



## Optimalisasi Potensi Pariwisata Halal Jawa Barat dengan Lean Six Sigma dan Platform Digital Terintegrasi

Nazhif Fa'iq Nur Rizqi

Bank Indonesia, Tangerang Selatan, 15415, Banten, Indonesia  
Email correspondence: nazhif.fnr@gmail.com

### ABSTRACT

This study examines the limited integration of halal tourism features in tourism applications in West Java, which constrains the growth potential of the halal tourism sector despite its significant economic value. The research aims to design a strategic solution through an integrated digital platform that addresses the needs of Muslim tourists, supports halal MSMEs, and strengthens regional government coordination. The research approach combines Lean Six Sigma with the DMAIC framework, SWOT analysis, and the Business Model Canvas (BMC), enabling systematic identification of challenges and the formulation of comprehensive improvement strategies. The findings indicate that existing applications lack comprehensive features, such as certified halal culinary information, prayer facilities, and integrated reservation systems, which restrict user experience and reduce competitiveness. This study proposes an integrated digital platform that incorporates Critical to Quality (CTQ) elements, a user-friendly interface design, and strengthened digital infrastructure to bridge these gaps. Policy implications highlight that the platform's development aligns with the 2025 strategic direction of the West Java Provincial Government to enhance Electronic Transaction Processing Data (ETPD) through the tourism sector, while simultaneously strengthening regional economic growth and Indonesia's position as a global halal tourism hub.

#### Keywords:

Halal Tourism; SWOT; BMC; Lean Six Sigma; Digital Platform Integration

### ABSTRAK

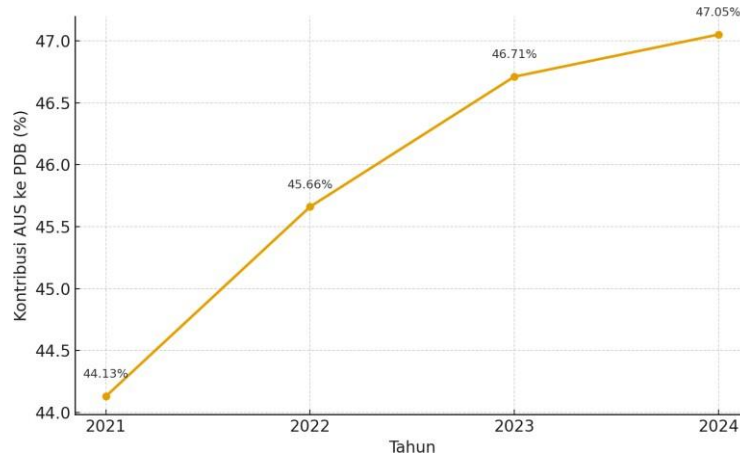
Penelitian ini mengkaji keterbatasan integrasi fitur wisata halal dalam aplikasi pariwisata di Jawa Barat, yang menahan potensi pertumbuhan sektor wisata halal meskipun memiliki nilai ekonomi signifikan. Tujuan penelitian adalah merancang solusi strategis melalui platform digital terpadu yang mampu menjawab kebutuhan wisatawan muslim, mendukung pelaku UMKM halal, dan memperkuat koordinasi pemerintah daerah. Pendekatan penelitian menggabungkan Lean Six Sigma dengan kerangka DMAIC, analisis SWOT, dan Business Model Canvas (BMC), sehingga tantangan dapat diidentifikasi secara sistematis dan strategi perbaikan dapat dirancang sebagai satu kesatuan sistem. Hasil menunjukkan bahwa aplikasi eksisting belum menyediakan fitur komprehensif, seperti informasi kuliner bersertifikat halal, fasilitas ibadah, dan sistem reservasi terintegrasi yang membatasi pengalaman pengguna dan menurunkan daya saing. Penelitian ini mengusulkan platform digital terpadu yang mengintegrasikan elemen Critical to Quality (CTQ), desain antarmuka ramah pengguna, dan penguatan infrastruktur digital, untuk menjembatani kesenjangan tersebut. Implikasi kebijakan menekankan bahwa pengembangan platform ini sejalan dengan arah strategis Pemerintah Provinsi Jawa Barat 2025 dalam meningkatkan Electronic Transaction Processing Data (ETPD) melalui sektor pariwisata, sekaligus memperkuat pertumbuhan ekonomi daerah dan posisi Indonesia sebagai pusat wisata halal global.

#### Kata Kunci:

Pariwisata Halal; SWOT; BMC; Lean Six Sigma; Integrasi Platform Digital

### INTRODUCTION

Indonesia, sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, memiliki potensi strategis dalam pengembangan ekosistem ekonomi syariah. Jumlah penduduk Muslim yang mencapai sekitar 249,8 juta jiwa menciptakan pasar domestik yang luas sekaligus membuka peluang untuk memperkuat daya saing di tingkat global. Potensi tersebut dapat dimanfaatkan untuk menempatkan Indonesia sebagai salah satu pusat ekonomi syariah dunia, dengan cakupan yang tidak terbatas pada sektor perbankan syariah, tetapi juga meliputi industri halal, pariwisata syariah, asuransi syariah, dan keuangan sosial Islam. Apabila potensi ini dikelola secara optimal, kontribusinya tidak hanya akan memperluas inklusi ekonomi dan keuangan syariah nasional, tetapi juga memberikan dampak signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi dan diversifikasi sumber pendapatan negara. Posisi strategis Indonesia dalam peta ekonomi syariah global memberikan peluang besar untuk memperkuat ketahanan ekonomi, meningkatkan kesejahteraan masyarakat, serta memperkokoh peran Indonesia sebagai motor penggerak ekonomi syariah di tingkat internasional (Haspramudilla, 2025).



**Gambar 1.** Pertumbuhan Kontribusi Aktivitas Usaha Syariah (AUS) terhadap PDB Sumber: Kemenkeu (2025)

Data menunjukkan bahwa kontribusi Aktivitas Usaha Syariah (AUS) terhadap Produk Domestik Bruto (PDB) terus meningkat, dari 44,13% pada tahun 2021 menjadi 47,05% pada proyeksi tahun 2024. Peningkatan ini mengindikasikan peran yang semakin signifikan dari sektor ekonomi syariah dalam perekonomian nasional. Pertumbuhan positif tersebut tidak terlepas dari kemajuan sektor-sektor halal, khususnya pariwisata halal yang berperan sebagai komponen strategis dalam memperkuat fondasi ekonomi syariah di Indonesia.

Pariwisata halal berperan penting dalam mendorong konsumsi domestik sekaligus menarik wisatawan mancanegara yang mencari layanan sesuai prinsip syariah. Aktivitas ini memberikan nilai tambah tidak hanya bagi sektor pariwisata itu sendiri, tetapi juga bagi sektor pendukung seperti kuliner, transportasi, dan akomodasi, yang pada gilirannya meningkatkan pendapatan serta daya beli masyarakat (Ramadhani dan Ridlwan, 2018). Lebih lanjut, pengembangan pariwisata halal turut memperkuat daya saing ekonomi dan mendorong pertumbuhan melalui pemanfaatan teknologi industri 4.0 dan platform digital. Inovasi tersebut berpotensi membuka lapangan kerja baru, menekan tingkat kemiskinan, serta meningkatkan kesejahteraan penduduk lokal (Sugianto *et al.*, 2024).

Dalam konteks pembangunan daerah, keberhasilan pariwisata juga perlu diiringi jaminan rasa aman bagi wisatawan, mengingat masyarakat beserta karya budayanya merupakan daya tarik khas yang memiliki nilai eksotis tersendiri (Rahma, 2020). Secara global, pariwisata telah berkembang menjadi salah satu industri terbesar dan menjadi pilar utama perekonomian dunia, memberikan kontribusi besar terhadap penerimaan devisa serta berperan sebagai motor pembangunan ekonomi daerah dan peningkatan kesejahteraan (Musaddad *et al.*, 2019).

Melihat tren positif kontribusi Aktivitas Usaha Syariah (AUS) terhadap PDB yang turut diperkuat oleh pertumbuhan sektor pariwisata halal, Provinsi Jawa Barat memiliki prospek besar dalam pengembangan sektor ini. Jawa Barat tidak hanya dianugerahi keindahan alam yang beragam, mulai dari pegunungan, danau, hingga pantai, tetapi juga ditopang oleh budaya religius masyarakat dan kekayaan kuliner berbasis halal yang khas. Faktor-faktor tersebut menjadi modal utama dalam mengakselerasi pengembangan destinasi pariwisata halal yang kompetitif, berkelanjutan, serta memiliki daya saing global, sekaligus mendukung agenda penguatan ekonomi syariah nasional.



**Gambar 2.** Jumlah Kunjungan Wisatawan Mancanegara & Nusantara ke Jawa Barat  
Sumber: Disparbud Jabar (2025)

Data Data Dinas Pariwisata dan Kebudayaan (Disparbud) Jawa Barat tahun 2025 menunjukkan bahwa jumlah kunjungan wisatawan mancanegara mengalami fluktuasi sepanjang periode Juli 2024 hingga Juli 2025. Setelah mencapai puncak tertinggi pada Juli 2024 sebesar 1.365 kunjungan, jumlah wisatawan asing menurun secara bertahap hingga mencapai titik terendah pada Januari 2025 dengan 237 kunjungan. Namun demikian, tren mulai berbalik positif sejak Maret 2025, ditandai dengan peningkatan kunjungan hingga 513 wisatawan pada Mei, sebelum kembali menurun menjadi 263 kunjungan pada Juli 2025. Meskipun masih berfluktuasi, pola ini menunjukkan adanya pemulihan bertahap sektor pariwisata mancanegara pasca penurunan akhir tahun. Sementara itu, jumlah perjalanan wisatawan nusantara (wisnus) menunjukkan tren yang relatif lebih stabil dengan pola kenaikan musiman yang signifikan. Jumlah perjalanan wisnus meningkat dari 12,98 juta perjalanan pada Juli 2024 menjadi puncak tertinggi sebesar 22,52 juta perjalanan pada April 2025, kemudian stabil di kisaran 17–18 juta perjalanan hingga Juli 2025. Secara keseluruhan, tren ini mengindikasikan bahwa wisatawan domestik masih menjadi tulang punggung utama sektor pariwisata Jawa Barat, dengan kontribusi yang konsisten terhadap pergerakan ekonomi daerah.

Kombinasi peningkatan wisatawan mancanegara dan nusantara menunjukkan prospek cerah bagi sektor pariwisata Jawa Barat. Tren ini menegaskan daya tarik destinasi sekaligus membuka peluang besar untuk pengembangan pariwisata halal. Dengan potensi alam, budaya religius, serta kekayaan kuliner halal yang melimpah, Jawa Barat berpeluang memperkuat posisinya sebagai destinasi wisata halal unggulan yang berdaya saing global serta berkontribusi terhadap penguatan ekonomi syariah nasional. Meskipun Jawa Barat memiliki potensi pariwisata halal yang besar, pengembangannya belum terealisasi secara optimal. Provinsi ini menempati posisi kedua dengan jumlah penduduk Muslim terbesar di Indonesia setelah Jawa Timur, yaitu sekitar 48,58 juta jiwa atau 97,3% dari total populasi (Kemenag, 2023). Potensi tersebut semakin diperkuat dengan kekayaan alam, budaya, serta kuliner halal yang melimpah. Namun demikian, realisasi di lapangan masih menghadapi berbagai hambatan, antara lain keterbatasan infrastruktur ramah Muslim, koordinasi antar pemangku kepentingan yang belum solid, strategi promosi yang belum terintegrasi, serta rendahnya literasi digital di kalangan pelaku usaha pariwisata (BPS Jabar, 2024).

Jika dilihat dari perspektif global, prospek pariwisata halal menunjukkan tren pertumbuhan yang menjanjikan. Laporan State of the Global Islamic Economy Report (SGIE) mencatat bahwa belanja wisata halal mencapai USD 216,9 miliar pada 2024 dan diperkirakan meningkat menjadi USD 225 miliar pada 2028. Angka ini menegaskan kontribusi strategis sektor pariwisata halal dalam mendorong pertumbuhan ekonomi melalui peningkatan devisa, penciptaan lapangan kerja, dan penguatan sektor UMKM lokal. Dengan demikian, optimalisasi pengembangan pariwisata halal di Jawa Barat menjadi langkah strategis agar provinsi ini tidak tertinggal dalam memanfaatkan peluang pasar global yang terus berkembang, sekaligus memperkuat posisinya dalam ekosistem pariwisata halal nasional dan internasional.

Sesuai dengan teori *Resource Based View* (RBV), suatu daerah akan memiliki daya saing yang tinggi apabila mampu mengoptimalkan sumber daya unik yang dimilikinya, baik berupa sumber daya alam, manusia, maupun kapabilitas organisasional yang sulit ditiru oleh daerah lain (Barney, 1991). Dalam konteks ini, Jawa Barat memiliki daya tarik alam, budaya, dan salah satu provinsi dengan populasi muslim terbesar di Indonesia yang menjadi modal dasar pengembangan wisata halal. Pada 2023, penetrasi online travel di Indonesia telah mencapai 45 persen dan diproyeksikan menyentuh 12 miliar total travel market pada 2025. Data Kemenparekraf RI juga menunjukkan peningkatan signifikan, dengan kunjungan wisatawan domestik pada semester pertama 2023 naik 12,57 persen dibandingkan tahun sebelumnya, sementara kunjungan wisatawan asing pada Juli 2023 melonjak hingga 196,85 persen. Angka ini menegaskan bahwa pariwisata Indonesia tengah mengalami percepatan pemulihan sekaligus transformasi menuju era digital. Di sisi lain, teori difusi inovasi menekankan bahwa adopsi teknologi berperan penting dalam mempercepat akses pasar dan memperluas penetrasi industri. Hal ini menunjukkan bahwa jika potensi pariwisata halal di Jawa Barat dikelola dengan dukungan inovasi digital, seperti pemanfaatan platform daring, pemasaran berbasis data, dan integrasi layanan berbasis aplikasi, maka kontribusinya terhadap perekonomian tidak hanya akan semakin besar, tetapi juga berkelanjutan. Inovasi digital menjadi katalis utama untuk memperkuat daya saing pariwisata halal Jawa Barat di pasar global.

Berbagai penelitian terdahulu telah menyoroti pentingnya digitalisasi dalam mendukung pengembangan pariwisata halal. Studi *Community-Based Halal Tourism and Information Digitalization: Sustainable Tourism Analysis* oleh Nurhayati et al. (2025) menekankan peran digitalisasi komunitas dalam mendorong keberlanjutan wisata halal berbasis masyarakat. Namun, penelitian tersebut belum menyentuh aspek integrasi lintas sistem pada level provinsi. Penelitian *Challenges in Developing Integrated Halal Industry in Indonesia* oleh Irfany & Rusydiana (2022) menunjukkan bahwa literatur masih lemah dalam pengembangan platform digital terpadu untuk wisata halal. Studi ini juga menyoroti variabel seperti regulasi, teknologi, dan layanan sebagai hambatan utama. Selain itu, penelitian *Issues & Challenges of Halal Industry Development in Indonesia: Stakeholder Perspectives* oleh Maulana et al. (2024) mengungkap rendahnya integrasi antar subsektor halal, seperti kuliner, akomodasi, dan transportasi, dalam satu sistem digital.

Dari berbagai temuan tersebut, tampak adanya *research gap* antara teori yang menekankan pentingnya integrasi digital dan penguatan model bisnis halal yang berkelanjutan dengan fakta empiris bahwa belum terdapat implementasi nyata platform digital halal yang mampu menggabungkan elemen digitalisasi, layanan ramah Muslim, serta model bisnis yang terintegrasi. Oleh karena itu, penelitian ini berupaya menjembatani kesenjangan tersebut melalui pendekatan strategis dan terukur untuk optimalisasi potensi pariwisata halal di Jawa Barat.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk mengatasi kesenjangan antara kondisi ideal dan kondisi aktual dalam pengembangan pariwisata halal berbasis digital di Jawa Barat. Pendekatan ini diharapkan tidak hanya menutup kesenjangan antara teori dan praktik, tetapi juga menjadi solusi konkret dalam memperkuat daya saing pariwisata halal Jawa Barat serta mendorong Indonesia menuju ekosistem wisata halal digital yang berkelanjutan dan berstandar global. Platform yang diusulkan tidak hanya mempermudah wisatawan dalam memperoleh layanan ramah muslim, tetapi juga membantu pelaku usaha memperluas jangkauan pasar secara efektif melalui sistem yang terintegrasi, transparan, dan efisien. Kehadiran ekosistem digital yang memadai akan menjawab kebutuhan masyarakat modern terhadap layanan pariwisata halal yang praktis, terpercaya, dan adaptif terhadap perkembangan teknologi.

Kontribusi penelitian ini (*research contribution*) terletak pada rancangan model bisnis digital yang tidak hanya berorientasi pada peningkatan kualitas layanan pariwisata halal, tetapi juga secara strategis mengoptimalkan potensi pariwisata halal di Jawa Barat, memperkuat Pendapatan Asli Daerah (PAD) melalui optimalisasi transaksi pariwisata digital dan promosi UMKM halal lokal. Selain itu, integrasi dengan sistem Elektronifikasi Transaksi Pemerintah Daerah (ETPD) menjadi instrumen penting untuk mendorong tata kelola keuangan daerah yang lebih transparan, akuntabel, dan efisien. Melalui digitalisasi yang terarah, setiap transaksi wisata halal dapat tercatat secara real time dan terverifikasi, sehingga memberikan dampak langsung terhadap peningkatan pendapatan daerah sekaligus memperkuat ekosistem ekonomi syariah yang inklusif.

Dengan demikian, pengembangan platform digital ini bukan hanya menjadi kunci transformasi pariwisata halal Jawa Barat menuju keberlanjutan dan daya saing global, tetapi juga berpotensi menjadi

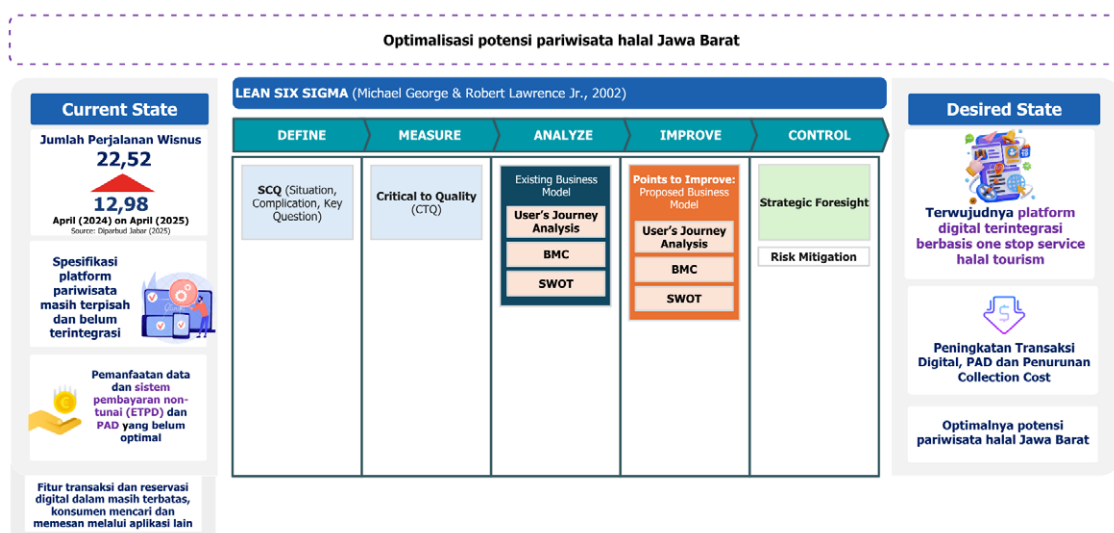


model percontohan nasional yang dapat direplikasi di provinsi lain di Indonesia. Apabila implementasi model ini berhasil di Jawa Barat, maka Bank Indonesia Kantor Perwakilan Jawa Barat berpeluang menjadi pionir dan best practice region dalam penerapan inovasi ekonomi syariah berbasis digital. Hal ini tidak hanya memperkuat posisi strategis BI Jabar dalam mendorong kemandirian fiskal daerah, tetapi juga membuka peluang apresiasi atas keberhasilan menginisiasi model sinergi antara inovasi teknologi, efisiensi proses, dan inklusi ekonomi syariah dalam satu platform terintegrasi.

## METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan sifat eksploratif aplikatif untuk memahami kondisi aktual pengembangan pariwisata halal di Jawa Barat serta merumuskan model solusi terapan berupa *Platform Digital One Stop Halal Tourism* atas platform eksisting. Pendekatan ini dipilih karena mampu menggali fenomena secara mendalam, menjelaskan keterkaitan antarvariabel non numerik, dan menghasilkan strategi pengembangan yang aplikatif sesuai karakteristik daerah. Jawa Barat ditetapkan sebagai lokasi penelitian karena memiliki potensi besar dalam pengembangan pariwisata halal, didukung oleh kebijakan digitalisasi melalui program Elektronifikasi Transaksi Pemerintah Daerah (ETPD) dan infrastruktur digital yang memadai.

Objek penelitian difokuskan pada enam model eksisting berupa platform, situs web, dan aplikasi pariwisata di Jawa Barat, yaitu Gwido, D'Journey of West Java, Smiling West Java, SiManis, Gurilaps, dan Wistakon. Pemilihan keenam platform ini didasarkan pada tingkat relevansi terhadap layanan pariwisata daerah, jangkauan pengguna, kelengkapan fitur digital, serta potensi integrasinya dengan konsep pariwisata halal. Analisis terhadap platform dilakukan untuk mengidentifikasi kesenjangan layanan, mengevaluasi efektivitas fitur, dan menemukan peluang inovasi yang menjadi dasar perancangan platform digital terintegrasi. Dalam konteks ini, metodologi Lean Six Sigma digunakan sebagai kerangka sistematis untuk meningkatkan kualitas dan efisiensi layanan pariwisata halal melalui tahapan *Define, Measure, Analyze, Improve, dan Control* (DMAIC). Pendekatan ini terbukti efektif dalam meningkatkan mutu layanan di sektor hospitality melalui eliminasi cacat dan variasi proses (Gulmez & Ulen, 2020), serta berkontribusi terhadap keberlanjutan operasional dengan mengintegrasikan efisiensi proses, lingkungan, dan sosial dalam strategi pengembangan layanan (Marques et al., 2025). Dengan demikian, penerapan Lean Six Sigma dalam penelitian ini diharapkan mampu menghasilkan model *Platform Digital One Stop Halal Tourism* yang adaptif, inklusif, dan berdaya saing global sekaligus mendukung keberlanjutan ekosistem pariwisata halal di Jawa Barat. Gambar 3 berikut menyajikan ringkasan tahapan penelitian yang menggambarkan alur penerapan metodologi Lean Six Sigma (DMAIC) dalam perancangan *Platform Digital One Stop Halal Tourism* di Jawa Barat.



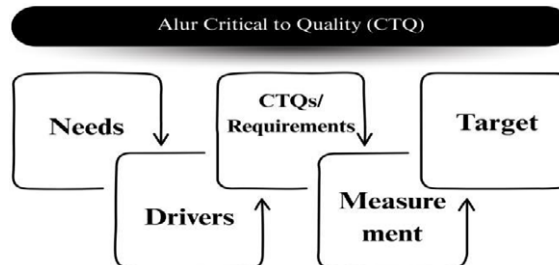
**Gambar 3.** Summary tahapan penelitian

Metodologi yang digunakan adalah Lean Six Sigma, dengan mengadopsi model DMAIC (*Define, Measure, Analyze, Improve, Control*). Pendekatan ini dipilih karena:

1. *Define*: Tahap *Define* mengidentifikasi masalah utama, seperti promosi digital, integrasi layanan,

dan kolaborasi (Daniyan et al., 2022), guna merancang strategi inovasi platform digital terintegrasi yang berkelanjutan.

2. *Measure*: Tahap *Measure* menilai kondisi eksisting melalui *Critical to Quality* (CTQ) untuk menetapkan baseline perbaikan dan menghubungkan kebutuhan, faktor penggerak, serta target capaian, seperti terlihat pada Gambar 2.1.



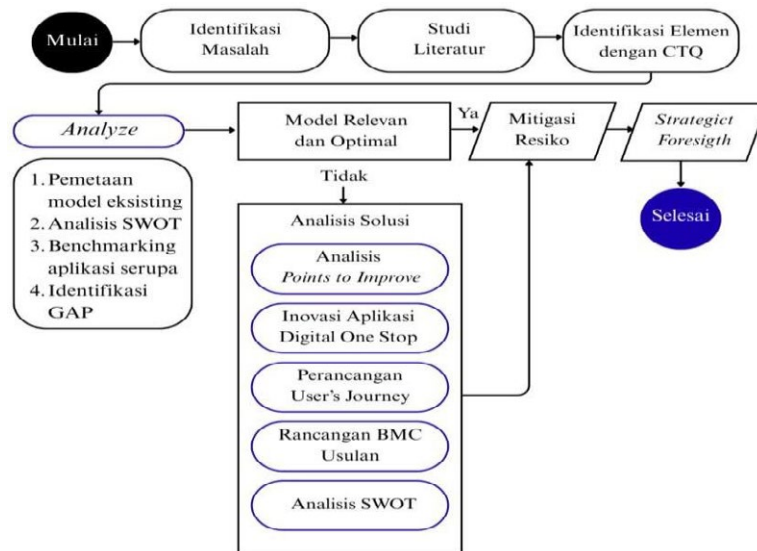
**Gambar 4.** Alur *Critical to Quality* (CTQ)

Penentuan CTQ dilakukan dengan mengidentifikasi kebutuhan utama para pemangku kepentingan wisatawan, pelaku usaha, pemerintah daerah, dan masyarakat lokal. Kebutuhan ini diturunkan menjadi *drivers* yang memengaruhi keberhasilan pengembangan pariwisata halal, lalu dijabarkan menjadi elemen CTQ sebagai karakteristik yang harus dipenuhi. Setiap CTQ diukur melalui indikator seperti aksesibilitas digital, kelengkapan informasi halal, kepuasan wisatawan, dan integrasi layanan, dengan target kuantitatif yang menjadi acuan kinerja platform digital terintegrasi Jawa Barat.

3. *Analyze*: Tahap *Analyze* mengidentifikasi akar masalah melalui pemetaan model bisnis pariwisata halal Jawa Barat menggunakan *Business Model Canvas* (BMC) dan *service blueprinting* (Salwin et al., 2022; Lechuga et al., 2023). Analisis KPI dan SWOT digunakan untuk menilai efektivitas model serta menentukan faktor kunci peningkatan dan prioritas perbaikan pengembangan pariwisata halal digital.
4. *Improve*: Tahap *Improve* fokus merancang solusi melalui *user's journey* dan *Business Model Canvas* (BMC) usulan, mengidentifikasi celah layanan, memetakan proposisi nilai, segmen pelanggan, saluran, dan sumber daya, serta dievaluasi dengan SWOT dan divalidasi secara konseptual agar perbaikan relevan, efisien, dan siap diimplementasikan.
5. *Control*: Tahap *Control* bertujuan memastikan solusi berjalan berkelanjutan dan adaptif, dengan fokus pada mitigasi risiko melalui *risk assessment matrix* untuk mengelola potensi risiko implementasi model usulan.

Kontribusi akhir penerapan Lean Six Sigma dalam penelitian ini adalah menghasilkan model pengembangan pariwisata halal yang lebih efektif, terukur, dan berkelanjutan melalui pendekatan berbasis data dan perbaikan berkelanjutan. Hubungan antar tahapan disusun secara sistematis agar setiap metode saling melengkapi dalam mencapai tujuan.

Diagram alur penelitian pada Gambar 5 menggambarkan tahapan metodologis yang ditempuh dalam studi ini. Proses penelitian diawali dengan identifikasi masalah, studi literatur, serta penentuan elemen kritis melalui pendekatan. Tahap berikutnya mencakup analisis yang meliputi pemetaan model eksisting, analisis SWOT, *benchmarking* terhadap aplikasi serupa, dan identifikasi gap. Hasil analisis tersebut menjadi dasar bagi perumusan solusi yang mencakup analisis *points to improve*, inovasi aplikasi *digital one stop*, perancangan *user's journey*, serta rancangan BMC usulan. Seluruh tahapan ini kemudian diarahkan pada proses mitigasi risiko dan *strategic foresight* untuk menghasilkan solusi yang relevan dan optimal.



Gambar 5. Alur metode penelitian

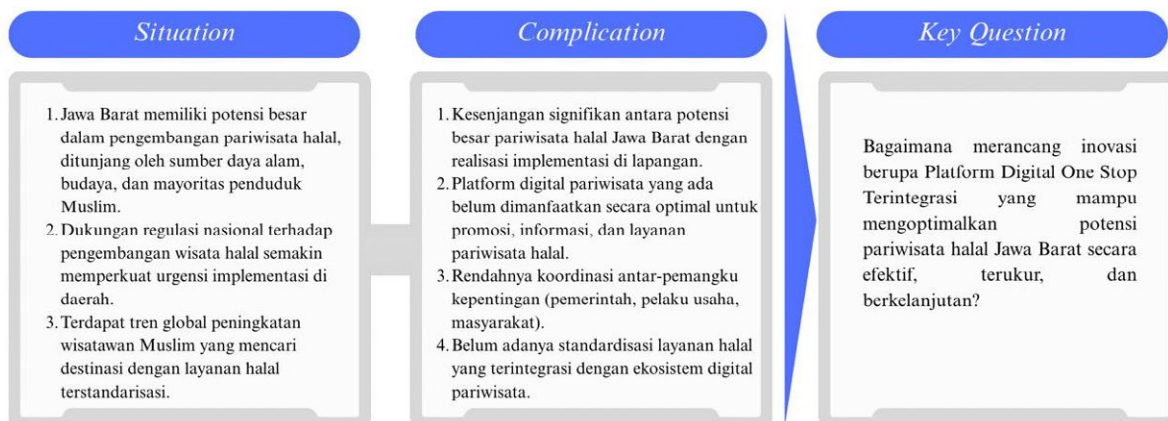
Keterkaitan antara metode penelitian dengan kebijakan pembangunan daerah terletak pada upaya mewujudkan arah strategis Pemerintah Provinsi Jawa Barat dalam memperkuat kontribusi sektor pariwisata terhadap peningkatan ekonomi daerah, termasuk optimalisasi pendapatan asli daerah dan transaksi digital daerah (*Electronic Transaction Processing Data / ETPD*). Berdasarkan laporan resmi Pemprov Jawa Barat (2025) yang mencatat peningkatan 30% kunjungan wisata hingga Agustus 2025, serta data BPS yang menunjukkan tren kenaikan aktivitas ekonomi wisata, pemerintah menempatkan digitalisasi pariwisata sebagai salah satu instrumen kunci penguatan ekosistem ekonomi kreatif.

Metode Lean Six Sigma dengan kerangka DMAIC dalam penelitian ini sejalan dengan arah kebijakan tersebut karena menekankan perbaikan berkelanjutan (*continuous improvement*) dan efisiensi proses berbasis data, yang dapat diterapkan untuk memperkuat sistem layanan pariwisata halal digital. Pendekatan analitis ini juga mendukung implementasi Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia 2019–2024, yang menekankan pentingnya integrasi teknologi digital, kolaborasi lintas pemangku kepentingan, dan peningkatan daya saing pariwisata halal sebagai sumber pertumbuhan ekonomi berkelanjutan di tingkat provinsi.

**HASIL DAN DISKUSI**

Penelitian ini dimulai dengan menerapkan dua tahap awal dari pendekatan Lean Six Sigma, yaitu *Define* dan *Measure*, yang termasuk dalam kerangka kerja DMAIC. Kedua tahap tersebut berperan sebagai landasan utama dalam pelaksanaan proses pemecahan masalah secara terstruktur. Melalui tahapan ini, diperoleh pemahaman mendalam mengenai kondisi eksisting dan kebutuhan utama pemangku kepentingan sebagai dasar pengembangan solusi yang tepat sasaran.

**Define Phase: Analisis Awal Kesenjangan dan Kebutuhan Transformasi Digital Pariwisata Halal Jawa Barat**



Gambar 6. Identifikasi masalah pokok dengan kerangka *Situation, Complication, Key Question*

Tahap *define* berfungsi untuk mengidentifikasi permasalahan utama dan merumuskan tujuan perbaikan secara spesifik dalam pengembangan pariwisata halal di Jawa Barat. Meskipun provinsi ini memiliki potensi alam, budaya, serta basis populasi Muslim yang besar, realisasi di lapangan masih belum optimal. Hambatan yang ditemui mencakup keterbatasan promosi digital, fragmentasi informasi dan data pariwisata halal, rendahnya koordinasi antar pemangku kepentingan, serta keterhubungan yang belum optimal antara wisatawan, pelaku usaha, dan pemerintah daerah. Untuk memperjelas fokus penelitian, digunakan kerangka *Situation Complication Question (SCQ)*. Situation menggambarkan besarnya potensi pariwisata halal Jawa Barat sebagai daya tarik domestik maupun global. Complication menyoroti adanya kesenjangan antara potensi dan realisasi, seperti minimnya platform terintegrasi, keterbatasan literasi digital, serta standar layanan halal yang belum seragam. Sementara Question merumuskan inti permasalahan: bagaimana merancang inovasi berupa Platform Digital One Stop Terintegrasi yang mampu mengoptimalkan potensi pariwisata halal Jawa Barat secara efektif, terukur, dan berkelanjutan.

**Tabel 1.** Pemetaan Model Eksisting Aplikasi Wisata Jabar

Aplikasi	Pengelola	Fokus Utama	Model Layanan	Kelebihan	Kekurangan
Gwido	Keraton Kasepuhan (Cirebon)	Wisata budaya (Keraton & Goa Sunyaragi)	Info wisata, e-ticketing, edukasi sejarah	Niche market (wisata budaya)	Skalanya lokal, terbatas pada satu destinasi
D'Journey of West Java	Disparbud Jabar & Mitra	Promosi wisata Jawa Barat	Informasi destinasi, reservasi, paket wisata	Skala provinsi, integrasi paket	Belum banyak dikenal & terbatas pada info dasar
Smiling West Java	Disparbud Jabar	Wisata Jabar secara umum	Info destinasi, event, reservasi	Branding kuat, cakupan luas	Kurang update, adopsi pengguna rendah
SiManis	Dishub Jabar	Transportasi & wisata	Info jalur mudik, kondisi jalan, destinasi	Relevan untuk mobilitas & mudik	Bukan murni aplikasi pariwisata
Gurilaps	PT Jaswita Jabar	Wisata petualangan (alam)	Marketplace paket adventure	Spesialisasi adventure tourism	Pasar terbatas, belum masif dipakai
Wistakon	Pemkot Cirebon	Wisata kota	Info destinasi, hotel, restoran	Praktis, integrasi Google Maps	Skalanya kecil (lokal Cirebon)

**Measure Phase: Pemetaan Kinerja Eksisting dan Identifikasi Faktor Kritis dalam Pengembangan Pariwisata Halal Jawa Barat**

Tahap Measure dalam penelitian ini difokuskan pada pengidentifikasian elemen-elemen *Critical to Quality (CTQ)* yang mencerminkan kebutuhan utama (*needs*) para pemangku kepentingan dalam pengembangan pariwisata halal Jawa Barat melalui platform digital terintegrasi. Proses ini dilakukan dengan menganalisis hubungan antara kebutuhan pengguna, faktor penggerak utama, serta indikator kinerja yang relevan. Hasil pengukuran ini menjadi dasar dalam menetapkan prioritas perbaikan dan menentukan target capaian yang realistis bagi pengembangan sistem pariwisata halal yang efektif dan berkelanjutan.

Tabel 2. *Critical to Quality* (CTQ) analisis

Stakeholder: Wisatawan – Pelaku Usaha – Pemerintah Daerah

Needs	Drivers	CTQs	Measurement	Target
Wisatawan Muslim Indonesia membutuhkan akses informasi halal yang mudah, valid, dan terintegrasi dalam satu platform, sejalan dengan temuan Vero & GMO-Z.com Research bahwa 89% responden menempatkan ketersediaan makanan halal sebagai prioritas utama dalam memilih destinasi wisata (Vero ASEAN, 2023)	Ketersediaan kebutuhan akomodasi, meals dan pelengkap halal serta integrasi layanan pada satu platform one stop	Informasi destinasi, budaya, sejarah, kuliner, akomodasi, & fasilitas ibadah terverifikasi halal	Persentase destinasi/kuliner terverifikasi halal dalam platform	≥ 95%
Sarana promosi digital efektif bagi pelaku usaha & pemberdayaan masyarakat lokal (Laiya et al., 2025; Hendra, 2024)	Fitur promosi, kemudahan akses, & integrasi data komunitas	Kemudahan UMKM mendaftar & beriklan, promosi produk/event lokal berbasis halal	Jumlah UMKM halal terdaftar aktif & jumlah produk/event lokal dipromosikan	1.000+ UMKM / 2 tahun & ≥ 500 produk/event/tahun
Pemerintah dapat meningkatkan PAD & ETPD melalui perencanaan berbasis data <i>real time</i> dan digitalisasi sehingga akan mengoptimalkan potensi pariwisata halal di Jawa Barat (Pemprov Jawa Barat, 2025)	Integrasi data & analitik digital sektor halal	Dashboard monitoring real-time, tingkat keterpaduan data antar-dinas	Persentase data terintegrasi & pertumbuhan PAD/ETPD	≥ 80% data terintegrasi & peningkatan PAD/ETPD sesuai target

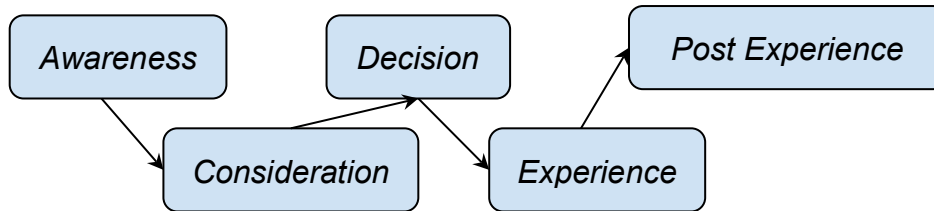
Tahap *Measure* dalam penelitian ini difokuskan pada pengidentifikasian elemen *Critical to Quality* (CTQ) yang mencerminkan kebutuhan utama para pemangku kepentingan dalam pengembangan pariwisata halal Jawa Barat melalui *platform* digital terintegrasi. Wisatawan membutuhkan akses informasi halal yang valid, terpercaya, dan terintegrasi, dengan CTQ berupa tersedianya informasi destinasi, kuliner, akomodasi, dan fasilitas ibadah terverifikasi halal, ditargetkan ≥ 95%. Pelaku usaha memerlukan sarana promosi digital yang efektif, dengan CTQ kemudahan pendaftaran dan promosi UMKM halal serta promosi produk/event lokal, ditargetkan 1.000 UMKM aktif dalam 2 tahun dan ≥ 500 produk/event lokal per tahun. Pemerintah daerah membutuhkan data akurat untuk perencanaan dan peningkatan PAD/ETPD, dengan CTQ berupa dashboard monitoring real-time dan integrasi data antar-dinas, ditargetkan ≥ 80% data terintegrasi. Masyarakat lokal mengharapkan dampak ekonomi langsung melalui pemberdayaan komunitas, sementara wisatawan juga menginginkan pengalaman perjalanan yang lancar melalui layanan digital one stop service (tiket, transportasi, akomodasi, kuliner halal), dengan skor kepuasan pengguna ditargetkan ≥ 4,5/5.

Sementara itu, kebutuhan pemerintah daerah dijabarkan melalui CTQ integrasi data dan dashboard monitoring sektor halal secara *real time*, dengan indikator tingkat keterpaduan data lintas dinas, ditargetkan ≥ 80% data terintegrasi. Untuk kebutuhan masyarakat lokal, CTQ ditetapkan berupa promosi produk dan event lokal berbasis halal, dengan indikator jumlah event/produk lokal yang ditampilkan di platform, ditargetkan minimal 500 per tahun. Terakhir, kebutuhan wisatawan akan perjalanan yang lancar diterjemahkan ke dalam CTQ berupa tersedianya fitur *one stop service* (tiket, transportasi, akomodasi, hingga kuliner halal), dengan indikator kepuasan pengguna yang diukur melalui rating, ditargetkan ≥ 4,5 dari 5. Melalui tahap ini, baseline pengukuran ditetapkan sebagai acuan untuk fase *Analyze*, yang akan difokuskan pada identifikasi gap layanan serta peluang perbaikan sistem pariwisata halal berbasis digital di Jawa Barat. Dengan demikian, hasil pengukuran pada tahap *Measure* menjadi dasar penting untuk

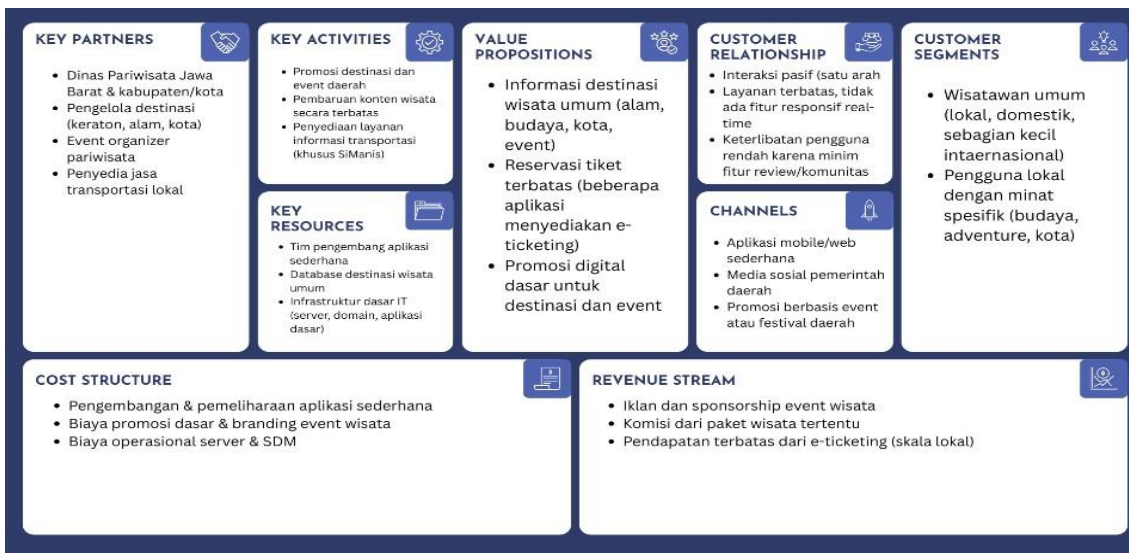
memastikan pengembangan platform digital yang tidak hanya selaras dengan kebutuhan stakeholder, tetapi juga berkelanjutan dan inklusif sesuai potensi pariwisata halal di Jawa Barat.

**Analyze Phase: Analisis model eksisting dan Peluang Optimalisasi Model Bisnis Pariwisata Halal**

Gambar 6. Alur User Journey



Alur *user journey* pada model eksisting masih berjalan secara terpisah di masing-masing aplikasi seperti Gwido, D'Journey of West Java, Smiling West Java, SiManis, Gurilaps, dan Wistakon, yang umumnya berfungsi sebagai sarana promosi destinasi atau penyedia informasi dasar. Pada tahap awareness, wisatawan mengenal aplikasi melalui media sosial atau situs resmi pemerintah daerah. Saat consideration, pengguna mencari informasi seputar destinasi, event, atau paket wisata tertentu, namun kontennya masih terbatas pada wilayah atau jenis wisata tertentu dan tidak terintegrasi dalam satu platform. Pada tahap decision, sebagian aplikasi memang sudah menyediakan fitur e-ticketing atau reservasi, tetapi belum mendukung integrasi sistem pembayaran digital seperti QRIS atau e-wallet. Selama tahap experience, wisatawan hanya dapat memanfaatkan informasi rute, lokasi, atau jadwal kegiatan tanpa fitur tambahan yang memperkaya pengalaman di lapangan, seperti peta halal atau rekomendasi kuliner. Sementara itu, tahap *post-experience* belum optimal karena tidak tersedia fitur ulasan, penilaian, maupun komunitas pengguna, sehingga interaksi dan promosi organik pasca kunjungan masih sangat terbatas.



Gambar 7. Model BMC platform wisata eksisting

Hasil penelitian menunjukkan bahwa ekosistem pariwisata halal di Jawa Barat masih menghadapi permasalahan pada aspek integrasi layanan dan tata kelola digital. Berdasarkan tahap Define melalui analisis SCQ, ditemukan bahwa berbagai aplikasi wisata yang ada seperti Smiling West Java dan D'Journey hanya berfungsi sebagai katalog destinasi tanpa mengakomodasi kebutuhan spesifik wisatawan muslim seperti informasi kuliner halal, fasilitas ibadah, atau sistem pemesanan terintegrasi.



Gwido, D'Journey of West Java, SiManis, Gurilaps, dan Wistakon, hampir semuanya belum mengintegrasikan fitur pariwisata halal secara jelas. Temuan ini menegaskan adanya kesenjangan antara potensi wisata halal dengan dukungan infrastruktur digital yang seharusnya menopang strategi pengembangan ekonomi syariah daerah. Informasi terkait destinasi ramah muslim, akomodasi syariah, restoran bersertifikasi halal, maupun ketersediaan fasilitas ibadah masih minim atau bahkan tidak tersedia. Padahal, Jawa Barat memiliki potensi besar untuk menjadi destinasi pariwisata halal dengan basis masyarakat muslim yang dominan. Ketiadaan fitur ini menjadi kesenjangan utama yang perlu segera dijangkiti agar aplikasi wisata dapat lebih inklusif, kompetitif, dan sesuai dengan tren kebutuhan wisatawan halal domestik maupun internasional.

Tahap Analyze dalam kerangka DMAIC difokuskan pada penggalian akar permasalahan serta evaluasi terhadap model bisnis yang telah berjalan di sektor pariwisata Jawa Barat. Berdasarkan pemetaan aplikasi wisata eksisting, terlihat bahwa sebagian besar masih bersifat lokal, terbatas pada jenis wisata tertentu, serta belum mampu mencakup keseluruhan potensi pariwisata halal. Keterbatasan cakupan ini membuat aplikasi sulit bersaing dan belum mampu menarik perhatian wisatawan dalam skala yang lebih luas. Hasil analisis juga menunjukkan bahwa fitur khusus terkait pariwisata halal hampir tidak tersedia. Informasi mengenai destinasi ramah muslim, kuliner bersertifikasi halal, akomodasi syariah, hingga ketersediaan fasilitas ibadah masih minim atau bahkan absen. Hal ini menyebabkan adanya kesenjangan signifikan antara kebutuhan wisatawan muslim dengan layanan yang disediakan oleh aplikasi wisata yang ada. Dengan demikian, fokus layanan belum sepenuhnya inklusif dan tidak menyesuaikan dengan tren permintaan wisata halal yang terus meningkat. Selain itu, layanan yang ada saat ini masih berjalan secara terfragmentasi. Setiap aplikasi memiliki fokus dan data masing-masing tanpa adanya integrasi lintas platform maupun koordinasi antar pemangku kepentingan.

Fragmentasi ini tidak hanya menyulitkan wisatawan untuk mendapatkan informasi yang lengkap, tetapi juga menghambat pemerintah dalam memperoleh data pariwisata yang akurat untuk perencanaan kebijakan. Kondisi tersebut diperburuk dengan rendahnya adopsi pengguna akibat kurangnya promosi, branding yang lemah, serta fitur yang tidak cukup menarik untuk mempertahankan loyalitas wisatawan. Dari sisi akar penyebab, ketidakefektifan pengembangan pariwisata halal Jawa Barat dapat ditelusuri pada beberapa faktor utama: keterbatasan skala aplikasi yang ada, ketiadaan fitur halal yang jelas, rendahnya literasi digital sebagian pelaku usaha lokal, serta belum adanya sistem data yang terintegrasi antar instansi. Analisis ini menegaskan adanya ketidakselarasan antara model bisnis eksisting dengan kebutuhan kritis para pemangku kepentingan. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan baru yang mampu menjembatani kesenjangan tersebut agar potensi besar pariwisata halal Jawa Barat dapat dimanfaatkan secara maksimal. Berdasarkan kondisi dan permasalahan tersebut, dilakukan analisis SWOT terhadap model eksisting untuk mengidentifikasi kekuatan, kelemahan, peluang, dan ancaman yang memengaruhi efektivitas pengelolaan pariwisata digital Jawa Barat saat ini.

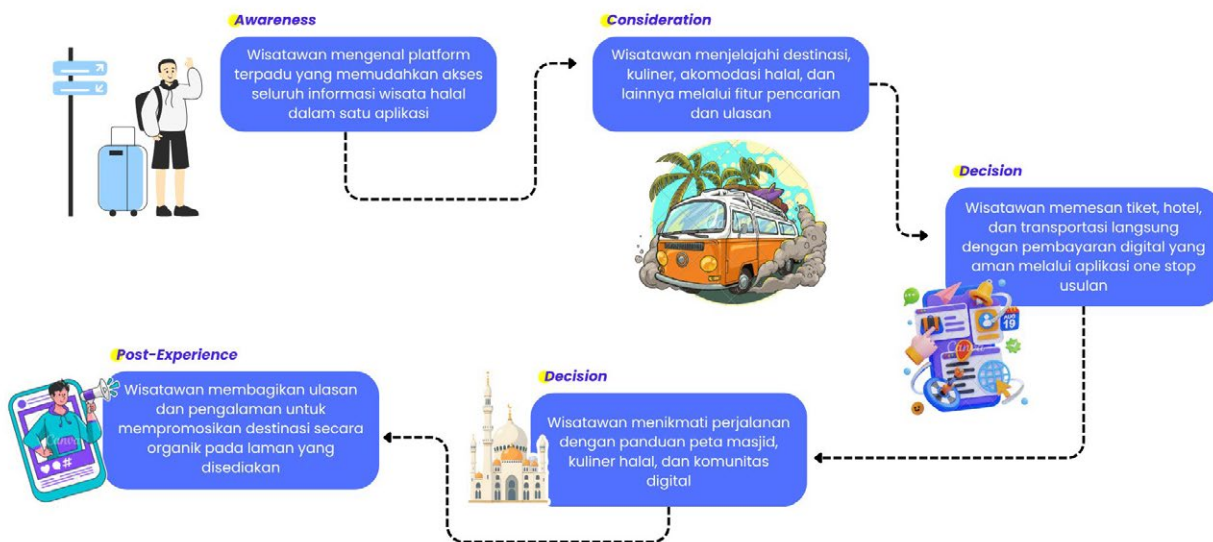
**Tabel 3.** SWOT analisis

<b>Strength:</b>	<b>Weakness:</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>● Sudah memiliki inisiatif digital di berbagai kabupaten/kota.</li> <li>● Didukung oleh instansi pemerintah daerah (Disparbud, Dishub, Pemkot).</li> <li>● Beberapa aplikasi memiliki niche market spesifik (budaya, adventure, transportasi).</li> <li>● Tersedia fitur dasar seperti informasi destinasi dan e-ticketing.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Aplikasi bersifat parsial dan belum terintegrasi antar daerah atau sektor.</li> <li>● Belum fokus pada wisata halal secara komprehensif.</li> <li>● Minim fitur transaksi digital dan analitik data pengguna.</li> <li>● Tampilan dan user experience kurang menarik, adopsi pengguna rendah.</li> <li>● Pembaruan konten dan promosi kurang konsisten.</li> </ul>

<b>Opportunities:</b>	<b>Threats:</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Pertumbuhan global halal tourism</li> <li>• Dukungan pemerintah &amp; tren ekonomi digital</li> <li>• Kolaborasi dengan UMKM halal &amp; platform internasional</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Persaingan dengan platform wisata nasional dan global (Traveloka, Tiket.com, HalalTrip).</li> <li>• Risiko tumpang tindih program antar instansi.</li> <li>• Ketergantungan pada anggaran pemerintah daerah.</li> <li>• Rendahnya kesadaran pengguna terhadap pentingnya wisata halal.</li> </ul>

Analisis SWOT terhadap model eksisting pariwisata digital Jawa Barat menunjukkan bahwa meskipun telah ada upaya digitalisasi di berbagai daerah, kekuatan tersebut belum mampu mengatasi kelemahan mendasar berupa fragmentasi sistem dan minimnya integrasi antarplatform. Peluang besar sebenarnya terbuka melalui tren pertumbuhan wisata halal dan dukungan pemerintah terhadap digitalisasi melalui ETPD, namun potensi ini belum dimanfaatkan secara optimal. Di sisi lain, ancaman eksternal seperti dominasi platform wisata nasional dan rendahnya kesadaran terhadap konsep wisata halal menambah tantangan dalam pengembangannya. Oleh karena itu, hasil analisis ini menegaskan perlunya transformasi menuju model yang lebih terintegrasi, adaptif, dan berorientasi pada kebutuhan pasar halal.

**Improve Phase: Perancangan Inovasi Platform Digital One Stop Service untuk Optimalisasi Ekosistem Pariwisata Halal Jawa Barat**



**Gambar 8.** Alur User Journey setelah improve

Alur user journey yang meliputi lima tahap utama. Pertama, *Awareness*, di mana wisatawan mengenal platform melalui promosi digital, media sosial, maupun rekomendasi komunitas. Kedua, *Consideration*, ketika wisatawan mulai mengeksplorasi aplikasi untuk mencari destinasi halal, restoran bersertifikasi, dan akomodasi syariah. Ketiga, *Decision*, yaitu tahap pemesanan tiket, hotel, atau transportasi secara langsung melalui aplikasi dengan dukungan pembayaran digital seperti QRIS, e-wallet, dan kartu. Keempat, *Experience*, di mana wisatawan dapat memanfaatkan fitur peta masjid, rekomendasi kuliner halal terdekat, dan ulasan komunitas selama perjalanan. Terakhir, *Post-Experience*, saat wisatawan memberikan ulasan, rating, serta membagikan pengalaman ke media sosial yang terintegrasi dengan aplikasi, sehingga tercipta promosi organik yang berkelanjutan. Untuk menilai efektivitas rancangan Platform Digital One Stop Halal Tourism Jawa Barat, diperlukan perbandingan yang jelas dengan model bisnis aplikasi wisata yang saat ini sudah ada.



**Tabel 4.** Perbandingan *User Journey* dengan Model eksisting dan usulan

Tahap <i>User Journey</i>	Model Eksisting	Model Usulan ( <i>Improve</i> )
<i>Awareness</i>	Wisatawan mengenal aplikasi melalui media sosial, situs resmi pemerintah, atau rekomendasi lokal. Promosi masih sporadis dan tidak terintegrasi antar platform.	Promosi dilakukan secara digital dan terintegrasi dalam satu platform melalui kampanye media sosial, influencer, dan komunitas wisata Muslim, sehingga meningkatkan kesadaran merek dan jangkauan audiens.
<i>Consideration</i>	Pengguna mencari informasi dasar tentang destinasi, event, atau paket wisata tertentu, tetapi konten masih parsial dan terbatas pada wilayah atau jenis wisata tertentu.	Wisatawan dapat mengeksplorasi berbagai budaya, sejarah, destinasi halal, akomodasi syariah, dan restoran bersertifikat halal dengan fitur pencarian yang terverifikasi dan terpersonalisasi.
<i>Decision</i>	Beberapa aplikasi menyediakan e-ticketing atau reservasi sederhana, tetapi belum mendukung transaksi digital non-tunai secara menyeluruh.	Wisatawan dapat melakukan pemesanan tiket, hotel, dan transportasi langsung melalui aplikasi dengan dukungan sistem pembayaran digital seperti QRIS, e-wallet, dan kartu.
<i>Experience</i>	Pengguna hanya dapat mengakses informasi dasar seperti rute, jadwal, atau lokasi destinasi tanpa fitur tambahan yang memperkaya pengalaman wisata.	Aplikasi menyediakan fitur interaktif seperti peta masjid, akomodasi travel atau perjalanan, rekomendasi kuliner halal, ulasan komunitas selama perjalanan untuk meningkatkan kenyamanan dan pengalaman wisatawan.
<i>Post-Experience</i>	Beberapa belum tersedia fitur review, rating, atau komunitas pengguna, sehingga promosi bergantung pada media sosial pribadi wisatawan.	Wisatawan dapat memberikan ulasan, rating, dan membagikan pengalaman langsung di aplikasi yang terhubung ke media sosial, menciptakan promosi organik dan interaksi berkelanjutan.

Aplikasi eksisting pada umumnya hanya berfokus pada segmen tertentu, seperti wisata budaya, petualangan, atau promosi destinasi secara umum. Meskipun telah memberikan kontribusi dalam memperkenalkan pariwisata Jawa Barat, model tersebut masih menunjukkan berbagai keterbatasan, mulai dari minimnya integrasi data, ketiadaan fitur khusus pariwisata halal, hingga rendahnya interaksi berkelanjutan dengan pengguna. Kondisi ini membuat layanan yang ada belum sepenuhnya menjawab kebutuhan wisatawan, terutama yang mencari pengalaman halal tourism yang terjamin dan terukur. Sebaliknya, model usulan menawarkan pendekatan yang lebih inklusif dan terintegrasi. Dengan menggabungkan informasi halal terverifikasi, layanan reservasi, transaksi digital, serta fitur komunitas dalam satu platform, sistem ini diharapkan mampu menciptakan ekosistem pariwisata halal yang transparan, efisien, dan berorientasi pada pengalaman pengguna.



Gambar 9. BMC platform one stop terintegrasi yang diusulkan

Model bisnis baru yang diusulkan dikembangkan sebagai solusi atas berbagai keterbatasan sistem pariwisata digital Jawa Barat yang selama ini masih bersifat parsial, terbatas pada jenis wisata tertentu, dan belum mampu mengakomodasi kebutuhan wisata halal secara menyeluruh. Melalui pendekatan yang lebih komprehensif, inklusif, dan terintegrasi, Platform Digital One Stop Halal Tourism Jawa Barat dirancang tidak hanya sebagai penyedia informasi, tetapi juga sebagai ekosistem terpadu yang menghubungkan layanan reservasi, transaksi digital, promosi UMKM halal, serta pemantauan data berbasis analitik. Hasil komparasi Business Model Canvas (BMC) menunjukkan bahwa model ini menawarkan nilai tambah signifikan dibandingkan model eksisting karena mampu menghadirkan layanan one stop service halal yang mencakup informasi halal terverifikasi, pemesanan daring, dan keterlibatan pengguna melalui fitur review, rating, serta komunitas halal. Didukung oleh integrasi teknologi seperti media sosial, e-wallet, dan big data dashboard, platform ini memperluas segmentasi pasar hingga wisatawan Muslim domestik dan internasional, UMKM halal, serta pemerintah daerah.

Secara strategis, implementasi platform ini tidak hanya memperkuat branding halal tourism dan meningkatkan Pendapatan Asli Daerah (PAD), tetapi juga mendukung penerapan Elektronifikasi Transaksi Pemerintah Daerah (ETPD) melalui sistem pembayaran non-tunai berbasis digital yang mendorong transparansi, akuntabilitas, dan efisiensi pengelolaan keuangan daerah. Seiring meningkatnya potensi dan aktivitas wisata halal di Jawa Barat, penerapan ETPD pada sektor pariwisata secara otomatis akan memperbesar volume transaksi digital dan jumlah kunjungan wisatawan, karena seluruh layanan dan pembayaran terintegrasi dalam satu ekosistem yang mudah diakses. Temuan ini sejalan dengan hasil penelitian Lubis dan Nurohman (2023) yang menunjukkan bahwa kemudahan penggunaan sistem pembayaran digital berpengaruh signifikan terhadap peningkatan keputusan wisatawan untuk bertransaksi di destinasi wisata. Penelitian Setiawan et al. (2024) juga membuktikan bahwa integrasi sistem pembayaran digital dan Internet of Things (IoT) secara positif meningkatkan pengalaman wisatawan di Bali, yang berdampak langsung pada peningkatan jumlah kunjungan. Dalam konteks pariwisata halal, Azam, Muflih, dan Al Haq (2024) menegaskan bahwa inovasi digital, termasuk penerapan transaksi non-tunai, mampu memperkuat pengalaman wisatawan muslim dan meningkatkan daya tarik destinasi halal. Dengan demikian, platform ini tidak hanya memperkuat tata kelola keuangan daerah melalui ETPD, tetapi juga berpotensi menjadi penggerak pertumbuhan kunjungan wisata dan penguatan ekonomi syariah daerah yang berkelanjutan.



Tabel 5. SWOT analisis

<p style="text-align: center;"><b>Strength:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● One stop service pariwisata halal</li> <li>● Dukungan sertifikasi halal resmi (MUI/BPJPH)</li> <li>● Integrasi pembayaran &amp; reservasi digital</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>Weakness:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Tingkat literasi digital masyarakat belum merata</li> <li>● Ketergantungan pada Infrastruktur Digital</li> </ul>
<p style="text-align: center;"><b>Opportunities:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Pertumbuhan global halal tourism</li> <li>● Dukungan pemerintah &amp; tren ekonomi digital</li> <li>● Kolaborasi dengan UMKM halal &amp; platform internasional</li> <li>● Pertumbuhan pasar wisata halal global dan domestik yang pesat</li> <li>● Dukungan pemerintah terhadap digitalisasi dan ETPD</li> <li>● Potensi kolaborasi dengan UMKM, travel agent halal, dan fintech</li> <li>● Kesiapan masyarakat terhadap layanan digital dan pembayaran non-tunai</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>Threats:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Persaingan dengan aplikasi wisata mainstream global</li> <li>● Ancaman keamanan siber &amp; perlindungan data</li> <li>● Risiko rendahnya adopsi masyarakat jika sosialisasi kurang</li> <li>● Potensi Resistensi Masyarakat</li> </ul>

Analisis SWOT terhadap model bisnis Platform Digital Halal Tourism Jawa Barat menunjukkan bahwa kekuatan utama terletak pada kemampuan platform untuk menghadirkan layanan terpadu (one stop service) yang sesuai dengan kebutuhan wisatawan muslim. Dukungan sertifikasi halal resmi serta integrasi sistem pembayaran digital memperkuat kepercayaan dan kenyamanan pengguna. Namun, kelemahan masih terlihat pada faktor internal, seperti rendahnya literasi digital masyarakat di beberapa daerah, ketergantungan pada proses sertifikasi halal yang cukup memakan waktu, serta tingginya biaya awal dalam tahap pengembangan teknologi dan infrastruktur. Di sisi lain, peluang yang dapat dimanfaatkan sangat besar, terutama dengan meningkatnya tren halal tourism secara global, dukungan kuat dari pemerintah, serta potensi kolaborasi luas dengan UMKM halal maupun platform internasional. Meski demikian, ancaman eksternal tetap perlu diantisipasi, antara lain kompetisi dengan aplikasi wisata mainstream global, isu keamanan siber, serta risiko rendahnya tingkat adopsi masyarakat apabila sosialisasi dan edukasi tidak dilakukan secara optimal. Oleh karena itu, strategi mitigasi risiko serta penguatan promosi digital menjadi kunci keberhasilan dalam implementasi model bisnis ini.

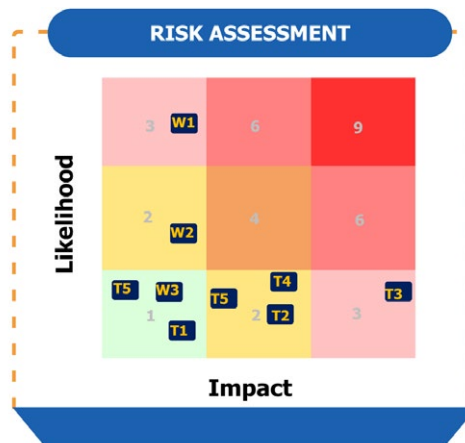
**Control Phase: Rencana Implementasi, Monitoring, dan Keberlanjutan Inovasi Digital Pariwisata Halal**

Dari identifikasi SWOT ini, sejumlah risiko dapat dirumuskan untuk disusun ke dalam risk assessment matrix, seperti: (1) risiko teknis berupa downtime sistem dan kegagalan konektivitas yang dapat mengganggu akses wisatawan dalam melakukan reservasi maupun transaksi; (2) risiko sosial akibat resistensi atau rendahnya literasi digital masyarakat, yang bisa menurunkan tingkat adopsi aplikasi; dan (3) risiko keamanan digital yang berpotensi menimbulkan serangan siber atau kebocoran data pengguna. Risiko-risiko tersebut perlu dianalisis lebih lanjut berdasarkan tingkat kemungkinan (likelihood) dan dampaknya (impact), agar dapat ditentukan prioritas mitigasi dan rencana aksi yang tepat. Dengan cara ini, hasil SWOT tidak hanya sekadar menjadi instrumen diagnosis, tetapi juga landasan dalam merancang strategi manajemen risiko yang lebih terarah untuk mendukung keberlanjutan platform digital halal tourism Jawa Barat.

**Tabel 6. Risk Assessment Matrix (Likelihood vs Impact)**

Risiko	Likelihood	Impact	Level Risiko	Prioritas
Risiko teknis (gangguan sistem & konektivitas)	Sedang	Sedang	Medium	1
Risiko integrasi data lintas lembaga	Rendah	Sedang	Low	2
Risiko sosial (literasi digital masyarakat)	Sedang	Rendah	Low	3

Tabel 3.5 menggambarkan identifikasi risiko yang mungkin terjadi dalam pelaksanaan program. Risiko teknis berupa gangguan sistem dan konektivitas dinilai memiliki tingkat risiko medium dengan prioritas utama untuk segera diantisipasi karena dapat langsung menghambat operasional. Risiko integrasi data lintas lembaga memiliki tingkat risiko low, namun tetap perlu diperhatikan agar proses pertukaran data berjalan lancar. Sementara itu, risiko sosial terkait literasi digital masyarakat juga tergolong low, tetapi penting untuk diatasi melalui edukasi dan sosialisasi agar pemanfaatan program dapat optimal.



**Gambar 10. Risk Assesment model usulan**

Asesmen risiko berdasarkan analisis SWOT menunjukkan bahwa kelemahan utama yang dihadapi adalah tingkat literasi digital masyarakat yang belum merata (W1). Kondisi ini berisiko menurunkan efektivitas platform karena sebagian pengguna, baik wisatawan maupun pelaku UMKM, kesulitan dalam mengakses layanan. Untuk itu, diperlukan mitigasi melalui sosialisasi, edukasi, serta program pendampingan digital yang difokuskan pada komunitas lokal sehingga kemampuan masyarakat dalam memanfaatkan platform dapat meningkat. Selain itu, adanya ketergantungan pada proses sertifikasi halal yang memakan waktu (W2) juga memunculkan risiko keterlambatan penyediaan informasi yang lengkap dan valid. Hal ini bisa mengurangi tingkat kepercayaan wisatawan terhadap akurasi data dalam platform. Upaya mitigasi dapat dilakukan dengan memperkuat kerja sama dengan lembaga berwenang seperti BPJPH dan MUI, serta menyediakan mekanisme verifikasi sementara berbasis komunitas yang diawasi oleh otoritas resmi agar data tetap relevan dan kredibel.

Biaya awal pengembangan yang tinggi (W3) juga menjadi faktor risiko yang perlu diperhatikan, karena keterbatasan dana berpotensi menghambat operasional dan keberlanjutan platform. Jika tidak ditangani, risiko ini dapat menurunkan kualitas layanan bahkan menimbulkan downtime. Untuk mengatasinya, diperlukan strategi pendanaan jangka panjang melalui kemitraan dengan investor, dukungan pemerintah, serta peluang sponsorship internasional agar stabilitas finansial lebih terjaga.



Selain kelemahan internal, terdapat pula ancaman eksternal seperti gangguan teknis atau *downtime* sistem (T<sub>1</sub>), risiko kegagalan integrasi data antar lembaga (T<sub>2</sub>), resistensi masyarakat terhadap inovasi digital (T<sub>3</sub>), ketidaksiapan aparat pemerintah daerah (T<sub>4</sub>), serta ancaman keamanan siber (T<sub>5</sub>). Upaya mitigasi yang disarankan meliputi:

1. Pembangunan infrastruktur server terdistribusi untuk menjaga ketersediaan sistem;
2. Penerapan standar interoperabilitas data antarinstitusi;
3. Kampanye sosialisasi publik untuk mendorong adopsi teknologi;
4. Peningkatan kapasitas SDM pemerintah melalui pelatihan *digital governance*, dan
5. Implementasi sistem keamanan siber berstandar ISO 27001 untuk menjamin perlindungan data.

Dengan penerapan strategi mitigasi tersebut, potensi risiko dapat diminimalkan, dan implementasi platform pariwisata halal di Jawa Barat diharapkan dapat berjalan efektif, aman, serta berkelanjutan, sekaligus memberikan manfaat ekonomi dan fiskal bagi pemerintah daerah melalui penguatan ETPD dan peningkatan aktivitas wisata halal.

### ASPEK REKOMENDATIF

Berdasarkan hasil pemetaan risiko melalui *risk assessment matrix*, keberhasilan implementasi model ini sangat dipengaruhi oleh konsistensi kebijakan pemerintah daerah, kesiapan infrastruktur digital, dan efektivitas koordinasi lintas instansi. Kondisi saat ini menunjukkan bahwa sistem digital antarinstitusi masih berjalan sendiri-sendiri, belum saling terhubung, dan belum ada basis data terpadu yang mendukung pengambilan keputusan wisatawan atau konsumen secara cepat dan akurat. Situasi ini membuat pengembangan pariwisata halal sulit berkelanjutan jika masih mengandalkan pendekatan konvensional tanpa integrasi teknologi dan koordinasi lintas lembaga. Oleh karena itu, penerapan platform digital terintegrasi menjadi langkah antisipatif terhadap dinamika jangka panjang, baik dari sisi perkembangan teknologi, perubahan preferensi wisatawan muslim global, maupun tuntutan transparansi dan efisiensi tata kelola keuangan daerah melalui Elektronifikasi Transaksi Pemerintah Daerah (ETPD).

Dari sisi pemerintah daerah, penerapan model ini tidak hanya berfungsi sebagai instrumen peningkatan transparansi fiskal dan akuntabilitas publik, tetapi juga sebagai penggerak pertumbuhan ekonomi daerah melalui optimalisasi transaksi wisata halal dan perluasan pasar UMKM halal lokal. Dalam skenario optimistis, model ini berpotensi memperkuat posisi Jawa Barat sebagai pusat pariwisata halal nasional melalui digitalisasi layanan, peningkatan literasi digital pelaku usaha, dan integrasi sistem ETPD yang memperkuat kemandirian fiskal daerah. Sementara dalam skenario moderat, keberhasilan implementasi sangat bergantung pada sinergi kebijakan lintas sektor, dukungan anggaran berkelanjutan, serta kapasitas sumber daya manusia daerah. Sebaliknya, jika model ini tidak segera diimplementasikan, risiko stagnasi inovasi, rendahnya daya saing, dan tertinggalnya adopsi digital akan semakin besar. Dengan demikian, penerapan model bisnis ini bukan sekadar inovasi teknologis, melainkan *strategic necessity* bagi pemerintah daerah untuk memastikan pariwisata halal Jawa Barat mampu beradaptasi, berinovasi, dan berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi serta penguatan tata kelola keuangan publik yang berkelanjutan. Berdasarkan hasil penelitian dan gap analysis, berikut tiga rekomendasi utama untuk pengembangan pariwisata halal terintegrasi di Jawa Barat.

1. Penerapan Platform Digital Halal Tourism One Stop Terintegrasi
  - a. Bangun atau sesuaikan platform untuk destinasi, UMKM, kuliner, transportasi dan layanan halal secara real time.
  - b. Contoh: Smart Halal Tourism Dashboard menampilkan data kunjungan, transaksi, dan ketersediaan layanan halal.
2. *Market Adaptation & Halal Tourism Experience Innovation*
  - a. Kembangkan aplikasi pengalaman wisata halal berbasis digital dengan review, rekomendasi, dan transaksi terintegrasi.
  - b. Contoh: Halal Tourism Experience App menyesuaikan fitur berdasarkan gap analysis, meningkatkan.
3. Integrasi Data & Dashboard Ekonomi Syariah Daerah
  - a. Buat dashboard big data/AI untuk memantau transaksi, UMKM, dan PAD/ETPD serta sinkronisasi lintas instansi.
  - b. Contoh: Dashboard terpadu ekonomi syariah untuk memprioritaskan intervensi berdasarkan gap analysis.

## KESIMPULAN

Penelitian ini menegaskan bahwa pariwisata halal memiliki potensi strategis untuk dikembangkan di Jawa Barat, sejalan dengan tren pertumbuhan ekonomi syariah baik di tingkat nasional maupun global. Kebaruan penelitian ini terletak pada integrasi Lean Six Sigma dalam perancangan Platform Digital One Stop Halal Tourism, yang menghadirkan sistem digital terpadu antar subsektor kuliner, akomodasi, transportasi, serta layanan informasi dalam satu ekosistem yang kolaboratif dan berorientasi pada efisiensi serta kualitas layanan. Pendekatan ini menjawab research gap dalam literatur, di mana implementasi digital halal sebelumnya masih terfragmentasi dan terbatas pada satu subsektor atau komunitas tertentu.

Analisis SWOT dan asesmen risiko menunjukkan bahwa keberhasilan platform pariwisata halal Jawa Barat sangat bergantung pada kesiapan teknologi, literasi digital masyarakat, serta dukungan regulasi dan sertifikasi halal yang kredibel. Integrasi pemerintah daerah, UMKM halal, komunitas wisata, dan lembaga sertifikasi menjadi kunci dalam membangun ekosistem yang inklusif dan berkelanjutan. Dari perspektif kebijakan, implementasi platform ini mendukung arah strategis Pemprov Jawa Barat 2025 dalam meningkatkan Electronic Transaction Processing Data (ETPD), mendorong pertumbuhan Pendapatan Asli Daerah, dan memperkuat daya saing ekonomi digital halal. Dengan demikian, inovasi ini menjadi instrumen konkret untuk mengoptimalkan pariwisata halal Jawa Barat, memaksimalkan potensi ekonomi daerah, sekaligus memperkuat posisi Indonesia sebagai pusat ekonomi syariah global.

## REFERENSI

- Azam, M. S. E., Muflih, B. K., & Al Haq, M. A. (2024). Intersection Between Modern Technologies and Halal Tourism: Exploring the Role of Digital Innovation in Enhancing Muslim Travellers' Experience. *The Journal of Muamalat and Islamic Finance Research*, 21(1), 16-31. <https://doi.org/10.33102/jimifr.546>
- Chen, X., & Thapa, D. (2025). Clarifying the business model construct: A theory-driven integrative literature re- view through ecosystems and open systems perspectives. *Review of Managerial Science*. <https://doi.org/10.1007/s11846-025-00917-7>
- García Lechuga, A., Cortés Robles, G., Arredondo Soto, K. C., & Miranda Ackerman, M. A. (2023). The integration of the business model canvas and the service blueprinting to assist the conceptual design of new product- service systems. *Journal of Cleaner Production*. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2023.137801>
- DinarStandard. (2023). State of the global Islamic economy report 2023/24. Dubai: DinarStandard & Salaam Gate- way. Diakses dari <https://salaamgateway.com/story/the-global-islamic-economy-202425-overview-muslim-consumer-market-size-and-trajectory>
- Haspramudilla. (2024). Perkembangan ekonomi syariah di Indonesia menuju pusat ekonomi syariah global. *Opini Kementerian Keuangan Republik Indonesia*. Diakses dari <https://opini.kemkeu.go.id/arti- cle/read/perkembangan-ekonomi-syariah-di-indonesia-menuju-pusat-ekonomi-syariah-global>
- Hendra, M. (2024). Hasil penelitian menunjukkan bahwa pelatihan digital marketing memberikan dampak positif yang signifikan bagi pelaku usaha mikro dan kecil. *Jurnal Abmas*. <https://www.jahe.or.id/index.php/jahe/article/view/1684>
- Irfany, M. I., & Rusydiana, A. S. (2022). Challenges in Developing Integrated Halal Industry in Indonesia. *Halal Tourism & Pilgrimage (HTP) Journal*, 2(1), 114. <https://doi.org/10.58968/htp.v2i1.114>
- Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah. (2019). *Masterplan Ekonomi Syariah Indonesia 2019–2024*. Jakarta: KNEKS. <https://kneks.go.id>
- Komite Nasional Ekonomi dan Keuangan Syariah (KNEKS). (2025). Perkembangan total aset keuangan syariah momentum awal tahun 2025. Diakses dari <https://kneks.go.id/berita/703/perkembangan-total-aset- keuangan-syariah-momentum-awal-tahun-2025?category=1>
- Laiya, N. P. (2025). Pemberdayaan UMKM melalui digital marketing tidak hanya memberikan manfaat bagi pelaku usaha, tetapi juga berkontribusi terhadap pertumbuhan ekonomi secara keseluruhan. *Jurnal Abmas*. <https://ejournal.cvddabeeayla.com/index.php/J-AbMas/article/download/52/37>
- Lei, X., Hamamurad, Q., & Zakaria, N. H. (2025). Assessing business model innovation in high-tech startups with Biblioshiny. *Future Business Journal*, 11(172). <https://doi.org/10.1186/s43093-025-00588-6>
- Lubis, A. S. & Nurohman, Y. A. (2023). Analisis Faktor Determinan Wisatawan Domestik Menggunakan



- Digital Payment pada Sektor Pariwisata di Kota Yogyakarta. *Syntax Literate: Jurnal Ilmiah Indonesia*, 7(11). <https://doi.org/10.36418/syntax-literate.v7i11.11755>
- Montijn van de Ven, Machado, P. L., Athanasopoulou, A., Aysolmaz, B., & Turetken, O. (2023). Key performance indicators for business models: A systematic review and catalog. *Information Systems and e-Business Management*, 21, 753–794. <https://doi.org/10.1007/s10257-023-00650-2>
- Nurhayati, I., Gustiawati, S., Rofiáh, R., Pujiastuti, S., Mutmainah, I., Rainanto, B. H., Harini, S., & Endri, E. (2025). Community-Based Halal Tourism and Information Digitalization: Sustainable Tourism Analysis. *Tourism and Hospitality*, 6(3), 148. <https://doi.org/10.3390/tourhosp6030148>
- Pemerintah Provinsi Jawa Barat. (2025). Laporan Kinerja Pembangunan Daerah Provinsi Jawa Barat Tahun 2025. Bandung: Bappeda Provinsi Jawa Barat. <https://bappeda.jabarprov.go.id>
- Puyt, R. W., Lie, F. B., & Wilderom, C. P. M. (2023). The origins of SWOT analysis. *Long Range Planning*, 56(3), 102304. <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2023.102304>
- Maulana, H., Mohamed Asmy Bin Mohd Thasker, M., & Ridlo Zarkasyi, M. (2024). Issues & Challenges of Halal Industry Development in Indonesia: Stakeholder Perspectives. Atlantis Press. <https://www.atlantispress.com/article/125997224.pdf>
- Marques, P., Conceição, L., Carvalho, A. M., & Reis, J. (2025). Driving sustainable operations: Aligning Lean Six Sigma practices with sustainability goals. *Sustainability*, 17(19), 8898. <https://doi.org/10.3390/su17198898>
- Musaddad, A. A., Rahayu, O. Y., Pratama, E., Supraptiningsih, S., & Wahyuni, E. (2019). Pembangunan pariwisata berkelanjutan di Indonesia. *Dinamika Administrasi: Jurnal Ilmu Administrasi dan Manajemen*, 2(1).
- Rahma, A. A. (2020). Potensi sumber daya alam dalam mengembangkan sektor pariwisata di Indonesia. *Jurnal Nasional Pariwisata*, 12(1), 1–8.
- Ramadhany, F., & Ridwan, A. A. (2018). Implikasi pariwisata syariah terhadap peningkatan pendapatan dan kesejahteraan masyarakat. *Muslim Heritage*, 3(1), 157–176.
- RRI. (2024). Sektor pariwisata jadi kunci pertumbuhan ekonomi digital di Indonesia . Diakses dari <https://rri.co.id/wisata/436883/sektor-pariwisata-jadi-kunci-pertumbuhan-ekonomi-digital-di-indonesia>
- Salwin, M., Jacyna-Gołda, I., Kraslawski, A., & Waszkiewicz, A. E. (2022). The use of business model canvas in the design and classification of product-service systems design methods. *Sustainability*, 14(7), 4283. <https://doi.org/10.3390/su14074283>
- Setiawan, Z., Sembiring, A. P., Vandika, A. Y., Pratama, I. W. A., & Diwyarthi, N. D. M. S. (2023). The Influence of Internet of Things (IoT), Digital Payment Systems, and 24/7 Customer Support Services on Improving Tourist Experience at Tourism Destinations in Bali, Indonesia. *West Science Social and Humanities Studies*, 2(09). <https://doi.org/10.58812/wsshs.v2i09.1293>
- Sugianto, S., Zuhra, S. A., & El Alim, M. (2024). Kontribusi sektor pariwisata halal terhadap produk domestik bruto (PDB) dalam membangun perekonomian berkelanjutan. *Mutawasith: Jurnal Hukum Islam*, 7(2), 118–133.
- Ülen, M., & Gülmez, M. (2020). Six Sigma approach to improve service quality and a practice study in hospitality sector. *Business & Management Studies: An International Journal (BMIJ)*, 8(3), 3150–3182. <https://doi.org/10.15295/bmij.v8i3.1555>
- Vero ASEAN. (2023). Halal tourism in Indonesia. Vero & GMO-Z.com Research. <https://vero-asean.com/whitepaper/halal-tourism-in-indonesia/>