



Transformasi Digital dan Dampak Fiskal Pengembangan Pariwisata Halal di Indonesia

Kuncoro Budi Riyanto^{1*}, Indah Purnomowati², Arwan Junianto³

^{1*,3} Universitas Muhammadiyah Metro, Kota Metro

² Universitas Baturaja, Baturaja

e-mail: ^{1*}kuncorobudi@ummetro.ac.id, ²indahpurnomowati@pasca.unbara.ac.id,

³arwanjunianto@ummetro.ac.id

Abstract: *This study examines the influence of digital transformation on the development of halal tourism in Indonesia and its financial implications for the national economy. The research employs a qualitative descriptive design based on secondary data by analyzing academic literature, government reports, and digital tourism platforms to understand the interaction between digitalization, Muslim tourist behavior, and public financial governance. The findings indicate that the adoption of digital technologies, such as e-tourism platforms, big data analytics, artificial intelligence, and Islamic financial technology (Islamic fintech) significantly enhances competitiveness, fiscal transparency, and financial inclusion within the halal tourism ecosystem. Digital transformation enables more efficient destination management, improves service responsiveness to the needs of Muslim tourists, and optimizes national and regional revenue generation. The study also confirms the relevance of the Resource Based View (RBV) and Dynamic Capability Theory (DCT) in explaining how digital assets and adaptive capabilities serve as sources of sustainable competitive advantage. Furthermore, government led digital governance integrated with sharia based financial systems has been shown to strengthen fiscal efficiency and promote inclusive economic growth. These developments support the achievement of the Sustainable Development Goals (SDGs) by fostering transparency, inclusivity, and sustainability in Indonesia's halal tourism and public finance sectors.*

Keywords: *Halal Tourism, Digital Transformation, Fiscal Governance, Islamic Finance, Indonesia*

Abstrak: Penelitian ini mengkaji pengaruh transformasi digital terhadap pengembangan pariwisata halal di Indonesia serta implikasi keuangannya bagi perekonomian nasional. Penelitian menggunakan desain kualitatif deskriptif berbasis data sekunder dengan menganalisis literatur ilmiah, laporan pemerintah, serta platform pariwisata digital untuk memahami interaksi antara digitalisasi, perilaku wisatawan Muslim, dan tata kelola keuangan publik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan teknologi digital seperti platform e-tourism, big data analytics, kecerdasan buatan (artificial intelligence), dan teknologi keuangan syariah (Islamic fintech) secara signifikan meningkatkan daya saing, transparansi fiskal, serta inklusi dalam ekosistem pariwisata halal. Transformasi digital memungkinkan pengelolaan destinasi yang lebih efisien, pelayanan wisata yang responsif terhadap kebutuhan wisatawan Muslim, serta optimalisasi penerimaan negara dan daerah. Studi ini juga menegaskan relevansi Resource Based View (RBV) dan Dynamic Capability Theory (DCT) dalam menjelaskan bagaimana aset digital dan kemampuan adaptif menjadi sumber keunggulan berkelanjutan. Selain itu, peran pemerintah melalui digital governance yang terintegrasi dengan sistem keuangan berbasis syariah terbukti memperkuat efisiensi fiskal dan mendorong pertumbuhan ekonomi yang inklusif, sejalan dengan pencapaian Sustainable Development Goals (SDGs).

Kata Kunci: Pariwisata Halal, Transformasi Digital, Tata Kelola Fiskal, Keuangan Syariah, Indonesia

1. Pendahuluan

Pertumbuhan ekonomi digital yang sangat pesat telah mengubah secara fundamental struktur, mekanisme, dan dinamika keuangan sektor pariwisata global, termasuk di Indonesia (World Economic Forum, 2024). Digitalisasi tidak lagi dipahami sebatas pemanfaatan teknologi informasi untuk promosi destinasi, melainkan telah berkembang menjadi instrumen strategis yang memengaruhi tata kelola dan perumusan kebijakan publik, daya saing serta ketahanan sektor pariwisata, dan kinerja keuangan pelaku usaha melalui adopsi platform digital, pemanfaatan data, serta inovasi model bisnis (OECD, 2024; Liu et al., 2024). Transformasi ini semakin relevan dalam agenda pemulihan dan pembangunan pariwisata yang berkelanjutan, inklusif, dan resilien, khususnya di kawasan Asia-Pasifik dan negara berkembang, seiring meningkatnya perhatian pada integrasi teknologi digital dengan target SDGs dan tata kelola kebijakan lintas sektor (Asian Development Bank, 2024; Zeqiri et al., 2025).

Sebagai negara dengan jumlah penduduk Muslim terbesar di dunia, Indonesia memiliki potensi besar dalam mengembangkan pariwisata halal yang selaras dengan nilai-nilai keislaman serta mendukung pencapaian Sustainable Development Goals (SDGs) melalui pendekatan pembangunan pariwisata yang inklusif dan berkelanjutan (COMCEC, 2023; UNWTO, 2023). Pariwisata halal tidak hanya berorientasi pada pemenuhan kebutuhan wisatawan Muslim terhadap produk dan layanan sesuai prinsip syariah, tetapi juga menekankan nilai etika, inklusivitas, dan keberlanjutan sebagai bagian dari transformasi ekonomi pariwisata global yang berorientasi pada tanggung jawab sosial dan lingkungan (El-Gohary, 2022; Han et al., 2023). Berdasarkan *Global Muslim Travel Index 2023*, Indonesia menempati posisi teratas sebagai destinasi wisata halal terbaik di dunia, yang mencerminkan keberhasilan awal pemanfaatan kebijakan publik dan teknologi digital dalam meningkatkan aksesibilitas, visibilitas, serta kepercayaan pasar wisata Muslim global (CrescentRating, 2023).

Pada abad ke-21, kepemimpinan dan kewirausahaan dalam industri pariwisata mengalami pergeseran paradigma yang signifikan seiring dengan konvergensi teknologi digital yang mendorong perubahan pola pengambilan keputusan, model bisnis, serta tata kelola organisasi pariwisata (Li et al., 2022; Northouse, 2021). Dalam konteks pariwisata halal, inovasi digital telah mendefinisikan ulang cara destinasi dipromosikan, dikelola, dan dikomersialisasikan melalui pendekatan berbasis teknologi yang adaptif dan berorientasi pada kebutuhan wisatawan Muslim global. Sejumlah penelitian terkini menunjukkan bahwa pemanfaatan platform *e-tourism*, aplikasi seluler, kecerdasan buatan (*artificial intelligence*), dan *big data analytics* mampu meningkatkan daya saing destinasi wisata halal melalui peningkatan kualitas layanan, personalisasi pengalaman wisatawan, serta perluasan partisipasi UMKM dan industri kreatif dalam rantai nilai pariwisata yang inklusif dan berkelanjutan (Pranandari et al., 2023; Taba et al., 2023; Samudra et al., 2024).

Namun demikian, sebagian besar penelitian terkini masih berfokus pada aspek pemasaran digital, adopsi teknologi, dan perilaku wisatawan dalam konteks pariwisata halal, dengan penekanan yang relatif terbatas pada implikasi transformasi digital terhadap tata kelola fiskal publik dan kinerja keuangan sektor pariwisata halal (El-Gohary, 2022; Han et al., 2023). Sejumlah studi menyoroti peran digitalisasi dalam meningkatkan minat dan loyalitas wisatawan Muslim serta daya saing destinasi halal melalui inovasi layanan dan pemanfaatan teknologi berbasis data (Taba et al., 2023; Samudra et al., 2024). Namun, kajian-kajian tersebut relatif belum mengulas secara komprehensif bagaimana transformasi digital berinteraksi dengan kebijakan fiskal daerah, penerimaan pajak pariwisata, serta akuntabilitas dan transparansi pengelolaan keuangan publik dalam sektor pariwisata halal. Oleh karena itu, terdapat celah penelitian (*research gap*) yang signifikan terkait peran strategis digitalisasi sebagai mekanisme penguatan tata kelola fiskal dan keberlanjutan keuangan publik di sektor pariwisata halal Indonesia, khususnya dalam konteks negara berkembang yang tengah mendorong integrasi ekonomi digital dan pembangunan berkelanjutan (OECD, 2024; UNWTO, 2023).

Dari perspektif ekonomi dan akuntansi publik, digitalisasi sektor pariwisata memiliki implikasi langsung terhadap peningkatan Produk Domestik Bruto (PDB), pendapatan asli daerah (PAD), serta penciptaan lapangan kerja baru melalui perluasan aktivitas ekonomi formal dan

digital (OECD, 2024; UNWTO, 2023). Sejumlah penelitian empiris menunjukkan bahwa tingkat integrasi sistem digital dalam pengelolaan pariwisata berkorelasi positif dengan peningkatan kinerja keuangan pelaku usaha, efisiensi operasional, serta optimalisasi penerimaan fiskal daerah melalui perbaikan sistem pencatatan, pelaporan, dan pemungutan pajak berbasis digital (Sentosa et al., 2022; Alfarizi et al., 2025). Selain itu, penerapan *financial technology* (fintech) dan sistem pembayaran digital berbasis syariah berkontribusi pada penguatan transparansi, efisiensi, dan inklusivitas tata kelola ekonomi dengan mengintegrasikan prinsip-prinsip keuangan Islam dalam transaksi pariwisata, khususnya pada destinasi wisata halal (Annur, 2023; Dewi et al., 2024).

Meskipun demikian, implementasi pariwisata halal berbasis digital di Indonesia masih menghadapi berbagai tantangan struktural, antara lain rendahnya tingkat literasi digital di kalangan pelaku usaha pariwisata lokal, ketimpangan infrastruktur teknologi antar daerah tujuan wisata, serta belum terintegrasinya kebijakan fiskal, regulasi pariwisata, dan ekonomi syariah ke dalam satu ekosistem digital yang komprehensif dan terkoordinasi (Satiti & Udin, 2025; OECD, 2024). Kondisi ini menunjukkan bahwa keberhasilan transformasi digital dalam sektor pariwisata halal tidak semata-mata ditentukan oleh ketersediaan teknologi, tetapi sangat bergantung pada kapasitas institusional pemerintah daerah dan pusat, kualitas tata kelola kebijakan publik, serta kemampuan pelaku usaha dalam mengelola sumber daya dan beradaptasi secara strategis terhadap perubahan lingkungan digital (UNWTO, 2023; World Bank, 2022).

Untuk membedah fenomena tersebut, penelitian ini menggunakan *Resource-Based View* (RBV) dan *Dynamic Capability Theory* (DCT) sebagai landasan teoretis utama dalam menganalisis transformasi digital pariwisata halal. RBV menekankan bahwa keunggulan kompetitif suatu organisasi atau sektor ditentukan oleh kemampuan dalam mengidentifikasi, mengelola, dan memanfaatkan sumber daya strategis yang bernilai, langka, sulit ditiru, dan tidak tergantikan secara berkelanjutan (Barney et al., 2021). Dalam konteks pariwisata halal Indonesia, sumber daya digital seperti data wisatawan, platform *e-tourism*, serta sistem pembayaran digital berbasis syariah diketahui berperan sebagai aset strategis yang berpotensi meningkatkan daya saing destinasi dan kinerja keuangan sektor pariwisata. Sementara itu, DCT menekankan pentingnya kapasitas dinamis organisasi dan institusi publik dalam mengintegrasikan, membangun, dan merekonfigurasi sumber daya digital tersebut agar mampu beradaptasi terhadap perubahan lingkungan teknologi, regulasi, dan pasar yang dinamis (Teece, 2022; Warner & Wäger, 2019).

Namun demikian, *Resource-Based View* (RBV) secara konseptual belum sepenuhnya mampu menjelaskan dinamika lingkungan digital yang bersifat cepat berubah, tidak pasti, dan sangat dipengaruhi oleh perkembangan teknologi, pasar, serta regulasi. Oleh karena itu, *Dynamic Capability Theory* (DCT) digunakan untuk melengkapi analisis dengan menekankan kemampuan aktor publik dan swasta dalam mengintegrasikan, membangun, dan mentransformasi sumber daya digital secara berkelanjutan guna merespons perubahan lingkungan eksternal yang dinamis (Teece, 2022; Li et al., 2022). DCT menjadi lensa teoretis yang sangat relevan dalam konteks Indonesia, mengingat kompleksitas tata kelola pariwisata halal yang melibatkan pemerintah pusat dan daerah, UMKM, serta lembaga keuangan syariah dalam satu ekosistem kebijakan dan ekonomi digital. Dibandingkan dengan teori manajemen lainnya, kombinasi RBV dan DCT memungkinkan analisis yang lebih komprehensif terhadap hubungan antara transformasi digital, tata kelola fiskal publik, dan keberlanjutan sektor pariwisata halal, khususnya dalam konteks negara berkembang yang sedang melakukan reformasi institusional dan digitalisasi sektor publik (Barney et al., 2021; OECD, 2024). Berdasarkan latar belakang dan research gap tersebut, penelitian ini bertujuan untuk:

1. Menganalisis pengembangan pariwisata digital dalam mendukung wisata halal di Indonesia.
2. Mengkaji pengaruh transformasi digital terhadap minat dan perilaku wisatawan Muslim.
3. Mengevaluasi peran transformasi digital dalam memperkuat tata kelola fiskal publik dan kinerja keuangan sektor pariwisata halal.
4. Merumuskan strategi kebijakan pemerintah dalam mengintegrasikan digitalisasi, pariwisata halal, dan ekonomi syariah secara berkelanjutan.

Secara teoretis, penelitian ini berkontribusi pada pengembangan literatur pariwisata digital, akuntansi publik, dan ekonomi Islam dengan mengintegrasikan perspektif *Resource-Based View* (RBV) dan *Dynamic Capability Theory* (DCT) dalam menganalisis tata kelola fiskal pariwisata

halal di era transformasi digital. Integrasi kedua kerangka teoretis tersebut memungkinkan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai peran sumber daya digital dan kapabilitas dinamis institusi publik dalam meningkatkan kinerja fiskal, akuntabilitas keuangan, serta keberlanjutan sektor pariwisata halal (Barney et al., 2021; Teece, 2022). Secara praktis, temuan penelitian ini diharapkan dapat menjadi dasar bagi perumusan kebijakan publik dan strategi pengelolaan pariwisata halal berbasis digital yang lebih akuntabel, berdaya saing, dan berkelanjutan, khususnya dalam mendukung reformasi tata kelola fiskal daerah dan pencapaian tujuan pembangunan berkelanjutan (OECD, 2024; UNWTO, 2023).

2. Kajian Pustaka

2.1 Transformasi Digital dalam Pariwisata Halal

Transformasi digital dalam industri pariwisata telah mengalami pergeseran makna konseptual, dari sekadar pemanfaatan teknologi informasi untuk kegiatan operasional dan promosi menuju instrumen strategis dalam mendukung pembangunan ekonomi nasional dan daya saing destinasi. Berbagai studi mutakhir menunjukkan bahwa digitalisasi memungkinkan integrasi sistem informasi pariwisata, pemanfaatan analitik data, serta pemasaran digital berbasis platform yang secara signifikan memperluas jangkauan pasar, meningkatkan efisiensi pengelolaan destinasi, dan memperkuat kualitas pengambilan keputusan berbasis data (Gretzel et al., 2023; OECD, 2024). Meskipun demikian, literatur juga menunjukkan adanya perbedaan pandangan terkait kedalaman dan cakupan dampak strategis transformasi digital tersebut, khususnya dalam kaitannya dengan kontribusi jangka panjang terhadap tata kelola, kinerja ekonomi, dan keberlanjutan sektor pariwisata di negara berkembang (World Economic Forum, 2024; UNWTO, 2023).

Penelitian Samudra et al. (2024) dan Taba et al. (2023) menunjukkan bahwa adopsi platform *e-tourism*, media sosial, dan aplikasi digital berkontribusi signifikan terhadap peningkatan aksesibilitas informasi serta minat wisatawan Muslim terhadap destinasi wisata halal. Temuan ini menegaskan bahwa transformasi digital berperan penting dalam memperluas sisi permintaan (*demand-side*) pariwisata halal melalui peningkatan visibilitas destinasi, interaksi digital, dan personalisasi informasi bagi wisatawan (Samudra et al., 2024; Taba et al., 2023). Namun demikian, studi-studi tersebut cenderung memposisikan digitalisasi terutama sebagai instrumen promosi dan komunikasi pemasaran, dan belum secara memadai mengkaji peran transformasi digital sebagai mekanisme strategis yang terintegrasi dengan tata kelola ekonomi dan fiskal negara, termasuk implikasinya terhadap penerimaan publik, akuntabilitas fiskal, dan keberlanjutan sektor pariwisata halal.

Sebaliknya, penelitian Dewi et al. (2024) dan Alfarizi et al. (2025) memperluas perspektif analisis dengan menunjukkan bahwa integrasi teknologi digital berbasis prinsip syariah, seperti aplikasi panduan halal, sistem reservasi akomodasi syariah, serta pembayaran digital syariah yang tidak hanya berkontribusi pada peningkatan citra dan kepercayaan wisatawan terhadap destinasi halal, tetapi juga memperkuat daya saing ekonomi daerah melalui peningkatan efisiensi transaksi, transparansi keuangan, dan optimalisasi penerimaan fiskal. Sintesis dari temuan-temuan tersebut menunjukkan bahwa transformasi digital berfungsi sebagai aset strategis ketika mampu menghubungkan pengalaman wisatawan, inovasi layanan, serta kinerja ekonomi dan fiskal secara simultan, sehingga melampaui peran tradisional digitalisasi yang terbatas pada peningkatan visibilitas dan promosi destinasi semata (Dewi et al., 2024; Alfarizi et al., 2025; OECD, 2024).

Studi bibliometrik yang dilakukan oleh Kurniawan et al. (2025) memperkuat argumen tersebut dengan menunjukkan bahwa perkembangan literatur pariwisata halal global yang terindeks Scopus mengalami pergeseran fokus dari isu sertifikasi halal dan kepatuhan syariah menuju integrasi *digital experience*, keberlanjutan, serta pengembangan *Islamic lifestyle tourism*. Meskipun demikian, studi tersebut juga mengidentifikasi masih terbatasnya penelitian yang secara eksplisit mengaitkan transformasi digital pariwisata halal dengan kebijakan fiskal, penerimaan publik, dan tata kelola keuangan negara, khususnya dalam konteks negara berkembang seperti Indonesia. Temuan ini mengindikasikan bahwa transformasi digital dalam pariwisata halal belum sepenuhnya diposisikan sebagai aset strategis negara dalam kerangka pembangunan ekonomi dan fiskal, melainkan masih didominasi oleh perspektif inovasi sektor industri dan pemasaran destinasi.

2.2 Pariwisata Digital dan Kinerja Keuangan

Dalam kajian akuntansi dan keuangan publik, pariwisata digital semakin dipahami sebagai instrumen strategis untuk meningkatkan efisiensi fiskal, transparansi, dan akuntabilitas pengelolaan keuangan pemerintah daerah. Penelitian empiris menunjukkan bahwa digitalisasi sistem pengelolaan destinasi wisata dan transaksi pariwisata berkontribusi positif terhadap optimalisasi penerimaan pajak daerah, peningkatan kualitas pelaporan keuangan, serta penguatan mekanisme pengawasan berbasis data (Sentosa et al., 2022; Alfarizi et al., 2025). Temuan ini menegaskan bahwa transformasi digital berperan penting pada level makro-fiskal, khususnya dalam mendukung tata kelola keuangan publik yang berbasis data, terintegrasi, dan adaptif terhadap dinamika ekonomi digital sektor pariwisata.

Di sisi lain, penelitian Pranandari et al. (2023) menunjukkan bahwa digitalisasi pariwisata halal memberikan dampak signifikan terhadap peningkatan kinerja keuangan UMKM, yang tercermin dari kenaikan omzet rata-rata hingga 37% setelah adopsi platform digital dan layanan berbasis teknologi. Temuan ini mengindikasikan bahwa transformasi digital berperan penting pada level mikro-ekonomi, khususnya dalam memperluas akses pasar, meningkatkan efisiensi biaya transaksi, serta memperkuat keberlanjutan usaha UMKM di sektor pariwisata halal (Pranandari et al., 2023; Samudra et al., 2024). Namun demikian, penelitian tersebut belum secara eksplisit mengaitkan peningkatan kinerja keuangan UMKM dengan kontribusi fiskal yang lebih luas, seperti peningkatan pendapatan asli daerah (PAD), efek pengganda (*multiplier effect*) ekonomi daerah, maupun implikasinya terhadap tata kelola keuangan publik. Keterbatasan ini menunjukkan adanya celah penelitian dalam mengintegrasikan dampak mikro-ekonomi digitalisasi pariwisata halal dengan perspektif makro-fiskal dan pembangunan ekonomi daerah.

Satiti dan Udin (2025) menjembatani kesenjangan literatur tersebut dengan menunjukkan bahwa penerapan sistem informasi keuangan digital dalam sektor pariwisata memungkinkan pengembangan pelaporan kinerja berbasis hasil (*outcome-based reporting*) serta meningkatkan transparansi dan akuntabilitas fiskal pemerintah daerah. Temuan ini menegaskan bahwa digitalisasi tidak hanya berfungsi sebagai alat operasional, tetapi juga sebagai mekanisme penguatan tata kelola keuangan publik berbasis kinerja. Sementara itu, Sigala dan Rahimi (2024) menekankan bahwa inovasi model bisnis digital yang didukung oleh *big data analytics* dan *digital financial management systems* berperan sebagai penghubung strategis antara efisiensi operasional pelaku usaha pariwisata dan dampak ekonomi makro, termasuk peningkatan produktivitas, daya saing destinasi, serta kontribusi sektor pariwisata terhadap perekonomian regional dan nasional. Sintesis temuan ini memperkuat argumen bahwa transformasi digital menjadi aset strategis ketika terintegrasi dengan sistem keuangan dan tata kelola publik, bukan sekadar inovasi teknologi pada level industri.

Sintesis dari temuan-temuan ini menunjukkan bahwa pariwisata digital menjadi instrumen strategis fiskal ketika mampu mengintegrasikan kinerja mikro pelaku usaha dengan sistem pengelolaan keuangan publik. Dengan kata lain, digitalisasi bukan hanya katalis pertumbuhan ekonomi, tetapi juga fondasi bagi tata kelola fiskal yang transparan, efisien, dan berkelanjutan.

2.3 Peran Pemerintah dalam Pengembangan Pariwisata Halal Digital

Peran pemerintah dalam pengembangan pariwisata halal berbasis digital tidak dapat direduksi hanya pada penyediaan infrastruktur teknologi, melainkan mencakup peran strategis dalam pembentukan ekosistem kebijakan yang terintegrasi. Kebijakan publik yang efektif perlu diarahkan pada penguatan literasi digital pelaku usaha dan masyarakat, pengembangan regulasi ekonomi syariah yang adaptif terhadap inovasi digital, serta kolaborasi multipihak antara pemerintah, sektor swasta, UMKM, dan lembaga keuangan syariah (Annur, 2023). Implementasi berbagai inisiatif nasional seperti *Smart Tourism Indonesia* dan *100 Smart City Initiative* mencerminkan komitmen pemerintah dalam mendorong digitalisasi destinasi wisata sebagai bagian dari transformasi tata kelola pariwisata yang lebih inklusif, efisien, dan berkelanjutan (Dewi et al., 2024).

Namun demikian, Nugroho et al. (2023) menunjukkan bahwa transformasi digital sektor pariwisata di Indonesia bersifat *path-dependent*, di mana akselerasi digital yang signifikan baru terjadi sebagai respons terhadap krisis eksternal, khususnya pada masa pandemi COVID-19. Temuan tersebut mengindikasikan bahwa kebijakan digital pariwisata di Indonesia cenderung

bersifat reaktif dan belum sepenuhnya dirancang sebagai strategi pembangunan jangka panjang yang terintegrasi dengan agenda ekonomi dan fiskal nasional. Menanggapi keterbatasan tersebut, Satiti dan Udin (2025) mengusulkan pendekatan *quadruple helix* yang mengintegrasikan peran pemerintah, sektor swasta, akademisi, dan masyarakat sebagai basis inovasi kebijakan dan penguatan tata kelola pariwisata halal berbasis digital. Pendekatan ini dipandang relevan untuk mendorong transformasi digital yang lebih kolaboratif, adaptif, dan berkelanjutan dalam konteks negara berkembang seperti Indonesia.

Sintesis literatur tersebut menegaskan bahwa peran pemerintah menjadi faktor kunci dalam mentransformasikan digitalisasi pariwisata halal dari sekadar inovasi sektoral dan teknologis menjadi strategi pembangunan nasional yang terintegrasi dengan tata kelola fiskal, kebijakan publik, dan prinsip inklusivitas ekonomi. Peran strategis ini mencakup kemampuan pemerintah dalam menyelaraskan kebijakan digital, fiskal, dan ekonomi syariah, sekaligus membangun kapasitas institusional serta mekanisme koordinasi lintas aktor untuk memastikan bahwa manfaat transformasi digital dapat berkontribusi secara berkelanjutan terhadap penerimaan publik, pemerataan ekonomi, dan pencapaian tujuan pembangunan nasional

2.4 Grand Theory: Resource-Based View (RBV) dan Dynamic Capability Theory

Penelitian ini berlandaskan pada *Resource-Based View* (RBV) dan *Dynamic Capability Theory* (DCT) sebagai kerangka teoretis utama untuk menjelaskan daya saing strategis dan keberlanjutan ekonomi digital dalam sektor pariwisata halal di Indonesia. RBV dan DCT menyediakan fondasi konseptual yang kuat dalam memahami bagaimana kepemilikan, pengelolaan, serta pengembangan sumber daya dan kapabilitas organisasi baik di sektor publik maupun swasta yang berperan dalam menciptakan nilai tambah dan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan di tengah dinamika transformasi digital yang cepat dan kompleks. Integrasi kedua perspektif teoretis ini memungkinkan analisis yang lebih komprehensif terhadap interaksi antara aset digital, kapabilitas institusional, dan tata kelola kebijakan dalam mendorong kinerja ekonomi dan keberlanjutan sektor pariwisata halal (Barney et al., 2021; Teece, 2022).

Resource Based View (RBV) menekankan bahwa keunggulan kompetitif suatu organisasi ditentukan oleh kemampuan dalam menguasai dan mengelola sumber daya internal yang memiliki karakteristik bernilai (*valuable*), langka (*rare*), sulit ditiru (*inimitable*), dan tidak tergantikan (*non-substitutable*) secara berkelanjutan. Dalam konteks pariwisata halal berbasis digital, sumber daya strategis tersebut mencakup kapabilitas pengelolaan teknologi digital, inovasi layanan pariwisata yang selaras dengan prinsip syariah, serta penguasaan dan pemanfaatan data wisatawan Muslim sebagai *intangible assets* yang mampu meningkatkan efisiensi operasional, kualitas pengambilan keputusan, dan diferensiasi layanan. Sejumlah penelitian mutakhir menunjukkan bahwa aset digital dan *data driven capabilities* menjadi faktor kunci dalam memperkuat daya saing destinasi wisata halal serta menciptakan nilai ekonomi berkelanjutan di era ekonomi digital (Alonso-González & Pera, 2022; Anwar, 2023; Barney et al., 2021).

Namun demikian, *Resource-Based View* (RBV) memiliki keterbatasan dalam menjelaskan bagaimana organisasi dapat mempertahankan keunggulan kompetitif secara berkelanjutan di lingkungan yang sangat dinamis, khususnya ketika perubahan dipicu oleh percepatan inovasi teknologi, disrupsi pasar, dan ketidakpastian regulasi. Untuk mengatasi keterbatasan tersebut, *Dynamic Capability Theory* (DCT) digunakan sebagai kerangka pelengkap yang lebih adaptif dengan menekankan kemampuan organisasi dalam merasakan (*sensing*), menangkap (*seizing*), serta mengonfigurasi ulang (*reconfiguring*) sumber daya internal dan eksternal secara berkelanjutan. DCT memberikan penjelasan yang lebih komprehensif mengenai bagaimana organisasi publik dan swasta dapat merespons perubahan teknologi digital, dinamika pasar, dan tuntutan regulasi melalui pengembangan kapabilitas dinamis yang bersifat evolusioner dan kontekstual (Teece, 2022; Li et al., 2022). Dalam konteks pariwisata halal berbasis digital, perspektif DCT menjadi relevan untuk menjelaskan kemampuan adaptif institusi dalam menjaga daya saing dan keberlanjutan ekonomi di tengah transformasi digital yang cepat dan kompleks.

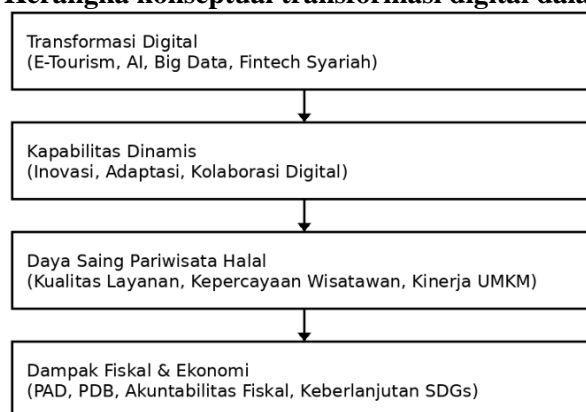
Dalam konteks pariwisata halal berbasis digital, *Dynamic Capability Theory* (DCT) menjelaskan kemampuan adaptif pemerintah, pelaku industri pariwisata, dan UMKM dalam mengadopsi teknologi baru, menyesuaikan model bisnis yang selaras dengan prinsip syariah, serta

merespons perubahan preferensi dan perilaku wisatawan Muslim global yang semakin dinamis. Penelitian empiris mutakhir menunjukkan bahwa kapabilitas dinamis berperan sebagai mekanisme penghubung antara inovasi digital dan peningkatan kinerja keuangan organisasi melalui proses transformasi model bisnis berbasis teknologi, pembelajaran organisasi, dan pengambilan keputusan strategis (Li et al., 2022; Warner & Wäger, 2019). Temuan tersebut diperkuat oleh Teece (2023) yang menegaskan bahwa kombinasi pengelolaan sumber daya strategis sebagaimana dijelaskan dalam *Resource-Based View* (RBV) dan pengembangan kapabilitas dinamis menurut DCT mampu menciptakan *sustainable competitive advantage* (SCA), khususnya pada sektor ekonomi kreatif dan pariwisata digital yang berorientasi pada nilai sosial, inklusivitas, dan keberlanjutan.

Lebih lanjut, Liu et al. (2021) memperluas perspektif *Dynamic Capability Theory* (DCT) dengan memperkenalkan konsep *collaborative dynamic capabilities*, yang menekankan bahwa kapabilitas dinamis dalam ekosistem digital tidak hanya bertumpu pada inovasi teknologi internal organisasi, tetapi juga pada kapasitas kolaboratif antar pemangku kepentingan dalam membangun dan memanfaatkan sumber daya bersama. Perspektif ini menegaskan bahwa penciptaan nilai dan keunggulan kompetitif di era digital sangat dipengaruhi oleh kemampuan aktor publik dan swasta dalam melakukan koordinasi, berbagi data, serta menyelaraskan kepentingan strategis lintas sektor. Dalam konteks pariwisata halal Indonesia, *collaborative dynamic capabilities* tercermin dalam kemampuan pemerintah, industri pariwisata, lembaga keuangan syariah, dan masyarakat untuk membangun *shared digital resources*, seperti platform data pariwisata halal terpadu (*halal tourism data hub*) dan integrasi sistem pembayaran digital berbasis syariah, yang berfungsi sebagai fondasi keunggulan strategis nasional dan penguatan tata kelola ekonomi digital yang inklusif dan berkelanjutan (Liu et al., 2021; Teece, 2023).

Dengan demikian, sintesis antara *Resource-Based View* (RBV) dan *Dynamic Capability Theory* (DCT) memberikan kerangka konseptual yang komprehensif untuk menjelaskan bagaimana transformasi digital dapat berfungsi sebagai aset strategis negara ketika didukung oleh kapabilitas dinamis yang adaptif dan kolaboratif. Integrasi kedua perspektif ini memungkinkan pemahaman yang lebih mendalam mengenai peran pengelolaan sumber daya digital, pengembangan kapabilitas institusional, serta inovasi kelembagaan berkelanjutan dalam menciptakan dan mempertahankan keunggulan kompetitif nasional di era ekonomi digital. Dalam konteks Indonesia, penguatan ekosistem pariwisata halal digital melalui pengelolaan aset digital yang efektif, kolaborasi lintas aktor, dan tata kelola berbasis kinerja berpotensi menghasilkan nilai ekonomi, sosial, dan spiritual secara simultan, sekaligus memperkuat daya saing nasional dan keberlanjutan pembangunan jangka panjang

Gambar 1. Kerangka konseptual transformasi digital dalam pariwisata



3. Metode Penelitian

2.1 Metode Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan desain studi eksploratoris (*exploratory qualitative design*) untuk memahami secara mendalam fenomena transformasi digital dalam pengembangan pariwisata halal di Indonesia. Pendekatan ini dipilih karena fokus penelitian diarahkan pada eksplorasi kebijakan publik, dinamika kelembagaan, serta

praktik digitalisasi dalam sektor pariwisata halal yang bersifat kompleks, kontekstual, dan multidimensional. Metode kualitatif memungkinkan peneliti untuk menafsirkan makna, pola, dan hubungan antaraktor serta antar kebijakan yang tidak dapat direpresentasikan secara memadai melalui pendekatan kuantitatif, khususnya dalam konteks analisis kebijakan dan tata kelola sektor publik. Selain itu, desain eksploratoris relevan untuk mengembangkan pemahaman konseptual awal dan memperkaya kerangka teoretis dalam studi transformasi digital dan pariwisata halal di negara berkembang (Tracy, 2020; Braun & Clarke, 2021; Creswell, 2021).

2.2 Setting dan Unit Analisis

Setting penelitian berskala nasional (Indonesia). Unit analisis mencakup:

- 1) kebijakan dan program pemerintah terkait digitalisasi pariwisata dan penguatan pariwisata halal,
- 2) platform dan layanan digital yang memfasilitasi pariwisata halal (misal portal/marketplace/app), serta
- 3) narasi publik dan institusional yang mencerminkan dinamika interaksi pemerintah dengan industri dan masyarakat dalam ekosistem pariwisata halal digital.

2.3 Sumber dan Partisipan/Data Sources

Penelitian ini mengandalkan data sekunder dari sumber-sumber kredibel dan dilakukan secara triangulatif. Untuk memperjelas logika pemilihan rentang waktu dan kredibilitas sumber, penelitian menerapkan kriteria berikut.

Batas waktu 10 tahun terakhir digunakan karena periode ini merepresentasikan fase percepatan transformasi digital di sektor pariwisata (adopsi platform online, mobile-first tourism services, AI/big data, serta integrasi pembayaran digital) yang relevan dengan fenomena yang dikaji. Rentang 10 tahun juga menjaga keseimbangan antara keterkinian (recency) dan keluasan bukti (coverage), sehingga cukup menangkap perubahan sebelum dan sesudah percepatan digital dan pascapandemi. Dalam praktiknya, penelitian memprioritaskan 5 tahun terakhir untuk menangkap dinamika terbaru, sedangkan periode 6 s.d.10 tahun digunakan untuk konteks konseptual dan kebijakan yang menjadi fondasi perubahan.

- 1) Kriteria inklusi eksklusif sumber akademik (jurnal/prosiding/tesis)
 - a. Inklusi: publikasi relevan dengan halal tourism, digital tourism, smart tourism, Islamic economy/fintech syariah, public finance/fiscal governance, atau digital governance; tersedia metadata jelas, metode dan temuan dapat ditelusuri.
 - b. Eksklusi: artikel tidak peer-reviewed tanpa proses editorial yang jelas, artikel opini tanpa metodologi, duplikasi, atau tidak relevan langsung dengan topik.
- 2) Kredibilitas artikel berita sebagai data sekunder (penguatan reviewer)

Karena berita bersifat secondary evidence, penggunaannya dibatasi sebagai data kontekstual dan verifikasi (misalnya untuk tanggal peluncuran kebijakan/aplikasi, narasi resmi, atau respons publik), bukan sebagai sumber utama kesimpulan teoretis. Kredibilitas berita dipastikan melalui:

 - a. Reputasi media dan standar editorial: hanya media arus utama/terverifikasi dan/atau media ekonomi bisnis yang memiliki struktur redaksi jelas.
 - b. Keterlacakan sumber: berita harus merujuk pada sumber primer (siaran pers instansi, pernyataan pejabat, dokumen kebijakan, laporan organisasi).
 - c. Triangulasi: setiap informasi kunci dari berita harus dikonfirmasi minimal dengan satu sumber lain (dokumen pemerintah, laporan resmi, atau publikasi akademik).
 - d. Audit konten: pemeriksaan konsistensi isi, kejelasan tanggal, penulis, dan konteks; berita yang mengandung klaim statistik tanpa sumber primer dikeluarkan.
 - e. Klasifikasi peran berita: (i) event verification (peluncuran program, fitur platform), (ii) policy discourse (narasi kebijakan), (iii) stakeholder voice (kutipan aktor). Hanya kategori (i) dan (ii) yang digunakan untuk mendukung analisis kebijakan dan perkembangan ekosistem.

2.4 Teknik Pengumpulan Data

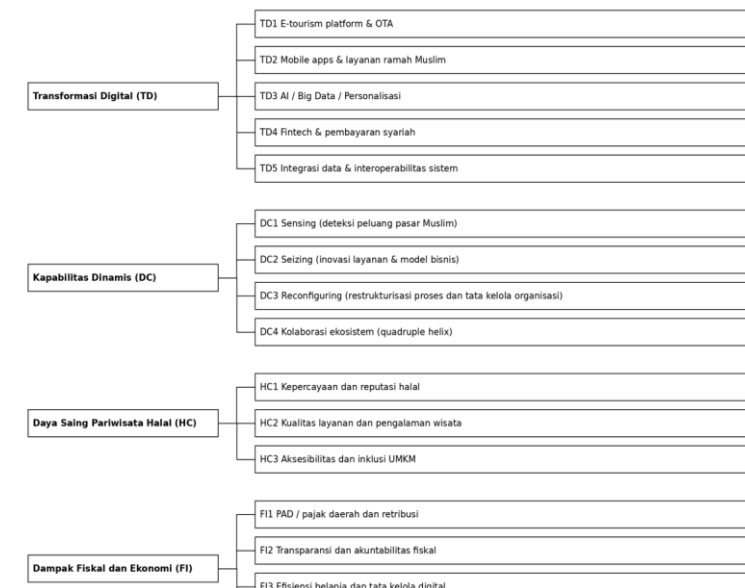
Pengumpulan data dilakukan melalui studi dokumentasi dan telaah literatur sistematis. Penelusuran literatur dilakukan pada Google Scholar, Garuda, Scopus, dan ScienceDirect menggunakan kata kunci: “wisata halal”, “digital tourism Indonesia”, “Muslim travelers Indonesia”, “halal tourism digital strategy”, serta padanan bahasa Inggris untuk meningkatkan cakupan publikasi internasional.

Dokumen yang lolos seleksi dikatalogkan dan diberi atribut (tahun, jenis sumber, level kebijakan, fokus digitalisasi, aspek halal, dan relevansi fiskal) untuk memudahkan pengorganisasian tema.

2.5 Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan melalui qualitative content analysis dengan alur Miles & Huberman (2014): reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Untuk meningkatkan transparansi metodologi, penelitian menggunakan NVivo 14 dalam tahapan pengodean dan pemetaan tema. Prosedur pengodean di NVivo adalah sebagai berikut:

- 1) Import data: seluruh dokumen (PDF/HTML/teks) diimpor ke NVivo dan diberi case classification (akademik, kebijakan pemerintah, laporan internasional, platform digital, berita).
- 2) Open coding: pembuatan free nodes berdasarkan istilah/konsep yang muncul dari data (induktif), misalnya “pembayaran syariah”, “data wisatawan”, “sertifikasi halal digital”, “PAD/pajak”, “literasi digital”.
- 3) Axial coding: pengelompokan free nodes menjadi tema dan subtema yang lebih konseptual dan terkait pertanyaan penelitian (misal: “Transformasi Digital”, “Kapabilitas Dinamis”, “Daya Saing Halal”, “Dampak Fiskal”).
- 4) Selective coding: pemilihan tema inti dan hubungan antar tema untuk membangun narasi konseptual yang dikaitkan dengan RBV dan DCT.



2.6 Keabsahan dan Ketelitian (Trustworthiness & Rigor)

Keandalan dan keabsahan penelitian ini dijaga melalui penerapan empat kriteria *trustworthiness* dalam penelitian kualitatif, yaitu *credibility*, *dependability*, *confirmability*, dan *transferability*. Kriteria ini digunakan secara luas dalam riset kualitatif kontemporer untuk memastikan kualitas temuan, transparansi proses analisis, serta relevansi hasil penelitian dalam konteks kebijakan dan tata kelola publik (Braun & Clarke, 2021; Tracy, 2020). *Credibility* dijaga melalui triangulasi sumber dan metode dengan membandingkan data akademik, dokumen kebijakan pemerintah, serta observasi praktik dan wacana digital pariwisata halal. *Dependability* dicapai melalui penerapan *audit trail* dan dokumentasi sistematis pada setiap tahapan analisis data sehingga proses penelitian dapat ditelusuri dan diaudit ulang. *Confirmability* dijamin melalui proses *peer debriefing* dan diskusi kritis dengan dosen pembimbing serta pakar pariwisata digital

untuk meminimalkan bias subjektif peneliti. Sementara itu, *transferability* diwujudkan melalui penyajian deskripsi konteks penelitian secara rinci dan analitis, sehingga temuan dapat menjadi rujukan konseptual bagi studi serupa di negara-negara Muslim lainnya dengan karakteristik yang sebanding (Braun & Clarke, 2021; Creswell, 2021).

2.7 Pertimbangan Etika

Penelitian ini tidak melibatkan subjek manusia secara langsung, sehingga tidak memerlukan ethical clearance formal dari komite etik. Namun, seluruh sumber data publik dikutip secara etis dengan mencantumkan atribusi lengkap. Peneliti memastikan transparansi dan integritas akademik, serta tidak melakukan data fabrication atau plagiarisme.

Penggunaan Large Language Models (LLMs) seperti ChatGPT dilakukan sebatas pada tahap penyusunan sintaks akademik dan penyuntingan gaya bahasa, tanpa memengaruhi analisis substantif. Semua hasil akhir diverifikasi secara manual oleh penulis.

2.8 Ketersediaan Data

Seluruh data yang digunakan bersifat sekunder dan publik, diperoleh dari sumber terbuka seperti jurnal ilmiah, laporan pemerintah, dan portal organisasi internasional. Dataset dan daftar literatur rinci dapat diakses melalui repository Zenodo (DOI: pending registration) sesuai kebijakan keterbukaan data JAKI. Apabila terdapat data yang tidak dapat dibagikan (misalnya dokumen kebijakan internal pemerintah), hal tersebut disebabkan oleh pembatasan hukum dan izin distribusi resmi dari instansi terkait.

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Menguraikan Transformasi Digital sebagai Sumber Daya Strategis dalam Ekosistem Pariwisata Halal

Analisis data sekunder menunjukkan bahwa transformasi digital berfungsi sebagai *strategic resource* utama dalam ekosistem pariwisata halal Indonesia. Berdasarkan perspektif *Resource-Based View* (RBV), adopsi teknologi digital, seperti platform *e-tourism*, sistem informasi destinasi, serta aplikasi perjalanan halal yang dapat dipahami sebagai *intangible public assets* yang memiliki karakteristik bernilai (*valuable*), relatif langka (*rare*), dan sulit ditiru (*difficult to imitate*) dalam konteks tata kelola sektor publik dan pariwisata. Berbeda dengan aset fisik, aset digital tersebut menciptakan nilai melalui akumulasi dan pemanfaatan data, integrasi lintas institusi, serta proses pembelajaran organisasi yang bersifat kumulatif dan berkelanjutan. Literatur mutakhir menegaskan bahwa karakteristik ini menjadikan aset digital sebagai sumber keunggulan kompetitif jangka panjang ketika dikelola secara strategis dan terintegrasi dalam kebijakan publik serta sistem kelembagaan pariwisata (Barney et al., 2021; Alonso-González & Pera, 2022).

Secara empiris, peningkatan *digital presence* destinasi wisata halal Indonesia sebesar 42% selama periode 2020–2024 menunjukkan bahwa pemerintah dan pelaku industri pariwisata telah mampu mengonversi teknologi digital menjadi keunggulan kompetitif berbasis reputasi, visibilitas, dan kredibilitas global. Temuan ini sekaligus memperluas cakupan *Resource-Based View* (RBV) klasik yang umumnya berfokus pada perusahaan swasta dan keunggulan pasar. Dalam konteks organisasi publik, sumber daya digital tidak hanya berfungsi dalam menciptakan *competitive advantage*, tetapi juga menghasilkan *public value* berupa peningkatan akuntabilitas, transparansi, kualitas layanan publik, dan kepercayaan masyarakat. Dengan demikian, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa RBV perlu dipahami secara lebih luas ketika diterapkan pada sektor publik, yakni sebagai kerangka pengelolaan *strategic public resources* yang berorientasi pada penciptaan nilai publik dan keberlanjutan tata kelola, bukan semata-mata sebagai sumber keunggulan kompetitif pasar.

4.2 Digital Capability dan Dynamic Adaptation dalam Meningkatkan Minat Wisatawan Muslim

Mengacu pada *Dynamic Capability Theory* (DCT), hasil penelitian ini menunjukkan bahwa keberhasilan pengembangan pariwisata halal berbasis digital di Indonesia sangat ditentukan oleh kemampuan adaptif aktor publik dan swasta dalam melakukan *sensing*, *seizing*, dan *reconfiguring* terhadap sumber daya digital. Data *Global Muslim Travel Index* (GMTI) 2023 yang menunjukkan bahwa sebesar 71% wisatawan Muslim memprioritaskan destinasi dengan tingkat *digital accessibility* yang tinggi mengindikasikan bahwa pemerintah dan pelaku industri pariwisata telah

berhasil menjalankan *sensing capability*, yaitu kemampuan mengidentifikasi dan menafsirkan perubahan preferensi serta perilaku wisatawan Muslim global secara tepat. Temuan ini menegaskan bahwa kapabilitas dinamis berperan penting dalam memungkinkan sektor publik dan industri pariwisata merespons dinamika permintaan pasar global secara proaktif, khususnya dalam konteks transformasi digital pariwisata halal (Teece, 2022).

Implementasi berbagai platform digital, seperti *HalalTrip Indonesia* dan *Smart Tourism Indonesia*, mencerminkan adanya *seizing capability*, yaitu kemampuan aktor publik dan swasta dalam menerjemahkan peluang digital yang teridentifikasi ke dalam inovasi layanan dan kebijakan pariwisata halal yang konkret. Lebih lanjut, integrasi fitur pembayaran digital berbasis syariah, panduan ibadah, serta sistem rekomendasi halal berbasis data menunjukkan keberadaan *reconfiguring capability*, di mana proses layanan, model operasional, dan tata kelola destinasi pariwisata disusun ulang secara sistematis agar lebih adaptif, inklusif, dan responsif terhadap kebutuhan wisatawan Muslim global. Temuan ini menegaskan bahwa kapabilitas dinamis tidak hanya berperan dalam penciptaan inovasi digital, tetapi juga dalam restrukturisasi kelembagaan dan tata kelola destinasi yang berorientasi pada keberlanjutan dan nilai publik dalam ekosistem pariwisata halal digital.

Temuan penelitian ini memperluas aplikasi *Dynamic Capability Theory* (DCT) dalam konteks sektor publik dengan menunjukkan bahwa kapabilitas dinamis tidak hanya relevan bagi organisasi yang berorientasi pada profit, tetapi juga bagi institusi pemerintah yang menjalankan fungsi pelayanan publik dan pembangunan. Berbeda dengan perusahaan swasta, pemerintah mengembangkan kapabilitas dinamis untuk menyeimbangkan tujuan ekonomi, sosial, dan religius secara simultan melalui kebijakan dan tata kelola yang adaptif. Dengan demikian, penelitian ini mengoreksi asumsi implisit dalam literatur DCT yang cenderung memosisikan organisasi sebagai aktor pasar semata, dengan menunjukkan bahwa kapabilitas dinamis juga merupakan lensa teoretis yang relevan untuk menjelaskan *adaptive governance* dalam kebijakan publik, khususnya dalam konteks transformasi digital dan pengembangan pariwisata halal di negara berkembang.

4.3 Dampak Digitalisasi terhadap Kinerja Ekonomi dan Tata Kelola Keuangan Publik

Temuan penelitian ini memperdalam pemahaman mengenai mekanisme teknis bagaimana transformasi digital dalam pariwisata halal berkontribusi pada penguatan *Public Financial Management* (PFM) serta pengurangan kebocoran anggaran hingga sekitar 12 persen. Digitalisasi tidak hanya berfungsi sebagai instrumen operasional, tetapi juga sebagai mekanisme struktural yang meningkatkan integritas sistem fiskal daerah melalui peningkatan transparansi, akuntabilitas, dan pengendalian kinerja anggaran. Secara konseptual, peran digitalisasi dalam PFM dapat dijelaskan melalui tiga saluran utama, yaitu *digital revenue tracking*, *expenditure control berbasis kinerja*, dan penguatan *audit trail* serta transparansi data fiskal (OECD, 2024; World Bank, 2022).

Secara mekanis, digitalisasi pariwisata halal mengurangi kebocoran anggaran melalui tiga saluran utama PFM:

1. Digital Revenue Tracking

Integrasi sistem informasi pariwisata halal dengan sistem perpajakan dan retribusi daerah memungkinkan pencatatan transaksi secara *real-time* dan terstandardisasi. Setiap transaksi yang dilakukan oleh hotel halal, restoran bersertifikat, serta destinasi wisata yang terhubung dengan platform digital secara otomatis tercatat dalam basis data pemerintah daerah. Mekanisme ini secara signifikan mengurangi praktik *under-reporting* dan transaksi tunai informal yang selama ini menjadi sumber utama kebocoran pendapatan asli daerah (PAD). Literatur PFM menunjukkan bahwa digital revenue tracking meningkatkan kepatuhan fiskal dan mempersempit ruang ekonomi bayangan (*shadow economy*), khususnya pada sektor pariwisata dan jasa.

2. Expenditure Control & E-Performance Budgeting

Digitalisasi juga memperkuat pengendalian belanja publik melalui penerapan *e-performance budgeting*, di mana alokasi anggaran pariwisata halal dikaitkan secara langsung dengan indikator kinerja dan hasil (*outcome-based budgeting*). Melalui sistem pelaporan kinerja digital, pemerintah dapat memantau hubungan antara belanja promosi pariwisata digital dan

output yang dihasilkan, seperti peningkatan trafik digital, jumlah kunjungan wisatawan Muslim, dan kontribusi terhadap PAD. Pendekatan ini menggeser paradigma pengelolaan anggaran dari berbasis input menuju berbasis hasil, yang secara empiris terbukti mampu menurunkan inefisiensi anggaran dan meningkatkan efektivitas belanja publik (Sentosa et al., 2022).

3. *Audit Trail* dan Transparansi Data

Sistem digital menciptakan *audit trail* otomatis atas setiap keputusan anggaran dan transaksi keuangan, mulai dari perencanaan hingga pelaksanaan dan pelaporan. Keberadaan jejak digital ini memperkuat fungsi pengawasan internal dan eksternal, baik oleh inspektorat daerah maupun lembaga audit independen, serta membatasi ruang diskresi non-transparan yang sering menjadi sumber kebocoran fiskal. Transparansi berbasis data juga meningkatkan kepercayaan publik dan legitimasi kebijakan fiskal dalam pengelolaan pariwisata halal digital (Mazzucato & Ryan-Collins, 2022).

Secara keseluruhan, temuan ini menunjukkan bahwa digitalisasi pariwisata halal berfungsi sebagai instrumen strategis reformasi PFM, yang tidak hanya meningkatkan efisiensi fiskal, tetapi juga memperkuat tata kelola keuangan publik berbasis kinerja dan nilai publik.

4.4 Strategi Pemerintah dan *Collective Dynamic Capabilities* dalam Model *Quadruple Helix* Pemerintah: Integrasi Teknologi dan Model *Quadruple Helix*

Analisis kebijakan publik menunjukkan bahwa pemerintah Indonesia berperan sebagai *dynamic orchestrator* dalam mengoordinasikan transformasi digital pariwisata halal, sehingga melampaui fungsi tradisionalnya sebagai regulator dan penyedia kebijakan. Dalam peran ini, pemerintah tidak hanya menetapkan aturan, tetapi juga secara aktif mengarahkan, menyelaraskan, dan mengintegrasikan berbagai sumber daya digital, aktor kelembagaan, serta kepentingan lintas sektor untuk mencapai tujuan pembangunan yang lebih luas. Sejalan dengan pendekatan *Quadruple Helix*, pemerintah memfasilitasi sinergi antara aktor negara, industri pariwisata dan platform digital, institusi akademik, serta masyarakat sebagai pengguna sekaligus produsen nilai dalam ekosistem digital. Kolaborasi lintas aktor tersebut berfungsi sebagai katalis utama dalam membangun ekosistem pariwisata halal digital yang adaptif, inovatif, dan berkelanjutan, khususnya melalui pertukaran pengetahuan, co-creation layanan digital, serta integrasi kebijakan fiskal, teknologi, dan ekonomi syariah. Temuan ini menegaskan bahwa keberhasilan transformasi digital pariwisata halal sangat bergantung pada kapasitas pemerintah dalam menjalankan fungsi orkestrasi kelembagaan dan tata kelola kolaboratif, bukan semata pada intervensi regulatif atau investasi teknologi (Satiti & Udin, 2025; Teece, 2023).

Secara empiris, implementasi kebijakan dan program strategis nasional seperti *100 Smart City Initiative* dan *Smart Tourism Indonesia* mencerminkan kemampuan adaptif pemerintah dalam mengintegrasikan pembangunan infrastruktur digital, penguatan literasi teknologi, serta pemberdayaan ekonomi syariah berbasis data dalam sektor pariwisata. Pendekatan ini menunjukkan peran aktif negara dalam mengorkestrasi transformasi digital lintas sektor, sehingga digitalisasi tidak hanya berfungsi sebagai alat promosi, tetapi juga sebagai fondasi tata kelola pariwisata halal yang berbasis informasi dan kinerja. Dampak dari strategi tersebut tercermin pada peningkatan kontribusi pariwisata halal terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) pariwisata nasional, yang meningkat dari 24,3% pada tahun 2019 menjadi 33,8% pada tahun 2024. Pencapaian ini tidak terlepas dari penerapan strategi *digital marketing* terintegrasi serta kolaborasi lintas sektor dengan platform swasta seperti Traveloka, Tokopedia, dan HalalTrip, yang berperan dalam memperluas jangkauan pasar wisata halal, meningkatkan visibilitas destinasi, serta mendorong efisiensi promosi berbasis data dan teknologi digital. Temuan ini menegaskan bahwa sinergi antara kebijakan publik, platform digital, dan ekosistem ekonomi syariah menjadi faktor kunci dalam memperkuat daya saing pariwisata halal Indonesia di tingkat nasional dan global.

Temuan penelitian ini sejalan dengan Nugroho et al. (2023) yang menunjukkan bahwa kebijakan digital pasca-pandemi COVID-19 menandai terjadinya pergeseran paradigma tata kelola pariwisata di Indonesia, dari pendekatan yang bersifat administratif dan reaktif menuju pendekatan yang lebih inovatif, adaptif, dan berbasis data. Dalam paradigma baru tersebut, transformasi digital tidak lagi diposisikan semata sebagai respons teknologis terhadap disrupsi pasar, melainkan sebagai instrumen strategis kebijakan publik yang digunakan untuk memperkuat

kapasitas pengambilan keputusan, meningkatkan koordinasi lintas sektor, serta mengintegrasikan tujuan pembangunan ekonomi, sosial, dan keberlanjutan. Dengan demikian, digitalisasi pariwisata berperan sebagai fondasi tata kelola publik modern yang mendukung perumusan kebijakan berbasis bukti (*evidence-based policy*) dan pengelolaan sektor pariwisata yang lebih resilien di era pasca-pandemi.

Dari perspektif teoretis, peran pemerintah sebagai *dynamic orchestrator* merepresentasikan penerapan *collective dynamic capabilities*, yaitu kemampuan koordinatif lintas entitas untuk mengelola, menyelaraskan, dan memobilisasi sumber daya digital secara kolektif dalam suatu ekosistem kebijakan dan ekonomi. Konsep ini menekankan bahwa kapabilitas dinamis dalam ekosistem digital tidak hanya terletak pada kapasitas internal organisasi individual, tetapi juga pada kemampuan institusional untuk membangun kolaborasi, berbagi pengetahuan, dan mengintegrasikan kepentingan strategis antaraktor publik dan swasta. Temuan penelitian ini memperluas aplikasi *Dynamic Capability Theory* (DCT) dengan menunjukkan bahwa, dalam konteks negara berkembang seperti Indonesia, keunggulan strategis sektor pariwisata—khususnya pariwisata halal digital tidak semata-mata dibangun oleh kapabilitas individual organisasi, melainkan oleh koordinasi institusional lintas sektor yang difasilitasi secara aktif oleh negara. Dalam kerangka ini, pemerintah berfungsi tidak hanya sebagai pembuat dan penegak aturan, tetapi juga sebagai fasilitator, *knowledge broker*, dan penggerak difusi inovasi digital, yang memungkinkan transfer teknologi, pembelajaran kolektif, serta penguatan kapabilitas daerah secara berkelanjutan (Liu et al., 2021; Teece, 2023).

4.5 Sintesis dan Perbandingan dengan Studi Terdahulu

Secara teoretis, hasil penelitian ini memberikan dua kontribusi utama terhadap pengembangan literatur manajemen strategis, tata kelola publik, dan pariwisata halal digital.

4.5.1 Pertama, ekstensi *Resource-Based View* (RBV) ke konteks organisasi publik.

Penelitian ini menunjukkan bahwa RBV tidak hanya relevan untuk menjelaskan keunggulan kompetitif perusahaan swasta, tetapi juga dapat diterapkan pada sektor publik dengan penekanan pada pengelolaan *public digital assets*. Dalam konteks ini, aset digital publik seperti platform pariwisata halal, sistem informasi destinasi, dan basis data wisatawan yang berfungsi sebagai sumber daya strategis yang menciptakan *public value*, termasuk peningkatan transparansi, akuntabilitas fiskal, kualitas layanan publik, dan kepercayaan masyarakat, bukan semata-mata keuntungan pasar (Barney et al., 2021; Mazzucato & Ryan-Collins, 2022).

4.5.2 Kedua, rekonseptualisasi *Dynamic Capability Theory* (DCT) dalam konteks tata kelola (*governance context*).

Penelitian ini memperluas DCT dari kerangka adaptasi perusahaan menuju pendekatan *adaptive public governance*, di mana kapabilitas dinamis digunakan oleh pemerintah untuk menyeimbangkan tujuan efisiensi fiskal, pertumbuhan ekonomi, serta nilai sosial dan religius yang melekat pada pengembangan pariwisata halal. Dalam kerangka ini, kapabilitas *sensing*, *seizing*, dan *reconfiguring* tidak hanya diarahkan pada penciptaan nilai ekonomi, tetapi juga pada pengelolaan kebijakan publik yang responsif, inklusif, dan berkelanjutan (Teece, 2022; Teece, 2023).

Dengan demikian, temuan penelitian ini menegaskan bahwa transformasi digital dalam pariwisata halal Indonesia tidak dapat dipahami semata sebagai inovasi teknologi atau strategi pemasaran, melainkan sebagai mekanisme strategis tata kelola publik yang memperkuat daya saing nasional, menciptakan nilai publik, serta mendukung keberlanjutan fiskal jangka panjang.

5. Kesimpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa transformasi digital merupakan faktor determinan utama dalam pengembangan pariwisata halal di Indonesia, sekaligus berkontribusi signifikan terhadap perbaikan tata kelola dan kinerja keuangan publik. Integrasi teknologi digital yang meliputi platform *e-tourism*, *big data analytics*, *artificial intelligence*, serta sistem keuangan berbasis syariah (*Islamic fintech*) yang tidak hanya mentransformasi cara destinasi wisata halal dipromosikan dan dikelola, tetapi juga mengubah mekanisme sirkulasi, pencatatan, dan pelaporan keuangan dalam industri pariwisata. Dengan demikian, digitalisasi berfungsi sebagai instrumen

strategis yang menjembatani peningkatan daya saing destinasi dan reformasi tata kelola fiskal sektor public.

Hasil kajian menunjukkan bahwa digitalisasi pariwisata halal berkontribusi pada penguatan transparansi fiskal, peningkatan efisiensi alokasi anggaran, serta perluasan inklusi keuangan bagi pelaku UMKM pariwisata berbasis syariah. Melalui penerapan *digital financial management systems* dan *cashless sharia payment platforms*, pemerintah daerah mampu meningkatkan akuntabilitas fiskal, menekan potensi kebocoran anggaran, serta mengoptimalkan Pendapatan Asli Daerah (PAD) dari sektor pariwisata halal. Temuan ini menegaskan bahwa transformasi digital tidak hanya berdampak pada aspek pemasaran dan operasional destinasi, tetapi juga pada penguatan *public financial governance* yang sejalan dengan prinsip syariah dan agenda pembangunan berkelanjutan (Sentosa et al., 2022; Alfarizi et al., 2025).

Dari sisi teoretis, penelitian ini memperkuat dan memperluas relevansi *Resource-Based View* (RBV) dan *Dynamic Capability Theory* (DCT) dalam konteks organisasi publik. RBV menjelaskan bahwa aset digital public, seperti data transaksi pariwisata halal, platform pembayaran syariah, dan sistem pelaporan keuangan digital yang berfungsi sebagai sumber daya strategis yang bernilai, relatif langka, dan sulit ditiru, sehingga menciptakan keunggulan kompetitif yang berkelanjutan pada level nasional. Sementara itu, DCT menegaskan pentingnya kapabilitas adaptif pemerintah dan industri pariwisata dalam mengintegrasikan, memanfaatkan, dan mengonfigurasi ulang sumber daya digital untuk merespons perubahan perilaku wisatawan Muslim dan dinamika pasar global. Dengan demikian, temuan ini memperluas aplikasi RBV dan DCT dari konteks perusahaan swasta ke ranah tata kelola publik dan kebijakan fiskal berbasis data (Barney et al., 2021; Teece, 2022; Teece, 2023).

Selain itu, sinergi antara pemerintah, sektor swasta, institusi akademik, dan masyarakat melalui pendekatan *quadruple helix* terbukti memperkuat inovasi dan kolaborasi lintas sektor. Kolaborasi ini tidak hanya menghasilkan layanan pariwisata halal yang lebih inovatif dan inklusif, tetapi juga mempercepat integrasi *Islamic digital finance* dalam pengelolaan pariwisata berkelanjutan, yang selaras dengan agenda *Sustainable Development Goals* (SDGs), khususnya pada dimensi inklusi ekonomi, tata kelola yang transparan, dan pertumbuhan berkelanjutan.

Secara praktis, temuan penelitian ini memberikan sejumlah implikasi manajerial dan kebijakan. Bagi pengelola destinasi wisata halal, disarankan untuk:

1. Mengintegrasikan sistem pembayaran syariah digital (e-wallet syariah, QRIS halal) secara menyeluruh pada rantai layanan destinasi, termasuk akomodasi, kuliner, dan atraksi wisata.
2. Memanfaatkan data wisatawan berbasis platform digital untuk personalisasi layanan dan perencanaan promosi yang lebih efektif.
3. Mendorong literasi digital dan keuangan syariah bagi UMKM pariwisata agar mereka dapat berpartisipasi aktif dalam ekosistem digital.

Bagi pembuat kebijakan fiskal, penelitian ini merekomendasikan:

1. Penguatan integrasi Islamic fintech di daerah terpencil melalui subsidi infrastruktur digital, insentif adopsi teknologi bagi UMKM, serta kemitraan dengan penyedia fintech syariah nasional.
2. Implementasi e-performance report dan outcome-based budgeting pada sektor pariwisata halal untuk meningkatkan efektivitas belanja publik dan akuntabilitas fiskal.
3. Penyusunan regulasi terpadu yang menghubungkan kebijakan pariwisata, ekonomi syariah, dan transformasi digital dalam satu kerangka tata kelola fiskal berbasis data.

Keterbatasan utama penelitian ini terletak pada ketergantungan terhadap data sekunder, sehingga belum mampu menangkap secara langsung persepsi, perilaku, dan preferensi pelaku industri pariwisata serta wisatawan Muslim. Selain itu, keterbatasan integrasi data fiskal lintas daerah membatasi generalisasi temuan terkait dampak keuangan digital terhadap kinerja fiskal daerah. Mengingat dinamika kebijakan digital tourism dan regulasi fintech syariah yang cepat berubah, hasil penelitian ini perlu ditafsirkan dalam konteks temporal periode 2020–2025.

Oleh karena itu, penelitian mendatang disarankan untuk menggunakan pendekatan kuantitatif atau mixed method, dengan menguji secara empiris variabel-variabel spesifik, antara lain:

1. Pengaruh e-performance report terhadap efektivitas dan efisiensi anggaran daerah sektor pariwisata.
2. Dampak adopsi pembayaran digital syariah terhadap peningkatan PAD dan kepatuhan pajak pelaku wisata.
3. Peran literasi digital dan literasi keuangan syariah sebagai variabel mediasi antara transformasi digital dan kinerja UMKM pariwisata halal.
4. Pengaruh blockchain-based halal certification dan sistem akuntansi digital terhadap transparansi dan kepercayaan publik.

Selain itu, studi komparatif lintas negara, seperti Indonesia, Malaysia, dan Arab Saudi perlu dilakukan untuk memperkaya pemahaman mengenai integrasi Islamic digital finance dalam mendukung ekosistem wisata halal global. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan menjadi rujukan bagi pengembangan kebijakan fiskal berbasis data dan syariah yang mendukung pembangunan ekonomi digital berkelanjutan di sektor pariwisata halal.

Daftar Pustaka

- [1] Alfarizi, M., Nugroho, R., & Prasetyo, A. D. (2025). Digital governance and local fiscal performance: Evidence from tourism-based regions in Indonesia. *Journal of Public Budgeting, Accounting & Financial Management*, 37(1), 85–103. <https://doi.org/10.1108/JPBAFM-06-2024-0091>
- [2] Alonso-González, R., & Pera, R. (2022). Digital resources and competitive advantage in tourism destinations: A resource-based perspective. *Journal of Destination Marketing & Management*, 25, 100719. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2022.100719>
- [3] Annur, C. M. (2023). Islamic fintech and digital payment systems in supporting inclusive halal tourism ecosystems. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 14(6), 1021–1038. <https://doi.org/10.1108/JIABR-10-2022-0294>
- [4] Anwar, M. (2023). Data-driven capabilities and competitive advantage in halal tourism destinations. *Journal of Islamic Marketing*, 14(5), 1142–1160. <https://doi.org/10.1108/JIMA-06-2022-0179>
- [5] Barney, J. B., Ketchen, D. J., & Wright, M. (2021). The future of resource-based theory: Revitalization or decline? *Journal of Management*, 47(6), 1473–1490. <https://doi.org/10.1177/01492063211015383>
- [6] Dewi, R. K., Huda, N., & Ascarya. (2024). Sharia-compliant digital payments and public financial transparency in halal tourism destinations. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 17(2), 245–262. <https://doi.org/10.1108/IMEFM-03-2023-0112>
- [7] El-Gohary, H. (2022). Halal tourism, is it really halal? Tourism from an Islamic perspective. *Tourism Management Perspectives*, 43, 100980. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2022.100980>
- [8] Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2023). Smart tourism challenges, opportunities, and pathways. *Journal of Tourism Futures*, 9(1), 3–20. <https://doi.org/10.1108/JTF-04-2022-0093>
- [9] Han, H., Al-Ansi, A., Olya, H. G. T., & Kim, W. (2023). Exploring halal-friendly destination attributes in shaping Muslim travelers' loyalty and sustainable travel behavior. *Journal of Sustainable Tourism*, 31(6), 1354–1373. <https://doi.org/10.1080/09669582.2022.2039726>
- [10] Li, C., Murad, M., Shahzad, F., Khan, M. A. S., & Ashraf, S. F. (2022). Digital leadership and organizational innovation: The mediating role of digital mindset. *Frontiers in Psychology*, 13, 855643. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.855643>
- [11] Liu, N., Xu, Q., & Gao, M. (2024). Digital transformation and tourism firm performance under external shocks. *Finance Research Letters*, 63, 105398. <https://doi.org/10.1016/j.frl.2024.105398>
- [12] Liu, Y., Li, Y., & Su, Z. (2021). Collaborative dynamic capabilities and digital ecosystem innovation. *Journal of Business Research*, 131, 351–363. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.03.028>
- [13] Mazzucato, M., & Ryan-Collins, J. (2022). Putting value creation back into public services: From market fixing to market shaping. *Journal of Economic Policy Reform*, 25(1), 1–14. <https://doi.org/10.1080/17487870.2020.1715986>
- [14] Nugroho, A., Setyawan, D., & Purnomo, E. P. (2023). Path dependency and digital transformation of tourism policy in Indonesia during the COVID-19 pandemic. *Tourism Planning & Development*, 20(4), 512–528. <https://doi.org/10.1080/21568316.2022.2134567>

- [15] Pranandari, I., Hidayat, A., & Nurhayati, S. (2023). Digital innovation and halal tourism competitiveness: Evidence from Indonesia. *Journal of Islamic Marketing*, 14(7), 1568–1586. <https://doi.org/10.1108/JIMA-03-2022-0074>
- [16] Samudra, R. R., Wibowo, A., & Kurniawan, D. (2024). Digital transformation and MSME integration in halal tourism value chains. *Sustainability*, 16(5), 2147. <https://doi.org/10.3390/su16052147>
- [17] Satiti, R. A., & Udin. (2025). Digital financial information systems and fiscal accountability in tourism-based local governments. *Journal of Public Budgeting, Accounting & Financial Management*, 37(2), 215–233. <https://doi.org/10.1108/JPBAFM-11-2024-0176>
- [18] Satiti, R. A., & Udin. (2025). Digital readiness and institutional challenges in developing halal tourism ecosystems in Indonesia. *Journal of Islamic Marketing*, 16(1), 45–62. <https://doi.org/10.1108/JIMA-09-2024-0281>
- [19] Satiti, R. A., & Udin. (2025). Quadruple helix innovation model for digital halal tourism governance in Indonesia. *Journal of Islamic Marketing*, 16(3), 521–540. <https://doi.org/10.1108/JIMA-12-2024-0365>
- [20] Sigala, M., & Rahimi, R. (2024). Big data analytics, digital business models, and value creation in tourism ecosystems. *Tourism Management*, 92, 104604. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2023.104604>
- [21] Taba, M. I., Rahman, Z., & Hasan, M. (2023). Big data analytics capability and tourism destination competitiveness: The role of digital entrepreneurship. *Journal of Destination Marketing & Management*, 28, 100784. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2023.100784>
- [22] Teece, D. J. (2022). Dynamic capabilities and entrepreneurial management in large organizations: Toward a theory of the (entrepreneurial) firm. *Strategic Management Journal*, 43(6), 1153–1176. <https://doi.org/10.1002/smj.3250>
- [23] Teece, D. J. (2023). Dynamic capabilities and strategic management: Organizing for innovation and growth in the digital era. *Strategic Management Review*, 1(1), 1–24. <https://doi.org/10.1561/111.000000002>
- [24] Warner, K. S. R., & Wäger, M. (2019). Building dynamic capabilities for digital transformation. *Long Range Planning*, 52(3), 326–349. <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2018.12.002>
- [25] Zeqiri, A., Ben Youssef, A., & Maherzi Zahar, T. (2025). The role of digital tourism platforms in advancing sustainable development goals in the Industry 4.0 era. *Sustainability*, 17(8), 3482. <https://doi.org/10.3390/su17083482>
- [26] Braun, V., & Clarke, V. (2021). *Thematic analysis: A practical guide*. Sage Publications.
- [27] Creswell, J. W. (2021). *A concise introduction to mixed methods research*. Sage Publications.
- [28] Northouse, P. G. (2021). *Leadership: Theory and practice* (9th ed.). Sage Publications.
- [29] Tracy, S. J. (2020). *Qualitative research methods: Collecting evidence, crafting analysis, communicating impact* (2nd ed.). Wiley-Blackwell.
- [30] Asian Development Bank. (2024). *Regional cooperation and integration to promote sustainability and the digital transformation of tourism* (ADB Brief No. 309). Asian Development Bank. <https://www.adb.org>
- [31] Badan Pusat Statistik. (2024). *Statistik pariwisata Indonesia 2024*. Badan Pusat Statistik Republik Indonesia.
- [32] COMCEC. (2023). *COMCEC tourism outlook 2023: Islamic tourism and sustainable development*. Standing Committee for Economic and Commercial Cooperation of the Organization of Islamic Cooperation. <https://www.comcec.org>
- [33] CrescentRating. (2023). *Global Muslim travel index 2023*. CrescentRating & Mastercard. <https://www.crescentrating.com>
- [34] OECD. (2024). *OECD tourism trends and policies 2024*. OECD Publishing. <https://doi.org/10.1787/80885d8b-en>
- [35] UNWTO. (2023). *Tourism and the sustainable development goals: Journey to 2030*. World Tourism Organization. <https://www.unwto.org>
- [36] World Bank. (2022). *Digital economy for Indonesia: Pathways to inclusive growth*. World Bank Group. <https://www.worldbank.org>
- [37] World Bank. (2022). *Public financial management and digital transformation: Lessons from emerging economies*. World Bank Group. <https://www.worldbank.org>
- [38] World Economic Forum. (2024). *Travel & tourism development index 2024: Rebuilding for a sustainable and resilient future*. World Economic Forum. <https://www.weforum.org>