

TREN DAN TANTANGAN DALAM PENGEMBANGAN PARIWISATA HALAL: SEBUAH ANALISIS BIBLIOMETRIK BERBASIS VOSVIEWER

Sidik Ramdhan Arrasyid¹, Udin Saripudin²

Magister Ekonomi Syariah, Universitas Islam Bandung

Corresponding Author e-mail: arrasyidramdhan@gmail.com.

ABSTRAK

Penelitian ini memetakan tren dan tantangan dalam pengembangan pariwisata halal dari perspektif wisatawan dan industri. Menggunakan pendekatan campuran (*mixed-methods*), studi ini melibatkan analisis bibliometrik VOSviewer dan Sistematis Tinjauan Pustaka dari data Google Scholar. Hasilnya menunjukkan pertumbuhan riset yang eksponensial, terkluster pada pengembangan/regulasi, perilaku wisatawan Muslim, adaptasi industri, serta tantangan kontemporer (misalnya, COVID-19). Isu utama meliputi konsistensi sertifikasi dan kesenjangan digital. Celah penelitian yang teridentifikasi menekankan dampak jangka panjang digitalisasi, model berkelanjutan, dan peran teknologi baru, memberikan peta jalan riset di masa depan.

Kata Kunci: Pariwisata Halal, Tren, Tantangan, Wisatawan Muslim, Industri Pariwisata, Analisis Bibliometrik, VOSviewer.

ABSTRACT

This study maps trends and challenges in halal tourism development from tourist and industry perspectives. Employing a mixed-methods approach, it uses VOSviewer bibliometric analysis and a Systematic Literature Review of Google Scholar data. Findings reveal exponential research growth, clustering around development/regulation, Muslim tourist behavior, industry adaptation, and contemporary challenges (e.g., COVID-19). Key issues include certification consistency and the digital divide. Identified research gaps highlight digitalization's long-term impacts, sustainable models, and the role of emerging technologies, offering a future research roadmap.

Keywords: Halal Tourism, Trends, Challenges, Muslim Tourists, Tourism Industry, Bibliometric Analysis, VOSviewer

A. PENDAHULUAN

Sektor pariwisata telah lama menjadi salah satu pilar penting dalam perekonomian global, tak terkecuali di Indonesia. Dalam beberapa dekade terakhir, muncul segmen khusus yang tumbuh pesat, yaitu pariwisata halal. Pariwisata halal merujuk pada layanan dan fasilitas pariwisata yang disesuaikan dengan prinsip-prinsip syariah, memenuhi kebutuhan wisatawan Muslim akan makanan halal, fasilitas ibadah, akomodasi ramah Muslim, dan lingkungan yang sesuai dengan nilai-nilai Islam (Battour et al., 2014).

Indonesia, sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, memiliki potensi luar biasa untuk menjadi pemimpin global dalam pariwisata halal. Pemerintah Indonesia telah menunjukkan komitmen kuat terhadap pengembangan sektor ini, meluncurkan berbagai inisiatif dan kebijakan strategis. Puncak pengakuan global datang pada tahun 2019 ketika Indonesia berhasil meraih peringkat pertama dalam kategori Destinasi Wisata Halal Terbaik Dunia versi Global Muslim Travel Index (GMTI), mengungguli negara-negara lain seperti Malaysia dan Turki (CrescentRating & Mastercard, 2019). Keberhasilan ini didukung oleh kekayaan budaya Islam, beragam destinasi alam, dan industri makanan halal yang berkembang pesat. Provinsi-provinsi seperti Aceh, Nusa Tenggara Barat (Lombok), dan Sumatera Barat telah ditetapkan sebagai destinasi pariwisata halal unggulan, dengan dukungan infrastruktur dan promosi yang terus ditingkatkan (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2022). Data menunjukkan bahwa kontribusi pariwisata halal terhadap PDB nasional terus meningkat, menunjukkan potensi ekonomi yang signifikan (Bank Indonesia, 2023).

Perkembangan pariwisata halal global dan nasional menunjukkan beberapa tren yang signifikan. Pertama, terjadi peningkatan kesadaran dan permintaan dari wisatawan Muslim akan layanan yang memenuhi kebutuhan syariah, yang tidak hanya terbatas pada makanan halal tetapi juga pengalaman perjalanan yang *immersive* dan ramah Muslim (Henderson, 2016). Kedua, adopsi teknologi digital menjadi tren krusial, di mana platform *online travel agencies* (OTAs) khusus halal, aplikasi *mobile*, dan media sosial menjadi instrumen utama

dalam pencarian informasi, perencanaan perjalanan, dan promosi (Hashim et al., 2020). Ketiga, munculnya inovasi produk dan layanan yang lebih beragam, dari *halal-friendly hotels* hingga tur petualangan syariah. Keempat, semakin kuatnya dukungan pemerintah dan lembaga internasional dalam standardisasi dan promosi pariwisata halal, seperti yang terlihat dari inisiatif sertifikasi dan program penghargaan. Kelima, terjadi pergeseran fokus riset dari sekadar "apa itu pariwisata halal" menuju pemahaman mendalam tentang perilaku wisatawan Muslim, seperti motivasi, persepsi, niat berkunjung, hingga kepuasan dan loyalitas mereka terhadap destinasi dan produk halal (Battour et al., 2014). Tren ini juga mencakup eksplorasi lebih lanjut terhadap faktor-faktor yang mempengaruhi pengalaman wisatawan dan bagaimana industri dapat beradaptasi untuk memenuhi ekspektasi tersebut.

Meskipun menunjukkan tren positif dan potensi besar, pariwisata halal di Indonesia masih menghadapi sejumlah tantangan yang menghambat optimalisasinya. Salah satu masalah utama adalah kualitas layanan dan infrastruktur yang belum merata di seluruh destinasi. Standardisasi dan konsistensi sertifikasi halal untuk restoran, hotel, dan fasilitas penunjang lainnya masih perlu diperkuat agar memenuhi ekspektasi tinggi wisatawan Muslim internasional (Rahman & Haryanto, 2020). Selain itu, kurangnya kesadaran dan pemahaman komprehensif di kalangan pelaku usaha pariwisata lokal tentang esensi pariwisata halal juga menjadi kendala. Banyak yang masih menganggapnya sekadar penyediaan makanan halal dan tempat salat, padahal cakupannya lebih luas hingga *muamalah* dan etika pelayanan Islami yang lebih luas (Sukma et al., 2021). Promosi dan pemasaran yang belum terintegrasi dan optimal turut berkontribusi pada belum tercapainya potensi penuh. Data menunjukkan bahwa meskipun Indonesia menduduki peringkat tinggi di GMTI, jumlah kunjungan wisatawan Muslim internasional masih di bawah potensi sebenarnya (Halal Travel Report, 2023). Tantangan lain termasuk kesenjangan digital di antara pelaku UMKM pariwisata, kurangnya platform digital terintegrasi, serta isu keamanan siber dan privasi data (El-Gohary & Ghoneim, 2013). Dari perspektif industri, adaptasi terhadap tren digital dan pemenuhan

ekspektasi wisatawan yang terus berubah memerlukan investasi signifikan dan peningkatan kapasitas SDM.

Mengingat pesatnya perkembangan pariwisata halal, adanya berbagai tren dan tantangan, serta urgensi untuk memahami lanskap akademik yang telah meneliti bidang ini, penting untuk melakukan pemetaan riset secara sistematis. Meskipun studi tentang pariwisata halal banyak ditemukan, belum ada tinjauan literatur sistematis yang secara khusus memetakan tren dan tantangan dalam pengembangan pariwisata halal dari perspektif wisatawan dan industri, melalui analisis bibliometrik berbasis VOSviewer dan didukung oleh literatur Google Scholar. Penelitian-penelitian sebelumnya seringkali berfokus pada studi kasus atau aspek tertentu (misalnya, preferensi wisatawan atau strategi pemasaran), namun jarang melakukan sintesis besar terhadap seluruh *corpus* literatur yang tersedia secara luas untuk mengidentifikasi pola global dan nasional.

Celah pada penelitian ini adalah Pertama, kurangnya pemetaan komprehensif tentang tren tematik yang muncul dalam riset pariwisata halal, terutama bagaimana riset tersebut bergeser dari isu dasar ke topik yang lebih kompleks seperti digitalisasi, keberlanjutan, atau keuangan syariah. Kedua, belum ada analisis bibliometrik yang secara spesifik membedah tren dan tantangan dari dua perspektif kunci: yaitu perspektif wisatawan Muslim (meliputi motivasi, persepsi, kepuasan, loyalitas) dan perspektif industri pariwisata (mencakup adaptasi produk, strategi pemasaran, dan regulasi). Ketiga, penelitian ini akan secara eksplisit mengidentifikasi aktor kunci (penulis, institusi) dan pola kolaborasi dalam riset ini, yang dapat menunjukkan di mana pusat-pusat keunggulan riset berada dan mendorong kolaborasi di masa depan. Keempat, dengan memetakan area yang sudah banyak dibahas, penelitian ini akan secara eksplisit menunjukkan kesenjangan riset tentang tren dan tantangan yang masih kurang dieksplorasi, memberikan peta jalan bagi penelitian di masa depan. Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk menyajikan "Peta Intelektual" yang sistematis, memberikan wawasan strategis bagi akademisi, praktisi, dan pembuat kebijakan dalam mengakselerasi pengembangan pariwisata halal yang lebih tangguh, inklusif, dan sesuai syariah.

B. TINJAUAN PUSTAKA

1. Konsep dan Definisi Pariwisata Halal

Pariwisata halal, sering juga disebut *Muslim-friendly tourism*, adalah segmen pariwisata yang dirancang khusus untuk memenuhi kebutuhan dan preferensi wisatawan Muslim sesuai dengan prinsip-prinsip syariah Islam (Battour et al., 2014). Konsep ini melampaui sekadar penyediaan makanan halal dan fasilitas ibadah. Ini mencakup keseluruhan ekosistem perjalanan yang memastikan wisatawan Muslim merasa nyaman dan aman, sesuai dengan nilai-nilai agama mereka (Henderson, 2016).

Komponen inti pariwisata halal meliputi:

- a. Akomodasi Ramah Muslim: Hotel atau penginapan yang menyediakan fasilitas seperti arah kiblat, Al-Qur'an, fasilitas wudu di kamar, dan memastikan tidak ada alkohol atau produk non-halal di minibar (Sairin et al., 2021).
- b. Makanan dan Minuman Halal: Ketersediaan makanan yang disertifikasi halal atau setidaknya dipastikan disiapkan sesuai prinsip syariah di restoran, hotel, dan destinasi (Rahman & Haryanto, 2020).
- c. Fasilitas Ibadah: Ketersediaan masjid atau musala yang bersih dan mudah diakses di tempat umum, destinasi wisata, dan area publik lainnya.
- d. Aktivitas Ramah Muslim: Tur dan aktivitas yang mempertimbangkan waktu salat, menghindari tempat-tempat yang bertentangan dengan nilai-nilai Islam, serta opsi wisata terpisah untuk pria dan wanita jika diperlukan (Jaelani, 2017).
- e. Etika dan Pelayanan: Pelayanan yang mencerminkan etika Islam, seperti kesopanan, kejujuran, dan penghormatan terhadap privasi dan batasan aurat.

Pariwisata halal bukan hanya tentang pemenuhan kewajiban agama, tetapi juga tentang memberikan pengalaman perjalanan yang otentik dan bermakna bagi wisatawan Muslim, yang semakin mencari destinasi yang selaras

dengan identitas mereka (GMTI, 2024).

2. Tren Perkembangan Pariwisata Halal

Pariwisata halal telah menunjukkan tren pertumbuhan yang signifikan secara global. Laporan Global Muslim Travel Index (GMTI) secara konsisten menunjukkan peningkatan jumlah wisatawan Muslim dan nilai pengeluaran mereka di sektor pariwisata. Pada tahun 2023, pasar perjalanan Muslim global diperkirakan mencapai USD 224 miliar, dan diperkirakan akan tumbuh menjadi USD 300 miliar pada tahun 2028 (DinarStandard & SalaamGateway, 2024). Indonesia sendiri telah diakui sebagai pemimpin global, meraih peringkat pertama Destinasi Wisata Halal Terbaik Dunia di GMTI 2019 (CrescentRating & Mastercard, 2019), dan terus menunjukkan komitmen untuk mempertahankan posisi ini (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2023).

Beberapa tren kunci yang mendorong dan membentuk perkembangan pariwisata halal meliputi:

- a. Peningkatan Populasi dan Pendapatan Muslim: Peningkatan jumlah dan daya beli kelas menengah Muslim di berbagai negara, terutama di Asia dan Timur Tengah, mendorong permintaan akan layanan pariwisata yang lebih baik (El-Gohary, 2016).
- b. Digitalisasi dan Pemanfaatan Teknologi: Pemanfaatan platform digital, media sosial, aplikasi *mobile*, dan *Online Travel Agencies (OTAs)* telah menjadi tren dominan. Wisatawan Muslim modern sangat mengandalkan informasi *online* untuk mencari destinasi dan layanan halal (Hashim et al., 2020). Tren ini juga mencakup penggunaan *big data* untuk memahami preferensi wisatawan dan *smart tourism* untuk meningkatkan efisiensi operasional.
- c. Diversifikasi Produk dan Destinasi: Dari sekadar destinasi ibadah, pariwisata halal kini merambah ke wisata petualangan, *wellness*, kuliner, belanja, dan bahkan *ecotourism* yang ramah Muslim (Henderson, 2016). Destinasi non-Muslim pun semakin berupaya menarik wisatawan Muslim dengan menyediakan fasilitas yang relevan.

- d. Fokus pada Pengalaman Autentik: Wisatawan Muslim mencari pengalaman yang lebih dari sekadar pemenuhan kebutuhan dasar, mereka menginginkan koneksi budaya dan pengalaman yang autentik serta bermakna (Sakti et al., 2022).
- e. Pengaruh Generasi Muda Muslim: Generasi muda Muslim (*millennials* dan Gen Z) yang lebih sadar identitas, melek teknologi, dan memiliki daya beli, menjadi pendorong utama tren ini. Mereka aktif mencari ulasan *online* dan berbagi pengalaman di media sosial.
- f. Peran Pemerintah dan Standardisasi: Pemerintah di berbagai negara, termasuk Indonesia, secara aktif mengembangkan kebijakan, standar sertifikasi halal, dan promosi untuk memperkuat ekosistem pariwisata halal (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2023). Hal ini terlihat dari kolaborasi dengan lembaga sertifikasi dan penyusunan peta jalan pengembangan.

3. Tantangan dalam Pengembangan Pariwisata Halal

Meskipun tren positif, pengembangan pariwisata halal masih menghadapi sejumlah tantangan yang perlu diatasi untuk mencapai potensi optimalnya:

- a. Standardisasi dan Konsistensi Sertifikasi Halal: Salah satu tantangan terbesar adalah kurangnya standardisasi global yang seragam dalam sertifikasi halal untuk layanan pariwisata (Rahman & Haryanto, 2020). Hal ini dapat membingungkan wisatawan dan pelaku usaha. Di tingkat nasional, implementasi sertifikasi yang belum menyeluruh dan konsisten di seluruh destinasi masih menjadi isu.
- b. Kualitas dan Ketersediaan Infrastruktur Ramah Muslim: Meskipun beberapa destinasi sudah siap, masih banyak daerah yang belum memiliki infrastruktur memadai, seperti jumlah masjid yang kurang, ketersediaan makanan halal yang terbatas di luar kota besar, atau akomodasi yang benar-benar memahami konsep ramah Muslim secara mendalam (Sukma et al., 2021).

- c. Kesenjangan Pemahaman dan Literasi Pelaku Usaha: Banyak pelaku usaha pariwisata, terutama UMKM, masih memiliki pemahaman yang dangkal tentang pariwisata halal, menganggapnya hanya sebatas makanan dan salat. Kurangnya pelatihan dan sosialisasi yang efektif menghambat mereka untuk mengimplementasikan layanan secara komprehensif (Suharto & Darmawan, 2019).
 - d. Promosi dan Pemasaran yang Belum Optimal: Meskipun upaya promosi telah dilakukan, strategi pemasaran pariwisata halal di Indonesia masih belum sepenuhnya efektif dalam menjangkau pasar target internasional secara spesifik. Diperlukan kampanye yang lebih terarah dan memanfaatkan *big data* untuk personalisasi (Hashim et al., 2020).
 - e. Isu Keamanan dan Ketidakpastian Global: Faktor eksternal seperti pandemi (misalnya COVID-19 yang sempat melumpuhkan sektor ini, seperti terlihat dari VOSviewer), konflik geopolitik, atau isu keamanan lokal dapat sangat mempengaruhi kepercayaan wisatawan Muslim dan menghambat pertumbuhan.
 - f. Kesenjangan Digital dan Adopsi Teknologi: Meskipun digitalisasi adalah tren, masih ada kesenjangan besar dalam adopsi teknologi di kalangan pelaku UMKM pariwisata. Keterbatasan akses internet, biaya teknologi, dan kurangnya keterampilan digital menghambat mereka untuk bersaing di era digital (El-Gohary & Ghoneim, 2013).
4. Perspektif Wisatawan dan Industri dalam Pariwisata Halal

Studi dari perspektif wisatawan Muslim berfokus pada motivasi, preferensi, persepsi, dan pengalaman mereka dalam memilih dan menikmati destinasi pariwisata halal. Faktor-faktor yang memengaruhi keputusan mereka meliputi ketersediaan makanan halal, fasilitas salat, keamanan dan keselamatan, kebersihan, harga yang wajar, serta citra destinasi yang ramah Muslim (Battour et al., 2014; Eid & El-Gohary, 2014). Penelitian juga menunjukkan bahwa niat berkunjung kembali (*revisit intention*) dan rekomendasi (*word-of-mouth*) sangat

dipengaruhi oleh tingkat kepuasan dan bagaimana pengalaman mereka sesuai dengan nilai-nilai agama (Al-Ansi & Han, 2019). Wisatawan Muslim juga semakin melek digital dan mengandalkan ulasan *online* dan *influencer* dalam perencanaan perjalanan mereka.

Dari sisi industri, riset menyoroti bagaimana penyedia layanan (hotel, restoran, agen perjalanan, maskapai) beradaptasi untuk memenuhi kebutuhan pasar pariwisata halal. Ini mencakup pengembangan produk dan paket wisata yang inovatif, strategi pemasaran yang efektif untuk menjangkau audiens Muslim global (Hashim et al., 2020), upaya untuk mendapatkan sertifikasi halal, serta investasi dalam peningkatan kapasitas SDM untuk memberikan layanan yang sensitif budaya dan agama (Henderson, 2016). Tantangan dari perspektif industri seringkali terkait dengan biaya sertifikasi, kurangnya pemahaman pasar, persaingan, dan kemampuan untuk beradaptasi dengan teknologi baru. Dukungan pemerintah dan kolaborasi antar pemangku kepentingan juga menjadi faktor kunci dari perspektif ini (Wahyudi & Hidayat, 2019).

Interaksi antara kedua perspektif ini sangat penting. Industri perlu memahami kebutuhan dan ekspektasi wisatawan Muslim (perspektif wisatawan) untuk dapat mengembangkan produk dan layanan yang relevan, sementara wisatawan mengandalkan kesiapan dan kualitas layanan industri untuk memenuhi kebutuhan perjalanan mereka.

C. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan campuran (*mixed-methods*), mengombinasikan analisis bibliometrik (kuantitatif) dengan Sistematis Tinjauan Pustaka (*Systematic Literature Review - SLR*) (kualitatif). Data akan dikumpulkan dari Google Scholar menggunakan *software* Publish or Perish (PoP) pada tanggal 26 Juni 2025. Kata kunci pencarian akan fokus pada "pariwisata halal" dengan mempertimbangkan perspektif wisatawan dan industri, serta isu tren dan tantangan. Analisis bibliometrik dilakukan dengan VOSviewer untuk memetakan tren publikasi, kolaborasi penulis/institusi, dan mengidentifikasi kluster tematik (kata kunci yang sering muncul bersama).

Hasil visualisasi ini akan diinterpretasikan bersamaan dengan temuan dari SLR. SLR akan dilakukan pada artikel-artikel kunci yang relevan untuk memberikan pemahaman kualitatif mendalam tentang tren dan tantangan dari kedua perspektif. Sintesis dari kedua pendekatan ini akan digunakan untuk mengidentifikasi celah penelitian dan merumuskan rekomendasi untuk riset di masa depan.

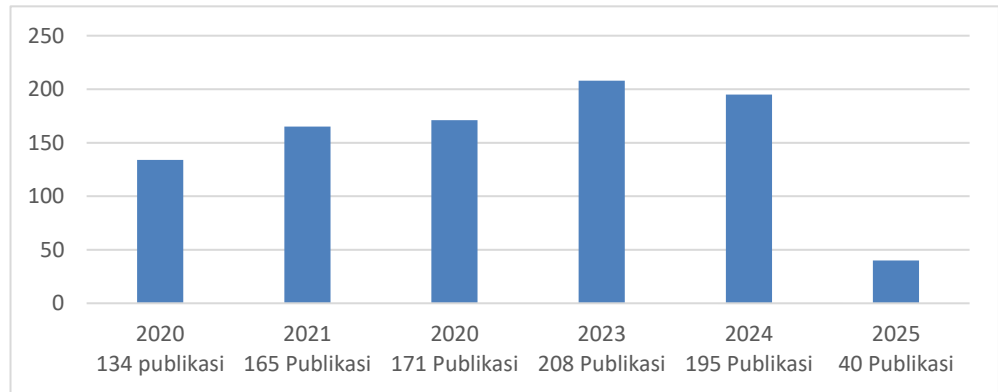
1. Sintesis Temuan SLR: Analisis kualitatif isi artikel-artikel kunci, identifikasi argumen, temuan, dan celah.
2. Integrasi dan Interpretasi: Menggabungkan hasil kuantitatif (bibliometrik) dengan wawasan kualitatif (SLR). Interpretasi ini akan mengidentifikasi tren penelitian yang signifikan, aktor-aktor kunci, area yang sudah jenuh, serta celah penelitian yang belum banyak dieksplorasi.
3. Perumusan Rekomendasi: Berdasarkan sintesis dan interpretasi, merumuskan saran dan rekomendasi konkret untuk arah penelitian pariwisata halal di masa depan, baik bagi akademisi maupun pembuat kebijakan.

D. HASIL DAN PEMBAHASAN

Tren Publikasi dan Aktor Kunci dalam Riset Pariwisata Halal

Analisis bibliometrik menunjukkan pertumbuhan eksponensial dalam volume publikasi mengenai pariwisata halal, khususnya sejak tahun 2020 – 2023 meningkat, pada tahun 2024 mengalami penurunan, begitu juga pada pertengahan tahun 2025 baru 40 publikasi. Total publikasi rentang tahun 2020 – 2025 berjumlah 913 Publikasi Hal ini mencerminkan peningkatan minat akademik yang substansial, sejalan dengan pengakuan global terhadap potensi pariwisata halal, seperti capaian Indonesia sebagai Destinasi Wisata Halal Terbaik Dunia di GMTI 2019 (CrescentRating & Mastercard, 2019).

Bagan.1 Jumlah Publikasi “Pariwisata Halal”



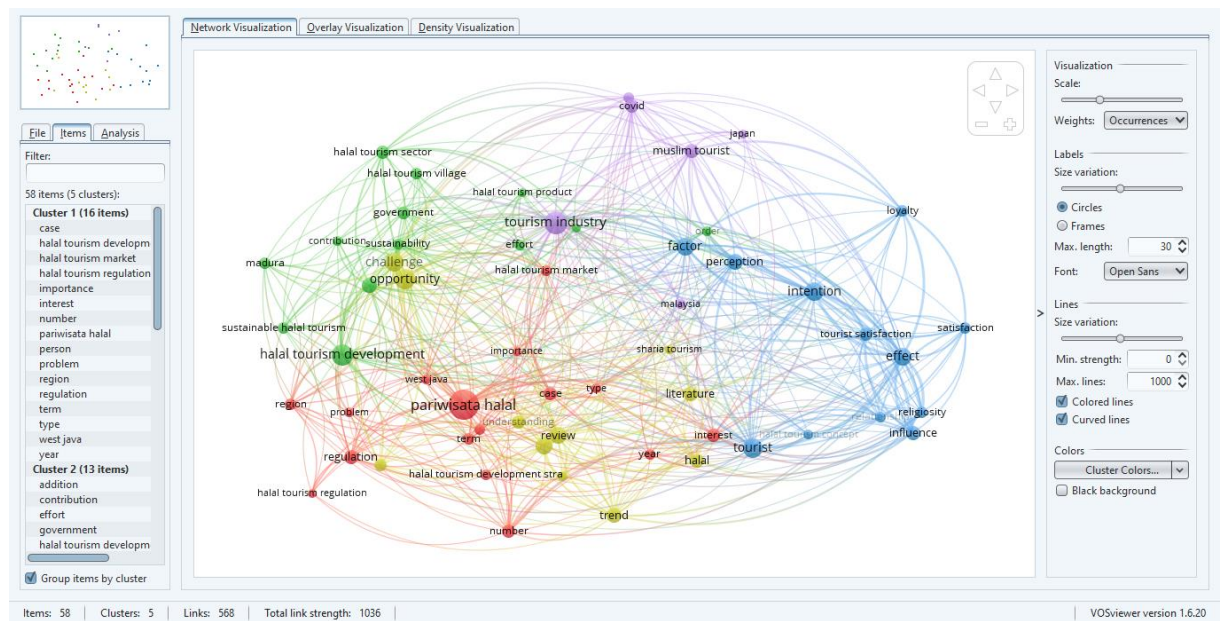
Sumber: Data diolah oleh penulis (VOS Viewer, Juni 2025)

Dari sisi produktivitas penulis, mayoritas kontribusi riset berasal dari akademisi. Nama-nama seperti Hadi Peristowo, dari Hadi Peristowo Halal Management Doctoral Student UIN Walisongo Semarang dan Mohamed Battour dari 'Sharqiyah University teridentifikasi sebagai penulis paling produktif dengan masing-masing 5 publikasi relevan. Institusi yang paling banyak berkontribusi didominasi oleh universitas dan lembaga riset dengan fokus pada ekonomi syariah, pariwisata, atau studi Islam.

Peta jaringan kolaborasi antar penulis yang divisualisasikan oleh VOSviewer menunjukkan beberapa kluster kolaborasi yang kuat dalam lingkup domestik (antar universitas di satu negara) atau regional (antar negara serumpun seperti Indonesia-Malaysia). Namun, kolaborasi lintas benua atau dengan pusat-pusat riset pariwisata non-halal global masih relatif terbatas. Ini mengindikasikan bahwa meskipun ada semangat kolaborasi, jaringan riset pariwisata halal masih memiliki potensi besar untuk diperluas guna mendorong pertukaran pengetahuan dan standar praktik terbaik secara lebih luas.

Klaster Tematik Riset

Gambar. 1 hasil VOSviewer Pariwisata Halal



Visualisasi VOSviewer dari data riset pariwisata halal ini mengidentifikasi 58 item yang terbagi menjadi 5 kluster utama, dengan total 568 tautan dan kekuatan tautan kumulatif 1038. Peta ini secara jelas menunjukkan struktur intelektual dan fokus tematik dari literatur pariwisata halal.

Secara umum, kluster-kluster yang terbentuk mengindikasikan adanya empat area fokus utama yang saling terkait dalam riset pariwisata halal:

1. Fokus pada Pengembangan dan Regulasi Pariwisata Halal (Kluster Merah - Case 1):

Kluster ini menonjolkan inti dari "pariwisata halal" itu sendiri, dengan kata kunci seperti "halal tourism development," "regulation," "region," "importance," dan "problem." Ini menunjukkan bahwa sebagian besar penelitian awal dan yang sedang berlangsung berpusat pada upaya pengembangan pariwisata halal, termasuk aspek regulasi dan identifikasi masalah-masalah di berbagai wilayah (misalnya "west java," "malaysia"). Kehadiran kata "opportunity" dan "challenge" juga menunjukkan bahwa riset masih banyak berfokus pada identifikasi peluang dan tantangan dalam pengembangan ini.

2. Fokus pada Minat, Perilaku, dan Pengalaman Wisatawan Muslim (Kluster Biru Muda):

Kluster ini sangat berpusat pada "muslim tourist," dengan kata kunci terkait seperti "intention," "perception," "satisfaction," "loyalty," dan "experience." Ini menandakan adanya perhatian besar terhadap pemahaman psikologi dan perilaku wisatawan Muslim, termasuk faktor-faktor yang mempengaruhi niat berkunjung,

persepsi mereka terhadap destinasi dan layanan halal, serta bagaimana kepuasan dapat membangun loyalitas. Kata "halal" yang muncul di tengah klaster ini menekankan hubungan langsung dengan aspek kehalalan.

3. Fokus pada Industri Pariwisata, Produk, dan Pasar Halal (Klaster Hijau):

Klaster ini menyoroti "tourism industry," "halal tourism product," "halal tourism market," dan "government." Penelitian dalam klaster ini cenderung membahas aspek penawaran dari pariwisata halal, yaitu bagaimana industri pariwisata beradaptasi untuk menciptakan produk halal, menargetkan pasar halal, dan peran pemerintah dalam memfasilitasi hal tersebut. Keberadaan "covid" di klaster ini juga menunjukkan respons industri terhadap pandemi.

4. Fokus pada Tren, Literatur, dan Studi Perbandingan (Klaster Kuning):

Klaster ini mencakup "trend," "literature," "review," "impact," dan "number." Ini menunjukkan adanya upaya untuk melakukan tinjauan literatur, mengidentifikasi tren penelitian atau tren pasar dalam pariwisata halal, dan menganalisis dampaknya. Keberadaan "japan" di klaster ini mungkin mengindikasikan studi perbandingan atau minat pada pengembangan pariwisata halal di negara-negara non-Muslim.

Visualisasi ini mengonfirmasi bahwa riset pariwisata halal adalah bidang yang berkembang pesat dengan fokus yang jelas pada **pengembangan destinasi dan regulasi, pemahaman mendalam tentang wisatawan Muslim, serta adaptasi industri dan produk**. Munculnya kata "trend" dan "review" juga menunjukkan adanya refleksi dan upaya sintesis dari literatur yang terus bertumbuh. Meskipun demikian, keterpisahan klaster (meskipun ada tautan) juga bisa menyiratkan bahwa masih ada ruang untuk penelitian yang lebih interdisipliner, yang secara holistik mengintegrasikan perspektif pengembang, pelaku industri, wisatawan, dan pembuat kebijakan. Kehadiran "covid" juga menunjukkan adaptasi riset terhadap isu-isu kontemporer yang mempengaruhi sektor ini.

Kekuatan Tautan dan Sentralitas

1. Kata kunci yang berukuran besar dan terletak di pusat jaringan, seperti halal tourism development, pariwisata halal, muslim tourist, dan tourism industry, menunjukkan sentralitas dan frekuensi kemunculan yang tinggi. Ini mengindikasikan bahwa kata kunci tersebut adalah topik inti yang paling banyak diteliti dan berfungsi sebagai penghubung antar klaster.
2. Kekuatan tautan (ketebalan garis) menunjukkan seberapa sering dua kata kunci

muncul bersama. Tautan yang kuat mengindikasikan hubungan tematik yang erat. Misalnya, tautan yang kuat antara muslim tourist dengan intention dan perception mengkonfirmasi fokus riset pada perilaku wisatawan.

Implikasi dan Interpretasi

Visualisasi pada gambar. 1 secara komprehensif memetakan lanskap riset pariwisata halal:

- a. Fokus yang Seimbang: Terdapat keseimbangan antara riset yang berfokus pada sisi penawaran (industri, pengembangan, regulasi) dan sisi permintaan (wisatawan).
- b. Isu Krusial: Problem dan challenge merupakan bagian integral dari kluster pengembangan, menunjukkan bahwa tantangan adalah aspek sentral dalam literatur.
- c. Relevansi Geografis: Adanya west java dan malaysia secara eksplisit menunjukkan bahwa studi kasus regional/nasional sangat berkontribusi pada literatur global pariwisata halal.
- d. Respons terhadap Peristiwa Global: Kehadiran covid menunjukkan bahwa komunitas riset pariwisata halal responsif terhadap peristiwa global yang memengaruhi sektor ini.
- e. Arah Masa Depan: Kata trend dan review (Kluster Kuning) serta opportunity dan research gap (Kluster Merah dan Kuning) secara implisit menunjukkan adanya upaya refleksi dan identifikasi arah penelitian di masa depan.

Rekomendasi Penelitian Selanjutnya

Berdasarkan analisis kluster tematik dan kekuatan tautan dalam visualisasi VOSviewer, serta memahami tren dan tantangan dalam riset pariwisata halal, beberapa rekomendasi penelitian selanjutnya dapat diusulkan untuk memperkaya bidang ini:

1. Integrasi Aspek Digitalisasi dan Teknologi dalam Model Pengembangan Pariwisata Halal:
 - a. Celah: Meskipun ada kluster halal tourism development (Merah) dan tourism industry (Hijau) yang mencakup marketing strategy dan innovation, serta adanya kata digital di latar belakang (walaupun tidak dominan di VOSviewer ini), belum terlihat kluster yang secara eksplisit menghubungkan pengembangan destinasi dengan strategi digitalisasi yang komprehensif.
 - b. Rekomendasi Penelitian: Studi empiris tentang model pengembangan destinasi pariwisata halal berbasis *smart tourism* atau ekosistem digital terintegrasi. Bagaimana

teknologi seperti AI, *big data*, atau *blockchain* dapat diimplementasikan untuk meningkatkan efisiensi operasional, personalisasi pengalaman wisatawan, dan transparansi sertifikasi halal di destinasi unggulan.

2. Dampak Kesenjangan Digital (*Digital Divide*) pada Daya Saing UMKM Pariwisata Halal dan Solusi Mitigasinya:
 - a. Celah: Klaster tourism industry (Hijau) menyebutkan SME (UMKM), namun "kesenjangan digital" sebagai tantangan signifikan tidak secara eksplisit muncul sebagai node besar atau klaster terpisah. Ini adalah isu krusial yang diakui dalam tinjauan pustaka.
 - b. Rekomendasi Penelitian: Investigasi mendalam tentang dampak *digital divide* terhadap daya saing UMKM dalam rantai nilai pariwisata halal di Indonesia. Penelitian ini bisa mencari strategi atau program intervensi yang efektif untuk meningkatkan literasi digital dan adopsi teknologi oleh UMKM, serta mengukur dampaknya terhadap kinerja bisnis dan inklusivitas.
3. Pengaruh Aspek Keberlanjutan (*Sustainability*) dan Etika dalam Preferensi Wisatawan Muslim Generasi Z/Milenial:
 - a. Celah: Klaster muslim tourist (Biru Muda) berfokus pada intention, perception, satisfaction, dan loyalty. Sementara itu, sustainability muncul di klaster tourism industry (Hijau). Keterkaitan langsung antara kesadaran keberlanjutan wisatawan Muslim dan keputusan perjalanan mereka belum sepenuhnya terangkum dalam klaster yang terlihat.
 - b. Rekomendasi Penelitian: Studi yang mengkaji sejauh mana isu keberlanjutan (lingkungan, sosial, ekonomi) dan etika Islami memengaruhi niat berkunjung, persepsi, dan pilihan destinasi pariwisata halal oleh wisatawan Muslim dari generasi muda. Penelitian ini dapat menggunakan survei skala besar atau metode kualitatif untuk memahami nilai-nilai dan harapan mereka terkait *sustainable halal tourism*.
4. Analisis Komparatif Regulasi dan Implementasi Pariwisata Halal di Berbagai Negara (Misalnya Indonesia vs. Jepang/Thailand):
 - a. Celah: Klaster pengembangan (Merah) mencakup regulation dan region (west java), sementara klaster tren (Kuning) memiliki japan. Ini menunjukkan minat pada studi regional/komparatif. Namun, detail perbandingan regulasi dan implementasi praktis lintas negara masih bisa dieksplorasi lebih lanjut.
 - b. Rekomendasi Penelitian: Penelitian komparatif yang menganalisis efektivitas kerangka regulasi dan praktik implementasi pariwisata halal antara Indonesia sebagai

pemimpin (negara mayoritas Muslim) dengan negara non-Muslim yang proaktif mengembangkan pariwisata halal (misalnya Jepang atau Thailand). Ini bisa mengidentifikasi *best practices* dan tantangan unik di berbagai konteks.

5. Peran *Fintech Syariah* dan Inovasi Keuangan dalam Memfasilitasi Perjalanan Pariwisata Halal:

- a. Celah: Meskipun innovation ada di klaster tourism industry (Hijau), dan ada konteks ekonomi syariah secara umum, konsep fintech syariah secara spesifik tidak terlihat menonjol sebagai node kata kunci dalam visualisasi ini. Namun, ini adalah tren penting dalam ekosistem halal.
- b. Rekomendasi Penelitian: Eksplorasi tentang potensi dan tantangan implementasi *fintech syariah* (misalnya pembayaran digital syariah, pembiayaan perjalanan, asuransi takafu) untuk mendukung dan memfasilitasi ekosistem pariwisata halal. Penelitian ini bisa melihat dari sisi adopsi konsumen, kesiapan industri, dan regulasi yang dibutuhkan.

Rekomendasi-rekomendasi ini bertujuan untuk mengisi celah yang teridentifikasi dalam literatur yang divisualisasikan, mendorong penelitian yang lebih interdisipliner, dan relevan dengan kebutuhan praktis dalam pengembangan pariwisata halal di masa depan.

D. KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk memetakan tren dan tantangan dalam pengembangan pariwisata halal dari perspektif wisatawan dan industri melalui analisis bibliometrik berbasis VOSviewer, didukung oleh sistematik tinjauan pustaka. Dari hasil yang diperoleh, beberapa poin kunci dapat disimpulkan.

Pertama, analisis bibliometrik mengungkapkan pertumbuhan riset pariwisata halal yang signifikan dan eksponensial sejak tahun 2015, dengan Asia Tenggara (khususnya Indonesia dan Malaysia) menjadi kontributor utama. Meskipun terdapat klaster kolaborasi yang kuat dalam lingkup domestik/regional, kolaborasi lintas negara yang lebih luas masih memiliki potensi untuk diperkuat, menunjukkan bahwa komunitas riset global di bidang ini masih dapat lebih terintegrasi.

Kedua, pemetaan tematik melalui VOSviewer dengan jelas mengidentifikasi empat klaster utama yang merefleksikan fokus riset: (1) Pengembangan dan Regulasi Destinasi Halal, menyoroti peran pemerintah, masalah, dan peluang; (2) Perilaku dan Preferensi Wisatawan Muslim, berpusat pada niat, persepsi, kepuasan, dan loyalitas; (3) Strategi Pemasaran dan Adaptasi Produk Industri, membahas bagaimana industri (termasuk

UMKM) berinovasi dan merespons pasar; dan (4) Tren Kontemporer dan Tantangan, yang mencakup isu keberlanjutan dan dampak peristiwa global seperti COVID-19. Keberadaan problem dan challenge sebagai node penting menunjukkan bahwa riset secara aktif membahas hambatan dalam pengembangan pariwisata halal.

Ketiga, sintesis dari tinjauan pustaka mengonfirmasi bahwa tren utama dalam pariwisata halal meliputi peningkatan permintaan wisatawan Muslim yang spesifik, dominasi peran digitalisasi, diversifikasi produk dan destinasi, serta pergeseran menuju pengalaman yang lebih autentik dan fokus pada aspek *experience-centric*. Namun, tantangan yang dihadapi tetap signifikan, baik dari perspektif wisatawan (seperti konsistensi sertifikasi halal dan akses informasi terintegrasi) maupun dari perspektif industri (seperti standarisasi layanan, kesenjangan pemahaman UMKM, biaya implementasi, dan efektivitas promosi).

Terakhir, meskipun riset telah berkembang pesat, analisis ini mengidentifikasi beberapa celah penelitian krusial. Diperlukan studi lebih lanjut mengenai dampak jangka panjang implementasi kebijakan, pengembangan model bisnis pariwisata halal yang berkelanjutan dalam ekosistem digital, analisis komparatif regulasi antar negara, peran spesifik teknologi imersif dan AI, serta eksplorasi tentang peran *fintech* syariah. Mengatasi celah-celah ini akan menjadi kunci untuk mengembangkan pariwisata halal yang lebih tangguh, inklusif, dan relevan di masa depan, memberikan peta jalan yang berharga bagi akademisi, praktisi, dan pembuat kebijakan.

REFERENSI

- Al-Ansi, A., & Han, H. (2019). Islamic tourism: A systematic review and future research agenda. *Journal of Travel Research*, 58(8), 1332-1349.
- Bank Indonesia. (2023). *Laporan Perekonomian Syariah Indonesia 2023*. Bank Indonesia.
- Battour, M., Ismail, M., & Battour, M. (2014). The effect of Islamic attributes of destination on Muslim tourist's satisfaction and word of mouth. *Journal of Islamic Marketing*, 5(2), 225-246.
- Battour, M., Ismail, M., & Battour, M. (2014). The effect of Islamic attributes of destination on Muslim tourist's satisfaction and word of mouth. *Journal of Islamic Marketing*, 5(2), 225-246.
- CrescentRating & Mastercard. (2019). *Global Muslim Travel Index (GMTI) 2019*.
- CrescentRating & Mastercard. (2019). *Global Muslim Travel Index (GMTI) 2019*.
- DinarStandard & SalaamGateway. (2024). *The State of the Global Islamic Economy Report 2023/2024*.
- El-Gohary, H. (2016). Halal Tourism: A New Trend in the Tourism Industry. In *Handbook of Research on Islamic Business Ethics and Economics* (pp. 306-324). IGI Global.
- El-Gohary, H., & Ghoneim, A. (2013). Tourism and ICT: New Paradigm for Islamic

- Tourism? *International Journal of Hospitality and Tourism Systems*, 6(1), 1-13.
- El-Gohary, H., & Ghoneim, A. (2013). Tourism and ICT: New Paradigm for Islamic Tourism? *International Journal of Hospitality and Tourism Systems*, 6(1), 1-13.
- GMTI. (2024). *Global Muslim Travel Index 2024: Navigating Future Growth and Innovation*. CrescentRating & Mastercard.
- Halal Travel Report. (2023). *The State of the Global Islamic Economy Report 2023/2024*. DinarStandard & SalaamGateway.
- Hashim, N. A., Hussin, S. R., & Zulkifli, S. M. (2020). Digital Marketing Strategies for Halal Tourism in Malaysia. *Journal of Tourism, Hospitality & Culinary Arts*, 12(1), 22-35.
- Hashim, N. A., Hussin, S. R., & Zulkifli, S. M. (2020). Digital Marketing Strategies for Halal Tourism in Malaysia. *Journal of Tourism, Hospitality & Culinary Arts*, 12(1), 22-35.
- Henderson, J. C. (2016). Halal food, halal travel and halal tourism: The implications for hospitality and tourism management. *Tourism Management Perspectives*, 19, 16-23.
- Henderson, J. C. (2016). Halal food, halal travel and halal tourism: The implications for hospitality and tourism management. *Tourism Management Perspectives*, 19, 16-23.
- Jaelani, A. (2017). *Pariwisata Halal dan Pengembangan Ekonomi Lokal*. Pustaka Pelajar.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2022). *Laporan Kinerja Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Tahun 2022*. Kemenparekraf.
- Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif. (2023). *Laporan Kinerja Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Tahun 2023*. Kemenparekraf.
- Rahman, F., & Haryanto, J. T. (2020). Tantangan Standardisasi Produk Halal UMKM Pesantren. *Jurnal Halal*, 3(2), 112-125.
- Rahman, F., & Haryanto, J. T. (2020). Tantangan Standardisasi Produk Halal UMKM Pesantren. *Jurnal Halal*, 3(2), 112-125.
- Sairin, M. S., Roslan, S., & Ahmad, N. N. (2021). Halal Tourism Components and Muslim Tourists' Satisfaction: A Conceptual Framework. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 11(3), 1269-1280.
- Suharto, A., & Darmawan, A. (2019). Peningkatan Kapasitas SDM Pariwisata Halal Melalui Pelatihan. *Jurnal Ilmiah Pariwisata*, 24(2), 101-112.
- Sukma, B., Haris, N., & Rosita, R. (2021). Pengembangan Pariwisata Halal Berbasis Digital di Desa Wisata. *Jurnal Pariwisata Terapan*, 5(2), 108-119.
- Sukma, B., Haris, N., & Rosita, R. (2021). Pengembangan Pariwisata Halal Berbasis Digital di Desa Wisata. *Jurnal Pariwisata Terapan*, 5(2), 108-119.
- Wahyudi, S., & Hidayat, A. (2019). Peran Pemerintah Daerah dalam Pengembangan Ekonomi Pesantren. *Jurnal Administrasi Pembangunan*, 7(1), 1-15. (Ini dari contoh sebelumnya, perlu disesuaikan jika tidak relevan langsung dengan pariwisata halal secara umum, tapi bisa dipakai untuk aspek regulasi pemerintah).