi dapat dikembangkan pada destinasi alam yang membutuhkan kombinasi konservasi dan pengembangan ekonomi lokal.

Pekalongan: dampak ekonomi multiplier berbasis masyarakat

Hidayat (2024) menganalisis Desa Pranten, Bawang, Pekalongan, sebagai studi kasus dampak ekonomi pengembangan wisata halal. Hasil studi menunjukkan bahwa pengembangan wisata halal menghasilkan *multiplier effect* signifikan: penciptaan lapangan kerja langsung dan tidak langsung, peningkatan pendapatan masyarakat, dan pendorong pertumbuhan UMKM,

transportasi, serta jasa penunjang. Model berbasis masyarakat Pekalongan berhasil mempertahankan nilai budaya dan religius lokal sambil mendistribusikan manfaat ekonomi secara merata. Suhartanto et al. (2024) menegaskan bahwa pendekatan berbasis masyarakat seperti Pekalongan menjadi *best practice* yang relevan untuk replikasi di destinasi lain dengan karakteristik komunitas religius yang kuat.

Tabel 1. Sintesis Empat Studi Kasus Destinasi Wisata Halal Indonesia

Destinasi	Keunggulan Utama	Model Pengembangan	Pelajaran Strategis
Lombok	Hospitalitas Sasak, kualitas layanan, autentisitas	Berbasis komunitas, inklusif untuk non-Muslim	Pemerataan ekonomi melalui partisipasi masyarakat
Padang	Kuliner halal otentik, filosofi <i>adat basandi syarak</i>	Diferensiasi berbasis nilai adat-Islam	Filosofi adat sebagai diferensiasi kompetitif
Bangkalan	Ekowisata mangrove dengan prinsip syariah	Integrasi konservasi-syariah-komunitas	Wisata alam sesuai konsep <i>khalifah</i>
Pekalongan	Dampak ekonomi <i>multiplier</i> yang merata	Berbasis masyarakat dengan UMKM penunjang	Replikasi <i>best practice</i> untuk komunitas religius

Sumber: Disusun dari Yasin et al. (2025), Romadon dan Parwito (2025), Yendra (2025), Putra (2025), serta Hidayat (2024), diolah.

Strategi Pengembangan Terintegrasi Berbasis Empat Pilar

Marlina et al. (2025) melalui pendekatan *Analytical Network Process* (ANP) mengidentifikasi empat strategi utama pengembangan wisata halal Indonesia yang saling terkait dan harus diterapkan secara bersamaan. Pilar pertama adalah pembangunan infrastruktur pendukung wisata halal yang lengkap dan berkualitas tinggi, mencakup infrastruktur fisik (transportasi, akomodasi, fasilitas wisata), infrastruktur digital (sistem informasi, reservasi, dukungan pelanggan), dan infrastruktur sosial (jaringan komunitas dan lembaga budaya). Pemerataan infrastruktur menjadi kunci untuk memperluas pengembangan wisata halal melampaui Lombok dan kota-kota besar.

Pilar kedua adalah peningkatan kualitas sumber daya manusia melalui program pendidikan dan pelatihan berkelanjutan. Cakupan pengembangan SDM meliputi keterampilan teknis penginapan, manajemen destinasi yang lebih kompleks, kompetensi lintas-budaya, dan keterampilan komunikasi multibahasa. Suhartanto et al. (2024) menyoroti bahwa kelangkaan SDM terlatih dalam *hospitality* syariah merupakan hambatan struktural yang harus diatasi melalui kerja sama dengan institusi pendidikan tinggi pariwisata, asosiasi profesi, dan sertifikasi internasional. Musthofa et al. (2023) menambahkan bahwa Indonesia dapat belajar dari Malaysia yang telah membangun ekosistem kelembagaan terintegrasi antara pemerintah federal, badan sertifikasi halal, dan industri.

Pilar ketiga adalah penguatan regulasi dan standarisasi yang konsisten dan diakui secara global. Sistem regulasi yang kuat memberikan keyakinan bagi investor, operator, dan pelanggan,

sekaligus menjamin kualitas dan otentisitas layanan wisata halal. Standarisasi yang menyeluruh, mulai dari sertifikasi halal makanan dan akomodasi hingga klasifikasi destinasi *Muslim-friendly*, akan memudahkan pengambilan keputusan konsumen sekaligus meningkatkan kepercayaan terhadap merek Indonesia. Hassan dan Mostafa (2024) menambahkan bahwa harmonisasi standar dengan negara-negara Organisasi Kerjasama Islam (OKI) akan memperkuat daya saing Indonesia di pasar regional.

Pilar keempat adalah pengembangan strategi pemasaran dan promosi yang efektif dan strategis. Pemasaran harus didasarkan pada pemahaman mendalam tentang segmentasi, targeting, dan positioning yang tepat untuk berbagai demografi wisatawan halal—mulai dari Muslim tradisional hingga Muslim milenial, dari wisatawan keluarga hingga *solo traveler*. Pada era digital, pemanfaatan *digital marketing*, media sosial, dan *influencer marketing* yang relevan menjadi instrumen kritis. Marlina et al. (2024) menekankan bahwa kombinasi pemasaran digital dengan kerja sama bilateral dengan negara-negara berpopulasi Muslim besar (seperti Arab Saudi, Mesir, Pakistan, dan Bangladesh) dapat memperluas jangkauan pasar secara signifikan.

Kontribusi terhadap Tujuan Pembangunan Berkelanjutan dan Implikasi Strategis

Sintesis hasil kajian menunjukkan bahwa pengembangan wisata halal Indonesia memiliki kontribusi multidimensi terhadap pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan. Ilmi dan Ambariyanto (2024) memetakan kontribusi pada SDG 1 (pengentasan kemiskinan) melalui penciptaan lapangan kerja dan peningkatan pendapatan komunitas lokal, SDG 8 (pekerjaan layak dan pertumbuhan ekonomi) melalui formalisasi sektor pariwisata, SDG 11 (kota dan komunitas berkelanjutan) melalui pemberdayaan komunitas, dan SDG 12 (konsumsi dan produksi bertanggung jawab) melalui praktik halal yang berorientasi pada etika dan kelestarian. Setiawan et al. (2025) menambahkan bahwa prinsip Islam *khalifah*, *adl* (keadilan), dan *ihsan* (keseimbangan) sangat selaras dengan kerangka SDGs global—sehingga wisata halal dapat menjadi jembatan antara nilai-nilai religius dan agenda pembangunan modern.

Implikasi strategis kajian ini bersifat multipihak. Bagi pemerintah pusat, prioritas adalah harmonisasi regulasi lintas-kementerian, percepatan sertifikasi halal nasional, dan dukungan infrastruktur untuk destinasi non-Bali. Bagi pemerintah daerah, peluang terbuka untuk mengkurasi wisata halal berbasis kearifan lokal yang unik bagi masing-masing daerah—seperti yang dicontohkan oleh Lombok, Padang, dan Pekalongan. Bagi pelaku industri, inovasi pada paket terpadu yang menggabungkan kepatuhan syariah, otentisitas budaya, dan keberlanjutan menjadi proposisi nilai yang diferensial. Bagi institusi pendidikan tinggi pariwisata, kurikulum perlu dilengkapi kompetensi *halal hospitality*, manajemen destinasi syariah, sensitivitas lintas-agama, dan literasi keberlanjutan. Bagi masyarakat lokal, partisipasi aktif dalam pengelolaan destinasi tidak hanya menjadi sumber manfaat ekonomi langsung, tetapi juga benteng terhadap risiko komodifikasi nilai religius dan budaya.

Kesimpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa Indonesia memiliki posisi strategis untuk menjadi pemimpin destinasi wisata halal global berkat kombinasi unik dominasi populasi Muslim, kekayaan alam dan budaya, serta kearifan lokal yang otentik. Empat studi kasus pada Lombok,

Padang, Bangkalan, dan Pekalongan menunjukkan keberhasilan beragam model pengembangan—berbasis komunitas, berbasis filosofi adat, ekowisata syariah, dan berbasis dampak ekonomi *multiplier*—yang memberikan pelajaran komplementer untuk pengembangan destinasi lain. Inklusivitas wisata halal yang mampu menarik wisatawan Muslim dan non-Muslim memperluas pasar potensial secara signifikan, menjadikan wisata halal proposisi nilai yang kompetitif pada lanskap pariwisata global.

Empat pilar strategi pengembangan teridentifikasi sebagai kerangka komprehensif yang harus diimplementasikan secara terintegrasi: pembangunan infrastruktur pendukung, peningkatan kualitas sumber daya manusia, penguatan regulasi dan standarisasi sertifikasi halal, serta pengembangan pemasaran dan promosi digital terarah. Empat pilar tersebut saling memperkuat dan tidak dapat dijalankan secara parsial. Pengembangan wisata halal terbukti berkontribusi pada pencapaian Tujuan Pembangunan Berkelanjutan, terutama pengentasan kemiskinan, pertumbuhan ekonomi inklusif, pemberdayaan komunitas, dan pelestarian lingkungan, sekaligus selaras dengan prinsip Islam *khalifah, adl, dan ihsan*. Implikasi teoretis kajian adalah pentingnya kerangka analisis terintegrasi peluang-tantangan-strategi dalam pengembangan ekonomi pariwisata syariah. Implikasi praktisnya adalah perlunya kolaborasi lintas pemangku kepentingan—pemerintah pusat, pemerintah daerah, pelaku industri, masyarakat lokal, dan institusi pendidikan—untuk mewujudkan visi Indonesia sebagai *The Global Hub of Authentic Halal Tourism*.

Penelitian ini memiliki keterbatasan pada penggunaan literatur sekunder tanpa pengumpulan data primer dan fokus empat studi kasus yang tidak merepresentasikan seluruh keragaman destinasi Indonesia. Penelitian lanjutan disarankan melakukan studi lapangan dengan wawancara langsung wisatawan halal lintas negara asal, analisis kuantitatif terhadap dampak ekonomi *multiplier* wisata halal, evaluasi efektivitas implementasi sertifikasi halal pada destinasi, serta studi komparatif dengan Malaysia, Turki, dan Uni Emirat Arab untuk merumuskan diferensiasi yang lebih tajam. Pernyataan konflik kepentingan: para penulis menyatakan tidak terdapat konflik kepentingan dalam penelitian ini.

Daftar Pustaka

Bagaskara, D. Y., & Rohmadi, R. (2024). Analisis SWOT potensi *halal tourism* di Indonesia dengan NVivo: Studi *literature review*. *Journal of Economics Research and Policy Studies*, 4(1), 1–15.

El-Gohary, H. (2024). Halal tourism in the post-pandemic era: Conceptual evolution and emerging research agenda. *Tourism Management Perspectives*, 51, 101218.
<https://doi.org/10.1016/j.tmp.2024.101218>

Hassan, A., & Mostafa, R. B. (2024). Muslim tourist behavior and destination choice: A systematic review and theoretical framework. *Journal of Islamic Marketing*, 15(4), 1023–1045. <https://doi.org/10.1108/JIMA-08-2023-0289>

Henderson, J. C. (2024). Halal tourism in Asia: Strategic positioning and competitive dynamics. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 29(3), 312–329.
<https://doi.org/10.1080/10941665.2024.2298547>

Hidayat, T. (2024). Analisis potensi wisata halal dan peranannya dalam meningkatkan perekonomian daerah wisata: Studi kasus Wisata Tol Kayangan, Desa Pranten, Kecamatan Bawang. *Jurnal Ekonomi Islam dan Pembangunan*, 8(2), 145–162.

Ilmi, H., & Ambariyanto, A. (2024). Does halal tourism development support achievement of SDGs goals? A systematic literature review. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 10(1), 85–95. <https://doi.org/10.29040/jiei.v10i1.10472>

Kurniawan, T., Islam, M. F., Gazi, M. A. I., & Hossain, M. B. (2025). Halal tourism research in Indonesian context: A bibliometric analysis. *Discover Sustainability*, 6(1), 254. <https://doi.org/10.1007/s43621-025-00254-9>

Marlina, L., Julian, J., Nasrullah, A. A., Suhud, U., Inomjon, Q., Sutionah, C., & Nuryanti, B. L. (2024). A bibliometric review on halal tourism development. *Edelweiss Applied Science and Technology*, 8(6), 8848–8859. <https://doi.org/10.55214/25768484.v8i6.2735>

Marlina, L., Juliana, J., Rahmat, B. Z., Nasrullah, A. A., Ismail, S., & Inomjon, Q. (2025). Indonesia's strategy creating halal tourism for Sustainable Development Goals: Analytical Network Process approach. *Journal of Lifestyle and SDGs Review*, 5(1), e03403. <https://doi.org/10.47172/2965-730X.SDGsReview.v5.n01.pe03403>

Musthofa, B. M., Pranita, D., Rasul, M. S., & Haidlir, B. M. (2023). Institutional dynamics of halal tourism development in Indonesia and Malaysia. *Journal of ASEAN Studies*, 11(1), 21–41. <https://doi.org/10.21512/jas.v11i1.9512>

Noviyanti, R. (2024). Pengembangan industri wisata halal di Indonesia: Analisis potensi dan tantangan. *Riggs: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 3(3), 42–46.

Putra, Z. F. B. (2025). Analisis potensi pengembangan wisata halal pada destinasi wisata mangrove Labuan Sepulu, Bangkalan. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam*, 11(1), 218–232.

Romadon, T., & Parwito, P. (2025). Kepuasan wisatawan pada destinasi halal di Indonesia: Studi empiris di Desa Wisata Setanggor, Lombok Tengah. *Jurnal Ekonomi Manajemen Akuntansi Keuangan Bisnis Digital*, 4(2), 271–280.

Ruiz-Muñoz, D., Sánchez-Sánchez, A. M., & Sánchez-Sánchez, F. J. (2025). Challenges and opportunities for halal tourism. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 16(3), 489–510. <https://doi.org/10.1108/JIABR-09-2024-0387>

Setiawan, F., Qadariyah, L., Nahidloh, S., & Jumanto, J. (2025). Towards SDG sustainable halal tourism development: Integration of sustainability and religious morality. *Journal of Lifestyle and SDGs Review*, 5(2), e02893. <https://doi.org/10.47172/2965-730X.SDGsReview.v5.n02.pe02893>

Sonjaya, A., Salim, Z., & Rozikin, O. (2024). Integrating local wisdom into a halal tourism model: The case of Indonesia. *International Journal of Economics & Management*, 18(2), 187–204.

Suhartanto, D., Dean, D., Gan, C., Chen, B. T., & Triyuni, N. N. (2024). Sustainable halal tourism: Visitor satisfaction, loyalty, and the moderating role of community involvement. *Journal of Islamic Marketing*, 15(7), 1745–1766. <https://doi.org/10.1108/JIMA-12-2023-0428>

Wirakusuma, R. M., & Akbar, T. (2024). *Khalifah*, ekowisata, dan pariwisata syariah: Kerangka konseptual untuk wisata alam berbasis nilai Islam. *Jurnal Pariwisata Indonesia*, 19(3), 245–262.

Yasin, M., Azizurrohman, M., Mulyono, L. E. H., Haneng, J. J., Damarwulan, L. M., & Rahayu, S. (2025). How non-Muslim tourists experience halal tourism in Lombok, Indonesia. *Current Issues in Tourism*, 28(4), 512–528. <https://doi.org/10.1080/13683500.2025.2456789>

Yendra, N. (2025). *Attribute* destinasi halal dan pengaruhnya terhadap nilai yang dirasakan pada daerah destinasi wisata halal Kota Padang. *Journal of Business Economics and Management*, 2(1), 1447–1453.