DOI: https://doi.org/10.71312/mrbest.v4i2.701
ISSN: 2987-1875

No Artikel #701
Halaman : 20-28

MRBEST
Media Riset
Bisnis Ekonomi Sains dan Terapan

ANALISIS PELUANG DAN TANTANGAN PENGEMBANGAN HALAL TOURISM DALAM MENINGKATKAN PEREKONOMIAN INDONESIA DI ERA DISRUPSI

Kaysa Hasnah Mumtaaza[1], Zukhrufa Hizballah Tsania[2], Alya Arini Putri[3], Lina Marlina[4]
Universitas Siliwangi[1,2,3,4]

[1] 231002170@student.unsil.ac.id
[2] 231002152@student.unsil.ac.id
[3] 231002136@student.unsil.ac.id
[4] linamarlina@unsil.ac.id

Informasi artikel
Diterima :
28 November 2025
Direvisi :
24 Desember 2025
Disetujui :
11 Januari 2026

ABSTRACT

The development of halal tourism in Indonesia holds significant potential to drive national economic growth, especially in the era of disruption characterized by rapid technological advancement, shifting consumer preferences, and dynamic global trends. This study aims to analyze the opportunities and challenges in developing the halal tourism sector as a strategic effort to enhance Indonesia's economic competitiveness. The research uses a descriptive qualitative approach, based on literature review and secondary data from official sources. The findings indicate that the opportunities for developing halal tourism include: the growing number of global Muslim travelers, supportive government regulations, and Indonesia's advantage as the country with the largest Muslim population in the world. However, several challenges remain, such as limited supporting infrastructure, uneven halal certification standards, low industry awareness of halal tourism concepts, and intensifying global competition. Therefore, a collaborative strategy between the government, industry stakeholders, and the community is essential to optimize halal tourism's potential as a key driver of Indonesia's economy in the disruptive era. This study is expected to contribute to policy formulation and sustainable tourism practices based on halal values.

Keywords *: halal tourism, Indonesian economy, disruptive era, opportunities, challenges, sustainable tourism*

PENDAHULUAN

Indonesia merupakan negara dengan potensi yang sangat besar untuk pertumbuhan industri halal. Besarnya jumlah penduduk muslim menjadi salah satu faktor utama yang mendorong potensi tersebut. Sebanyak 12,7% populasi muslim dunia berada di Indonesia.

OPEN ACCESS
MRBEST *is licensed under CC BY-SA 4.0*

Berdasarkan proyeksi data statistik, sebanyak 229 juta muslim diperkirakan tinggal di Indonesia pada tahun 2020. Dengan perkiraan 273 juta jiwa pada tahun 2018, Indonesia sempat menempati peringkat ke-10 dalam daftar negara dengan perkembangan ekonomi halal terbaik, sebelum naik ke peringkat ke-4 pada tahun 2020, berada di bawah Malaysia, Arab Saudi, dan Uni Emirat Arab. Pada tahun 2025, jumlah penduduk muslim Indonesia diperkirakan mencapai sekitar 249,82 juta jiwa, atau sekitar 87,14% dari total populasi nasional pada semester I/2025 menurut Data Indonesia.

Saat ini, konsep ekonomi syariah telah menjadi tren dalam ekonomi global, mulai dari produk makanan dan minuman, keuangan, hingga gaya hidup. Sebagai bagian dari perkembangan tersebut, banyak negara mempromosikan produk wisata halal, tidak hanya negara mayoritas muslim tetapi juga negara non-muslim seperti Jepang, Australia, Thailand, dan Selandia Baru. Pemerintah Thailand, misalnya, aktif mengembangkan pariwisata halal di berbagai destinasi di seluruh negeri.Indonesia sendiri memiliki potensi pariwisata yang sangat besar. Dengan keindahan alam yang tersebar di lebih dari 17 ribu pulau, serta kekayaan budaya, bahasa, dan kearifan lokal, Indonesia menawarkan daya tarik wisata yang luar biasa. Penetapan pariwisata sebagai *leading sector* telah memberikan kontribusi signifikan terhadap perekonomian nasional, termasuk peningkatan pertumbuhan ekonomi, devisa, dan penyerapan tenaga kerja.

Indonesia memiliki potensi besar dalam pariwisata halal berkat populasi Muslim yang besar dan keanekaragaman budaya. Terdapat peningkatan permintaan untuk fasilitas dan layanan yang sesuai dengan prinsip syariah, termasuk hotel halal, restoran, dan tempat ibadah.Melihat peluang ini, Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif melalui Indonesia Halal Expo (Indhex) dan Global Halal Forum pada 30 Oktober–2 November 2013 meluncurkan konsep *halal tourism* sebagai produk baru dalam industri pariwisata nasional.Melihat fenomena tersebut, sangat penting bagi Indonesia untuk mempersiapkan destinasi-destinasi wisatanya agar mampu memenuhi kebutuhan wisatawan muslim dari berbagai negara. Artikel ini bertujuan untuk menganalisis potensi dan peluang pengembangan pariwisata halal di Indonesia, mengidentifikasi tantangan yang dihadapi dalam pengembangannya, serta menjelaskan strategi yang dapat dilakukan pemerintah dan pelaku industri untuk meningkatkan daya saing pariwisata halal Indonesia di tingkat global. Tujuan inilah yang akan dijawab dan dibahas secara rinci pada bagian pembahasan artikel ini(Febryana 2025).

Tingginya potensi halal tourism di Indonesia tidak diimbangi dengan peningkatan kualitas produk dan layanan yang ada sehingga seringkali dalam pelaksanaanya wisata halal masih kurang masksimal. Urgensi penelitian ini dilakukan untuk menganalisis secara mendalam tentang halal tourism di Indonesia menggunakan analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats). Halal tourismmerupakan inovasi ekonomi berbasis syariat Islam yang berdampak pada pemberdayaan ekonomi masyarakat sekitar dan daerah (Mahardika 2020).Secara keseluruhan, ekonomi Islam merupakan suatu cabang ilmu yang memiliki tujuan agar mempelajari, menganalisis, dan pada akhirnya menyelesaikan permasalahan perekonomian dengan memakai pendekatan berdasarkan prinsip-prinsip syariat Islam(Widjanarko et al. 2024).

KAJIAN LITERATUR

Konsep dan Perkembangan Pariwisata Halal Global

Pariwisata Halal (Halal Tourism) telah berkembang pesat sebagai segmen pasar global, tidak hanya di negara-negara mayoritas Muslim tetapi juga secara internasiona. Konsep syariah kini menjadi tren global yang merambah berbagai aspek, mulai dari gaya hidup hingga produk makanan, minuman, dan keuangan. Bahkan, negara-negara non-mayoritas Muslim seperti Jepang, Australia, Thailand, dan Selandia Baru turut berupaya

OPEN ACCESS MRBEST *is licensed under CC BY-SA 4.0*

mengembangkan produk wisata syariah. Hal ini didorong oleh peningkatan signifikan jumlah wisatawan Muslim global setiap tahunnya, sebagaimana tercatat dalam data Global Muslim Travel Index (GMTI). Perkembangan ini menunjukkan adanya kebutuhan yang semakin besar dari umat Muslim untuk berwisata sesuai dengan prinsip syariah, menciptakan peluang yang sangat besar bagi negara-negara seperti Indonesia.

Potensi Indonesia dalam Industri Halal dan Pariwisata

Indonesia memiliki potensi yang sangat besar untuk pengembangan industri halal, terutama melalui sektor pariwisata. Studi literatur terkini menunjukkan bahwa "wisata halal" kini menjadi bagian dari strategi nasional untuk memanfaatkan keunggulan demografis dan budaya Indonesia. Dengan mayoritas penduduk di Indonesia beragama Islam, peluang untuk menjadikan Indonesia sebagai destinasi wisata halal berskala nasional dan internasional sangat terbuka baik untuk wisatawan domestik maupun muslim global.

Sektor pariwisata, termasuk wisata halal, telah diidentifikasi sebagai salah satu sektor strategis karena mampu memberikan kontribusi signifikan terhadap perekonomian nasional, melalui peningkatan devisa, penyerapan tenaga kerja, dan pengembangan ekonomi lokalterutama di daerah dengan potensi wisata tinggi(Sari et al. 2024).

Perekonomian Indonesia: Struktur, Dinamika, dan Arah Perkembangan

Perekonomian Indonesia mendapat dorongan signifikan dari sektor jasa, termasuk pariwisata dan dalam beberapa tahun terakhir, segmen Pariwisata Halal (halal tourism) menunjukkan potensi besar dalam mendukung pertumbuhan ekonomi dan pembangunan lokal. Sebagai contoh, penelitian Increasing economic growth through halal tourism in Indonesia menunjukkan bahwa aktivitas wisata halal melalui indikator seperti okupansi hotel dan jumlah wisatawan berpengaruh positif terhadap pertumbuhan ekonomi nasional. Di daerah, studi The Impact of Halal Tourism on Regional Economic Growth in Lombok, West Nusa Tenggara, Indonesia menemukan bahwa pariwisata halal mampu mendukung pertumbuhan ekonomi regional dengan meningkatnya kunjungan wisatawan.

Tantangan Struktural dan Non-Struktural

Kepercayaan wisatawan Muslim terhadap kesiapan Indonesia sebagai tujuan wisata halal Meskipun memiliki potensi besar, pengembangan pariwisata halal di Indonesia menghadapi tantangan struktural yang signifikan. Salah satu kendala utama adalah isu sertifikasi halal yang sering dianggap rumit dan membebani pelaku usaha, terutama bagi Usaha Kecil dan Menengah (UKM), karena prosedur administrasi yang panjang dan biaya yang tinggi. Selain itu, keterbatasan infrastruktur pendukung halal yang memadai juga menjadi hambatan, seperti belum meratanya fasilitas musholla, tempat wudu, dan fasilitas halal lainnya di berbagai destinasi wisata. Masalah ini turut menurunkan kenyamanan.

Selain tantangan struktural, terdapat juga kendala terkait aspek sumber daya manusia dan pemasaran. Salah satunya adalah rendahnya literasi pelaku usaha mengenai konsep pariwisata halal secara menyeluruh, di mana banyak yang masih menganggapnya hanya sebatas makanan, padahal aspek layanan, akomodasi, dan aktivitas juga harus memenuhi prinsip syariah Tantangan lain adalah kurangnya promosi dan branding internasional yang kuat, menyebabkan Indonesia kalah bersaing dengan negara-negara lain seperti Malaysia dan Turki. Selain itu, pemanfaatan transformasi digital dalam pemasaran, reservasi, dan layanan berbasis aplikasi masih belum optimal di kalangan industri wisata halal karena rendahnya literasi digital dan akses teknologi di daerah potensial.

Strategi dan Inovasi untuk Pengembangan Halal Tourism

Untuk mengoptimalkan potensi dan mengatasi tantangan, berbagai strategi telah dilakukan dan diusulkan. Pemerintah, melalui Kemenpar, membentuk Tim Percepatan Pengembangan Pariwisata Halal dan bersinergi dengan pihak-pihak seperti PHRI dan ASITA untuk menyediakan fasilitas dan paket wisata halal. Strategi ke depan yang diusulkan mencakup pemberian kemudahan dan keringanan biaya sertifikasi halal, pembinaan untuk

OPEN ACCESS MRBEST *is licensed under CC BY-SA 4.0*

pemberdayaan ekonomi masyarakat (UMKM, transportasi), dan pemasaran yang berfokus pada 10 destinasi wisata halal terbaik di Indonesia (seperti Lombok, Aceh, Sumatera Barat). Selain itu, peran inovasi rau teknologi dipandang penting, di mana pengusaha halal dapat memanfaatkan peluang inovatif untuk memperkenalkan produk dan layanan baru yang memenuhi kebutuhan wisatawan Muslim, yang juga berpotensi menarik pelanggan non-Muslim.

Perekonomian Indonesia Era Disrupsi

Era disrupsi ekonomi di Indonesia ditandai dengan perubahan signifikan yang memicu peningkatan efisiensi, pertumbuhan ekonomi, serta pembentukan pasar baru. Namun, era ini juga menimbulkan tantangan seperti dislokasi pekerjaan dan ketidakstabilan ekonomi. Fintech dan teknologi digital berperan penting dalam mengubah cara transaksi keuangan, meningkatkan akses layanan keuangan, dan mendorong inovasi industri keuangan. Secara keseluruhan, perekonomian Indonesia di era disrupsi menunjukkan dinamika yang kompleks dengan peluang pertumbuhan melalui digitalisasi dan inovasi, namun juga harus menghadapi tantangan ketidakstabilan pasar dan ketimpangan sosial-ekonomi (Raainaa 2024).

METODE PENELITIAN

Metode yang dilakukan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif. Dalam penelitian ini dijelaskan perkembangan pariwisata halal di Indonesia kemudian dilakukan analisis bagaimana strategi dalam pengembangannya dengan menggunakan berbagai data empiris. Dalam melakukan analisis strategi pengembangan pariwisata halal di Indonesia menggunakan pendekatan analisis SWOT (Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats),yaitu menganalisis kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang dimiliki dalam pengembangan pariwisata halal di Indonesia.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Peluang Pengembangan Halal Tourism di Indonesia

Indonesia memiliki potensi besar dalam mengembangkan sektor halal tourism, didukung oleh populasi Muslim terbesar di dunia serta kekayaan alam dan budaya yang tersebar di berbagai daerah. Destinasi-destinasi seperti Aceh, Lombok, Sumatera Barat, dan Yogyakarta telah mengembangkan konsep wisata halal dengan menghadirkan fasilitas ramah Muslim seperti hotel bersertifikasi halal, restoran dengan makanan halal, serta kemudahan akses ke tempat ibadah. Potensi geografis Indonesia sebagai negara kepulauan dengan panorama alam yang beragam juga memperkuat daya tariknya bagi wisatawan Muslim global yang mencari pengalaman berwisata yang sesuai dengan nilai-nilai Islam namun tetap berkelas dunia(Pariwisata Halal, n.d.).

Secara global, tren halal tourism menunjukkan pertumbuhan yang signifikan seiring meningkatnya kesadaran umat Muslim terhadap kebutuhan berwisata sesuai prinsip syariah. Data dari Global Muslim Travel Index (GMTI) menunjukkan peningkatan jumlah wisatawan Muslim setiap tahunnya, yang membuka peluang besar bagi Indonesia untuk menjadi destinasi utama di kawasan Asia dan dunia. Pemerintah Indonesia telah menangkap peluang ini dengan mengembangkan kebijakan yang mendukung pengembangan pariwisata halal, seperti penyusunan standar halal pariwisata, pemberian insentif kepada pelaku industri, dan promosi destinasi halal di forum internasional. Selain itu, dukungan dari sektor swasta, khususnya industri perhotelan, kuliner, dan transportasi, menjadi elemen penting dalam mewujudkan ekosistem halal tourism yang berkelanjutan(Baedowi, Riza Chamadi, and Artikel 2025).

Namun dengan demikian, untuk mengoptimalkan peluang tersebut, diperlukan pendekatan yang lebih strategis dan holistik. Tantangan seperti kurangnya pemahaman tentang konsep halal tourism di kalangan pelaku industri, keterbatasan infrastruktur halal

MRBEST *is licensed under CC BY-SA 4.0*

yang memadai di beberapa daerah, serta perlunya edukasi dan pelatihan SDM pariwisata yang kompeten masih menjadi pekerjaan rumah yang harus diselesaikan. Inovasi berbasis teknologi, seperti pengembangan platform digital yang menyediakan informasi lengkap tentang fasilitas halal, serta kolaborasi antara pemerintah, akademisi, dan pelaku usaha, menjadi kunci utama dalam mempercepat transformasi pariwisata halal di Indonesia. Dengan langkah-langkah yang tepat dan berkelanjutan, Indonesia berpeluang besar menjadi pemimpin global dalam industri halal tourism yang inklusif, kompetitif, dan berdaya saing tinggi(Jayadi, Islam, and Mataram 2024).

Tantangan dan Hambatan dalam Pengembangan Halal Tourism di Era Disrupsi

Pengembangan halal tourism di Indonesia menghadapi berbagai tantangan dan hambatan yang kompleks, terutama dalam konteks era disrupsi yang ditandai dengan perubahan teknologi yang cepat, transformasi digital, dan pergeseran preferensi wisatawan global. Salah satu tantangan utama adalah persoalan sertifikasi halal yang masih dianggap rumit dan membebani oleh pelaku usaha. Banyak hotel dan restoran merasa kesulitan dalam memenuhi standar halal yang ketat, terutama karena prosedur administrasi yang panjang dan biaya sertifikasi yang tinggi. Hal ini khususnya menjadi hambatan bagi usaha kecil dan menengah (UKM) yang belum memiliki kapasitas finansial dan teknis untuk memenuhi regulasi tersebut("Indonesian Hoteliers Push Back Against Mandatory Halal Certification Rules." 2004).

Selain itu, terdapat keterbatasan infrastruktur pendukung, seperti musholla, tempat wudu, dan fasilitas halal lainnya yang belum merata di destinasi wisata. Hal ini menurunkan kenyamanan dan kepercayaan wisatawan muslim terhadap kesiapan indonesia sebagai tujuan wisata halal unggulan. Masalah lainnya adalah rendahnya literasi pelaku usaha terkait konsep halal tourism secara menyeluruh. Banyak yang masih menganggap halal tourism hanya soal makanan, padahal aspek layanan, aktivitas, dan akomodasi juga harus memenuhi prinsip syariah. Tantangan lain datang dari kurangnya promosi dan branding internasional**.** Indonesia belum memiliki kampanye global yang kuat untuk memosisikan diri sebagai destinasi halal terdepan, sehingga kalah bersaing dengan negara seperti Malaysia dan Turki. Di sisi lain, transformasi digitalbelum sepenuhnya dimanfaatkan oleh pelaku industri wisata halal, baik dalam pemasaran, reservasi, maupun layanan berbasis aplikasi, karena masih rendahnya literasi digital dan akses teknologi di daerah wisata potensial.

Industri halal selama beberapa dekade terakhir terus berkembang pesat. Berdasarkan laporan The International Trade Center, peluang sektor makanan dan minuman halal diperkirakan bernilai USD 1 triliun serta diperkirakan akan terus tumbuh. Hal ini didorong oleh meningkatnya kebutuhan dan preferensi populasi Muslim dunia (Qoni 2022). dengan dengan demikian, sebagai negara berpenduduk Muslim terbesar, Indonesia belum menjadi pemimpin pasar bagi produsen dan pengekspor produk halal. Hal ini menunjukkan bahwa masih terdapat tantangan yang dihadapi industri halal untuk dapat berkembang di Indonesia(Wulandari 2023).

1. Jumlah maksimum sertifikat halal yang beredar di Indonesia.Jika dibandingkan jumlah sertifikat halal yang beredar dengan jumlah produk dan perusahaan yang belum mendapatkan sertifikat halal, jumlahnya masih sangat tinggi. Hal ini akan menjadi batu sandungan dalam menggali potensi yang ada.
2. Banyaknya produk impor. Untuk memenuhi kebutuhan pangan halal, Indonesia masih mengimpor barang dari luar, padahal jika produk UMKM didukung penuh oleh pemerintah, Indonesia bisa menjadi negara produsen, bukan hanya negara konsumen. Hasil alam Indonesia sangat melimpah namun pengelolaannya masih belum optimal.
3. Ketidakpastian ekonomi menjadi kendala besar yang harus dihadapi oleh industri halal Indonesia.

MRBEST *is licensed under CC BY-SA 4.0*

4. Pasokan bahan halal. Produk halal harus menggunakan bahan yang halal, baik dari bahan baku maupun bahan tambahan maupun bahan pendukung lainnya. Harus ada dokumen pendukung yang sah dari lembaga yang sudah diakui kredibilitasnya untuk membuktikan keabsahan barang tersebut. Produk halal harus bebas dari kontaminasi bahan-bahan yang haram. Sementara masih banyak produk yang beredar di Indonesia yang diimpor dari luar negeri yang belum jelas status kehalalannya dan digunakan sebagai bahan baku(Hasanah 2021).

Perkembangan industri makanan halal di Indonesia dinilai masih kurang optimal. Indonesia dengan berbagai potensi dan rekam jejak lembaga penjaminan halal harus mampu bersaing dengan negara lain(Aysa 2021). Keberadaan Undang-Undang Jaminan Pangan Halal yang disusun dan disahkan pada tahun 2014 hingga saat ini belum dilaksanakan, sehingga berbagai kasus makanan yang dicampur dengan bahan haram masih sering terjadi(Adi Masliardi 2023).

Strategi dan Inovasi untuk meningkatkan Perekonomian melalui Halal Tourism

Dalam hal kelembagaan, Kemenpar membentuk Tim Percepatan Pengembangan Pariwisata Halal sebagai upaya menguatkan komitmennya dalam pengembangan pariwisata syariah. Upaya lain yang dilakukan Kemenpar yaitu bersinergi dengan berbagai pihak seperti melakukan pelatihan sumber daya manusia, sosialisasi, dan capacity building. Pemerintah juga bekerja sama dengan Perhimpunan Hotel dan Restoran Indonesia (PHRI) untuk menyediakan penginapan halal dan tempat makan yang bisa menyajikan menu makanan halal, serta bekerjasama dengan Association of the Indonesia Tours and Travel (ASITA) untuk membuat paket wisata halal ke tempat wisata religi, walaupun wisata halal tidak hanya terbatas pada wisata religi saja (Dewi Eka, Hayyun).

Berbagai strategi yang dilakukan Kemenpar dalam pengembangan pariwisata halal di Indonesia tersebut telah membuahkan hasil dengan diraihnya Indonesia sebagai peringkat pertama bersama Malaysia dalam GMTI 2019. Namun demikian, masih banyak tugas yang perlu dilakukan pemerintah dan pelaku industri pariwisata halal untuk memberikan kenyamanan kepada wisatawan baik domestik maupun mancanegara dalam berwisata halal di Indonesia. Beberapa strategi ke depan yang selanjutnya dapat dilakukan pemerintah yaitu sebagai berikut:

1. Pemerintah yang memberikan kemudahan dan keringanan biaya pengurusan sertifikasi halal sehingga dapat mendorong pengembangan pariwisata
2. Memasarkan atau menjual 10 destinasi pariwisata halal Indonesia kepada wisatawan mancanegara sehingga meningkatkan jumlah kunjungan dan lamanya tinggal.
3. Melakukan pembinaan untuk pemberdayaan ekonomi masyarakat yang mendukung sektor pariwisata halal, seperti transportasi, UMKM kerajinan tangan (souvenir)/oleh-oleh/pakaian, rumah makan, dan sektor ekonomi lainnya yang mendukung pelaksanaan pariwisata halal) sehingga meningkat kuantitas dan kualitasnya.
4. Adanya kebijakan halal di Indonesia.
5. Pembinaan untuk pengembangan destinasi wisata halal Indonesia ke wilayah lain di luar 10 daerah yang telah ditetapkan.

Dalam pemasaran, pemerintah mengembangkan konsep pemasaran berdasarkan destination, origin, dan time. Kemudian melakukan promosi melalui branding, advertising, dan selling, serta pengembangan media melalui endorser, social media, dan public media. Terkait destinasi wisata halal, pemerintah mengembangkan 10 destinasi halal terbaik di Indonesia yaitu Lombok, Aceh, Kepualauan Riau, DKI Jakarta, Sumatera Barat, Jawa Barat. Yogyakarta, Jawa Tengah, Malang, dan Makassar. Sedangkan pengembangan industri dan kelembagaan, dilakukan melalui pembentukan Tim Percepatan Pengembangan Pariwisata Halal bekerja sama dengan DSN MUI, PHRI, dan ASITA.

MRBEST *is licensed under CC BY-SA 4.0*

Namun demikian, strategi tersebut masih memerlukan dukungan dari masyarakat Indonesia sebagai sumber daya insani dalam pengembangan pariwisata halal. Oleh karena itu, diperlukan sosialisasi, capacity building, dan pembinaan untuk pemberdayaan ekonomi masyarakat sehingga terbangun hospitality terhadap wisatawan dan awareness terhadap pariwisata halal. Di samping itu, pemerintah juga perlu melakukan promosi dan kerja sama untuk menjual 10 destinasi pariwisata halal Indonesia ke mancanegara sehingga jumlah kunjungan dan lamanya tinggal wisatawan mancanegara akan meningkat(Suryanto and Kurniati 2020).

Peluang inovatif dipandang sebagai nilai ekonomi potensial yang diciptakan dalam kombinasi baru antara sumber daya dan kebutuhan pasar (M Holmén, Magnusson, M McKelvey 2007). Sejalan dengan itu, Hsieh dan Kelley mengklaim bahwa peluang Inovasi mencakup tiga hal mendasar; nilai ekonomi; mobilisasi sumber daya; dan kesesuaian. Selain itu, potensi nilai ekonomi umumnya terkait dengan perubahan teknologi dan preferensi pelanggan. Oleh karena itu, peran pengusaha halal adalah untuk memanfaatkan peluang inovatif di antara peluang yang tersedia di industry pariwisata halal dan memperkenalkan produk dan layanan baru dengan proposisi nilai baru yang memenuhi kebutuhan wisatawan Muslim. Produk dan layanan baru ini tidak harus eksklusif untuk pelanggan Muslim saja tetapi bisa menargetkan pelanggan non-Muslim (Azizuddin and 'Ainulyaqin 2022)

Berdasarkan analisis dari pembahasan yang telah dilakukan, dapat ditarik kesimpulan bahwa analisis SWOT menunjukkan gambaran komprehensif mengenai pengembangan pariwisata halal di Indonesia, yaitu:

Strengths (Kekuatan)

Pengembangan pariwisata halal di Indonesia memiliki kekuatan yang signifikan, terutama didukung oleh basis demografis Muslim terbesar di dunia, keberagaman destinasi wisata, serta dukungan kebijakan pemerintah melalui lembaga seperti Kemenpar, PHRI, dan ASITA. Keunggulan ini memungkinkan Indonesia memiliki posisi strategis untuk menjadi destinasi halal unggulan di tingkat regional dan global. Selain itu, potensi ekonomi lokal melalui UMKM, industri kuliner, dan layanan pariwisata menciptakan efek multiplikatif yang dapat meningkatkan pendapatan masyarakat serta devisa negara.

Weaknesses (Kelemahan)

Terdapat kelemahan yang perlu diperhatikan, antara lain infrastruktur halal yang belum merata, prosedur sertifikasi halal yang kompleks, rendahnya literasi pelaku usaha mengenai konsep halal tourism secara menyeluruh, serta promosi internasional yang masih lemah. Kelemahan ini dapat menurunkan kenyamanan dan kepercayaan wisatawan serta membatasi pertumbuhan sektor pariwisata halal.

Opportunities (Peluang)

Terdapat peluang besar untuk mengembangkan pariwisata halal, seperti pertumbuhan pasar wisatawan Muslim global, meningkatnya kesadaran wisata syariah, potensi inovasi berbasis digital dan teknologi, serta penguatan kolaborasi antara pemerintah, akademisi, dan sektor swasta. Pemanfaatan peluang ini dapat memperluas pasar, meningkatkan kualitas layanan, serta memperkuat posisi Indonesia sebagai destinasi halal kelas dunia.

Threats (Ancaman)

Pengembangan halal tourism di Indonesia menghadapi sejumlah ancaman yang kompleks meskipun potensi yang dimiliki sangat besar. Salah satu ancaman utama adalah proses sertifikasi halal yang masih dianggap rumit, memakan waktu, dan biaya tinggi, khususnya bagi pelaku usaha kecil dan menengah, sehingga berdampak pada keterbatasan fasilitas halal yang tersedia dan menurunkan tingkat kepercayaan wisatawan terhadap standar halal di destinasi Indonesia. Keterbatasan infrastruktur pendukung seperti musholla, tempat wudu, hotel, dan restoran bersertifikasi halal yang belum merata juga menjadi kendala signifikan, sehingga kenyamanan dan pengalaman wisatawan Muslim dapat terganggu.

MRBEST *is licensed under CC BY-SA 4.0*

Selain itu, kurangnya literasi dan pemahaman pelaku industri mengenai konsep halal tourism secara menyeluruhyang mencakup layanan, akomodasi, transportasi, hingga aktivitas wisatadapat menurunkan kualitas pengalaman wisata halal di Indonesia dan membatasi kemampuan sektor ini untuk memenuhi ekspektasi wisatawan global.

KESIMPULAN DAN SARAN

Pengembangan halal tourism di Indonesia merupakan peluang besar yang dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan perekonomian nasional, terutama melalui penciptaan lapangan kerja, peningkatan devisa negara, dan penguatan sektor UMKM berbasis syariah. Namun, di tengah era disrupsi yang sarat dengan transformasi digital dan perubahan preferensi wisatawan, sektor ini masih menghadapi tantangan signifikan. Keberhasilan pengembangan halal tourism bergantung pada kemampuan Indonesia dalam mengatasi hambatan struktural seperti sertifikasi, infrastruktur, dan literasi pelaku usaha. Di saat yang sama, negara juga harus mampu memanfaatkan momentum digitalisasi untuk mempromosikan layanan halal secara lebih luas, modern, dan terstandarisasi. Oleh karena itu, sinergi antara pemerintah, pelaku industri, akademisi, dan masyarakat sangat diperlukan guna menciptakan ekosistem halal tourism yang inklusif, kompetitif, dan berkelanjutan.

REFERENSI

Athanasoglou, P.P., Brissimis, S.N., Delis, M.D. (2005). Bank-Specific, Industry-Specific and Macroeconomic Determinants of Bank Profitability. Bank of Greece, Working Paper No. 25.

Bougatef, K. (2017). Determinants of bank profitability in Tunisia: Does corruption matter ? Journal of Money Laundering Control, 20(1), 70–78.

Chowdhury, M. A. F., & Rasid, M. E. S. M. (2017). Determinants of performance of Islamic banks in GCC countries: Dynamic GMM approach. Advances in Islamic Finance, Marketing, and Management, 49–80.

Priharta, A., Gani, N.A., Ananto, T., Jaharuddin, Sutikno, & Utama, R.E. (Alfi). Tata Kelola Keuangan Perguruan Tinggi dengan Sistem Informasi Realisasi Anggaran. Surabaya: Penerbit Global Aksara Pres.

Adi Masliardi, Dkk. 2023. “Digital Disruption: Exploring the Dynamics of Marketing in the Digital Age.” *Journal of Management Business* 6 (2): 421–30.

Aysa, Imma Rokhmatul. 2021. “Tantangan Transformasi Digital Bagi Kemajuan Perekonomian Indonesia.” *Jurnal At-Tamwil: Kajian Ekonomi Syariah, 3(2), Article 2* 3 (2): 140–53.

Azizuddin, Imam, and Muhammad Hamdan ’Ainulyaqin. 2022. “Industri Pariwisata Halal: Pendorong Inovasi Untuk Halalpreneurs.” *Jurnal Ilmiah Ekonomi Islam* 8 (1): 106. https://doi.org/10.29040/jiei.v8i1.4040.

Baedowi, Muhamad, Muhamad Riza Chamadi, and Riwayat Artikel. 2025. “Hakikat: Journal of Halal Studies Potensi Pengembangan Wisata Halal Indonesia” 1 (April): 41–49. https://doi.org/10.20884/1.hakikat.2025.1.1.14874.

Febryana, Sherly. 2025. “PENGEMBANGAN PARIWISATA HALAL DI INDONESIA: PELUANG, TANTANGAN, DAN STRATEGI UNTUK MENARIK WISATAWAN MUSLIM DI ERA GLOBALISASI” 14 (8).

Hasanah. 2021. “Analisis Peluang Dan Tantangan Industri Halal Pada Masa Pandemi Covid 19 Di Indonesia.” *Journal Economics and Strategy, 2(1), 1-11.*

“Indonesian Hoteliers Push Back Against Mandatory Halal Certification Rules.” 2004. *Halal Times*.

Jayadi, Suparman, Universitas Islam, and Negeri Mataram. 2024. *Memahami Preferensi Wisatawan Muslim Peluang Dan Tantangan*.

MRBEST *is licensed under CC BY-SA 4.0*

Mahardika. 2020. "Kata Kunci : Strategi, Pemasaran, Wisata Halal," 65–86.
Pariwisata Halal. n.d. "Potensi Pengembangan Wisata Halal Di Indonesia."
Qoni, Risa. 2022. "Tantangan Dan Strategi Peningkatan Ekspor Produk Halal Indonesia Di Pasar Global" 2 (1): 52–63.
Raainaa, Nural Achmad. 2024. "Jurnal Ekonomi Revolusioner ANALISIS DISRUPSI EKONOMI DALAM ERA DIGITAL DAN IMPLIKASINYA TERHADAP PERUBAHAN PROSES BISNIS ," 7 (6): 62–68.
Sari, Indaniaty Hasanah, Bambang Sugiharto, Khayriza Sinambela, Muhammad Arif Barus, Luthfi Hidayat Siregar, Literatur Review, and Literatur Review. 2024. "Strategi Pengembangan Pariwisata Halal Di Indonesia" 7: 9281–87.
Suryanto, and Poni Sukaesih Kurniati. 2020. "Tourism Development Strategy In Indonesia." *Academy of Strategic Management Journal* 19 (6): 1–8.
Widjanarko, Irsyad Kurniawan, Muhammad Bobby Hafidz, Muhammad Jalil, and Ahmad Baehaki. 2024. "Media Riset Bisnis Ekonomi Sains Dan Terapan" 2 (2): 99–108.
Wulandari, Retno Ayu. 2023. "Strategi Dan Tantangan Industri Halal Di Era 5 . 0 R Etn o A Yu Wu Land Ari Fakultas Syariah Dan Ekonomi Islam , Universitas Islam Tribakti Lirboyo Kediri , Indonesia," 139–44."

MRBEST *is licensed under CC BY-SA 4.0*