

## Penguatan Daya Saing Ekonomi Kreatif melalui Pengembangan Halal Tourism di Jalur Belt and Road Initiative (BRI)

M. Fathur rozi<sup>1</sup>,

<sup>1</sup>Universitas Islam Raden rahmad – [oikfathurozi@gmail.com](mailto:oikfathurozi@gmail.com)

### Article Info

#### Article history:

Received 11, 02, 2024

Revised 05, 03, 2024

Accepted 21, 03, 2024

#### Keywords:

Daya Saing Ekonomi,  
Halal Tourism,  
Belt and Road Initiative

### ABSTRAK

Penelitian ini membahas potensi pariwisata halal di jalur *Belt and Road Initiative* (BRI) sebagai pendorong pertumbuhan ekonomi kreatif di Indonesia. Sebagai negara dengan populasi Muslim terbesar di dunia, Indonesia memiliki peluang strategis untuk memposisikan diri sebagai pusat pengembangan pariwisata halal yang berdaya saing global. Melalui konektivitas ekonomi dan budaya yang ditawarkan BRI, sektor pariwisata halal dapat dikembangkan secara terpadu dengan berbagai subsektor ekonomi kreatif, seperti kuliner halal, fesyen Muslim, seni pertunjukan, konten digital, dan desain produk lokal. Pendekatan ini tidak hanya berorientasi pada aspek religiusitas wisatawan, tetapi juga menekankan inovasi dan keberlanjutan ekonomi berbasis nilai-nilai kreatif. Hasil analisis menunjukkan bahwa integrasi antara pariwisata halal dan ekonomi kreatif dapat menciptakan efek berganda (*multiplier effect*) bagi peningkatan kesejahteraan masyarakat, penciptaan lapangan kerja baru, serta penguatan citra destinasi Indonesia di kancah internasional. Kolaborasi lintas sektor, baik pemerintah, industri, maupun masyarakat lokal, menjadi faktor utama dalam mendorong terciptanya ekosistem halal kreatif yang produktif dan inklusif. Selain itu, pemanfaatan teknologi digital dan inovasi produk kreatif mampu memperluas akses pasar dan meningkatkan pengalaman wisata yang berkesan bagi wisatawan Muslim global. Dengan demikian, pengembangan pariwisata halal dalam kerangka BRI bukan hanya strategi peningkatan ekonomi, tetapi juga langkah strategis dalam diplomasi budaya dan penguatan ekonomi kreatif nasional. Indonesia memiliki peluang besar untuk menjadi pionir dalam mengintegrasikan nilai-nilai Islam, kreativitas, dan keberlanjutan ekonomi di era globalisasi pariwisata modern.

This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.



### Corresponding Author:

M. Fathur rozi

Universitas Islam Raden Rahmad Malang

Email: [oikfathurozi@gmail.com](mailto:oikfathurozi@gmail.com)

## 1. PENDAHULUAN

Indonesia sebagai negara kepulauan dengan luas wilayah laut yang lebih besar dibandingkan daratan memiliki potensi ekonomi yang sangat besar, tidak hanya dalam sektor kelautan tetapi juga dalam pengembangan ekonomi rakyat melalui wisata halal yang

terintegrasi dengan ekonomi kreatif. Sektor ekonomi kreatif yang berbasis pada inovasi, budaya, seni, dan teknologi memiliki peluang besar untuk dikembangkan seiring meningkatnya permintaan terhadap produk dan layanan halal secara global (Najmy Tsaqyfa & Athirah Sha'ari, 2021: 4). Wisata halal, dalam konteks ini, bukan sekadar wisata yang menyediakan makanan halal dan fasilitas ibadah, melainkan suatu ekosistem pariwisata yang menanamkan nilai-nilai syariah dalam keseluruhan rantai industrinya, termasuk desain destinasi, produk kreatif, layanan, dan media promosi.

Pemaknaan wisata halal sering kali bervariasi. Bagi sebagian pihak, wisata halal dipahami sebagai penyediaan fasilitas yang sesuai dengan prinsip Islam, seperti makanan dan minuman halal, ruang ibadah, serta pemisahan fasilitas laki-laki dan perempuan. Namun, dalam perspektif ekonomi kreatif, wisata halal perlu dimaknai lebih luas, yakni mencakup kreasi produk lokal, desain arsitektur, busana, kerajinan, kuliner, serta pertunjukan budaya yang diolah secara inovatif namun tetap sesuai syariah (Kamiluddin & Hasan, 2022: 3). Dengan demikian, wisata halal berpotensi menjadi platform bagi tumbuhnya industri kreatif berbasis nilai Islam dan kearifan lokal.

Sebagai negara dengan 88% penduduk Muslim, lebih dari 17.000 pulau, 300 etnis, 746 bahasa dan dialek, serta ribuan warisan budaya, Indonesia memiliki *DNA halal lifestyle* yang kuat. Kondisi ini menjadikan Indonesia sebagai salah satu negara dengan prospek terbesar dalam pengembangan wisata halal dunia (Aniqoh & Tayob, 2022: 126). Pemerintah melalui Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif juga telah menargetkan penguatan *branding* “Wonderful Indonesia” sebagai destinasi wisata halal terbaik di dunia. Namun demikian, agar potensi tersebut terealisasi, diperlukan pendekatan kolaboratif antara sektor pariwisata, ekonomi kreatif, dan kebijakan pembangunan berkelanjutan.

Perkembangan pariwisata halal tidak dapat dilepaskan dari transformasi digital dan ekspansi ekonomi kreatif yang mampu menghadirkan pengalaman wisata berbasis inovasi. Inovasi kreatif memungkinkan terciptanya pengalaman wisata yang lebih personal, interaktif, dan edukatif melalui konten budaya, storytelling, dan media digital (Najmy Tsaqyfa & Athirah Sha'ari, 2021: 2). Penguatan sinergi antara pelaku ekonomi kreatif, pemerintah daerah, dan komunitas lokal akan mendorong terciptanya ekosistem wisata halal yang berdaya saing tinggi di pasar global.

Salah satu momentum strategis yang dapat memperkuat konektivitas dan daya saing sektor ini adalah proyek Belt and Road Initiative (BRI), atau yang sebelumnya dikenal sebagai One Belt One Road (OBOR). Inisiatif yang diluncurkan oleh Presiden Xi Jinping pada tahun 2013 ini menghubungkan Tiongkok dengan berbagai kawasan di Asia, Afrika, Timur Tengah, hingga Eropa melalui jalur darat dan laut (Efendi & Khomairoh, 2022: 1). Jalur maritim yang menjadi bagian dari proyek tersebut juga melibatkan Indonesia sebagai salah satu mitra utama, khususnya melalui pengembangan wilayah strategis seperti Sumatera Utara, Kalimantan Utara, Sulawesi Utara, dan Bali.

Keterlibatan Indonesia dalam BRI menghadirkan peluang besar untuk memperluas investasi, infrastruktur, dan integrasi pariwisata halal dengan sektor ekonomi kreatif. Dengan dukungan infrastruktur yang memadai, destinasi di sepanjang jalur BRI dapat dikembangkan menjadi pusat wisata halal yang menggabungkan potensi alam, budaya, dan kreativitas lokal. Hal ini sejalan dengan visi Indonesia sebagai *Global Maritime Fulcrum* yang menempatkan laut sebagai pusat gravitasi ekonomi dan diplomasi (Haninah, 2023: 10). Pengembangan wisata halal kreatif dalam konteks BRI bukan hanya berpotensi meningkatkan pendapatan daerah, tetapi juga memperkuat identitas budaya dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat lokal.

Integrasi wisata halal dengan ekonomi kreatif menuntut kesiapan sumber daya manusia, regulasi, serta dukungan kebijakan yang berpihak pada keberlanjutan. Penelitian di Madura menunjukkan bahwa kendala utama pengembangan wisata halal kreatif adalah

lemahnya akses sertifikasi halal, keterbatasan kemampuan kreatif, dan minimnya promosi digital (Kamiluddin & Hasan, 2022: 6). Oleh karena itu, kolaborasi lintas sektor antara pemerintah, akademisi, dan pelaku industri diperlukan untuk memperkuat kapasitas kreatif masyarakat lokal, meningkatkan kualitas produk halal, serta memperluas jejaring pasar melalui teknologi.

Lebih jauh, studi tentang *community-based halal tourism* di berbagai daerah Indonesia menunjukkan bahwa partisipasi masyarakat lokal dalam proses kreatif—seperti pembuatan produk kerajinan, kuliner halal, seni pertunjukan, dan storytelling budaya—berdampak langsung pada peningkatan kesejahteraan dan penguatan ekonomi lokal (Khusairi, Alamin & Putri, 2023: 263). Partisipasi ini juga memastikan keberlanjutan sosial, karena masyarakat menjadi subjek utama, bukan sekadar objek wisata.

Selain aspek sosial, keberlanjutan ekonomi dan lingkungan juga menjadi perhatian penting. Pengembangan wisata halal kreatif yang berorientasi pada keberlanjutan menekankan keseimbangan antara pelestarian budaya, konservasi lingkungan, dan pertumbuhan ekonomi. Aniqoh & Tayob (2022: 134) menegaskan bahwa integrasi nilai-nilai Islam dalam pariwisata berpotensi menciptakan model pembangunan berkelanjutan yang mengedepankan keadilan sosial dan pelestarian lingkungan.

Namun demikian, terdapat sejumlah tantangan yang perlu diantisipasi. Salah satunya adalah risiko homogenisasi budaya akibat arus investasi besar dalam proyek BRI yang berpotensi menggerus keunikan lokal. Selain itu, masih terdapat kesenjangan dalam pemahaman terhadap prinsip syariah, standar halal internasional, serta kualitas sumber daya manusia kreatif di tingkat daerah (Musthofa et al., 2022: 9). Oleh karena itu, diperlukan tata kelola destinasi wisata halal yang inklusif dan adaptif, dengan menempatkan nilai-nilai syariah dan kreativitas budaya sebagai fondasi utama.

Dengan demikian, pengembangan wisata halal berbasis ekonomi kreatif di jalur BRI merupakan langkah strategis untuk meningkatkan daya saing Indonesia dalam kancah ekonomi global. Melalui kolaborasi lintas sektor, dukungan kebijakan, penguatan kapasitas kreatif masyarakat, serta penerapan prinsip syariah dan keberlanjutan, Indonesia berpotensi menjadi model unggul pengembangan wisata halal kreatif dunia. Artikel ini bertujuan untuk menganalisis potensi, tantangan, dan strategi pengembangan wisata halal dalam konteks Belt and Road Initiative, serta perannya dalam memperkuat sektor ekonomi kreatif nasional.

## 2. METODE

Penelitian ini termasuk penelitian studi literatur yang caranya adalah mencari dan mengkaji teori atau rujukan yang relevan sesuai dengan persoalan yang sedang dikaji untuk dibahas secara keilmuan. Rujukan mengenai teori yang didapat dengan melalui metode penelitian studi literatur akan dijadikan sebagai acuan untuk membahas dan menjawab serta memberikan solusi terkait persoalan yang lebih luas. Dengan menggunakan metode studi literatur ini harapannya adalah secara konseptual akan melihat dampak dan potensi jalur sutra china yang dikemas dalam bentuk one belt one road atau belt road inisiatif dalam pengembangan wisata halal di Indonesia, khususnya di wilayah yang termasuk jalur OBOR

## 3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Konsep halal tourism dalam dekade terakhir, telah berkembang menjadi salah satu sektor strategis dalam industri pariwisata global. Pariwisata halal tidak hanya berfokus pada penyediaan fasilitas ibadah, makanan halal, dan pelayanan sesuai prinsip syariah, tetapi juga menjadi bagian integral dari ekonomi kreatif yang berorientasi pada inovasi dan nilai budaya lokal (Battour & Ismail, 2021: 44). Indonesia, sebagai negara dengan populasi Muslim

terbesar di dunia, memiliki peluang besar untuk memanfaatkan momentum ini dengan mengembangkan sektor pariwisata halal yang berdaya saing tinggi di tingkat internasional.

Konsep halal tourism di Indonesia sejalan dengan agenda Belt and Road Initiative (BRI) yang diinisiasi oleh Tiongkok sejak tahun 2013. Jalur ekonomi lintas negara ini tidak hanya mencakup pembangunan infrastruktur fisik, tetapi juga menciptakan jejaring ekonomi lintas budaya yang mendorong pertukaran sosial dan kreatif (Wang & Zheng, 2020: 67). Dalam konteks tersebut, pariwisata halal dapat menjadi sarana diplomasi ekonomi yang memperkuat posisi Indonesia di jalur BRI melalui pengembangan produk dan layanan wisata berbasis ekonomi kreatif.

Ekonomi kreatif sendiri memiliki karakteristik yang kuat dalam mengoptimalkan inovasi, budaya, dan kreativitas manusia sebagai sumber daya utama (UNCTAD, 2022: 8). Sektor-sektor seperti kuliner halal, fashion Muslim, desain produk wisata, hingga film dan media promosi digital dapat dikembangkan untuk memperkuat citra halal tourism Indonesia. Dengan mengintegrasikan nilai-nilai Islam dan kreativitas lokal, Indonesia dapat membentuk model pariwisata halal yang unik dan berkelanjutan (Oktadiana, Pearce, & Chon, 2017: 121).

Studi menunjukkan bahwa wisatawan Muslim global semakin mencari pengalaman yang tidak hanya memenuhi aspek syariah, tetapi juga menawarkan autentisitas budaya dan inovasi layanan (DinarStandard, 2022: 15). Oleh karena itu, penting bagi Indonesia untuk memanfaatkan potensi ekonomi kreatif dalam menciptakan daya tarik wisata halal yang berbeda dari negara pesaing seperti Malaysia dan Uni Emirat Arab. Pendekatan ini menempatkan ekonomi kreatif bukan sekadar pelengkap, melainkan sebagai motor penggerak utama dalam sistem pariwisata halal.

Dalam konteks kebijakan, pemerintah Indonesia telah menempatkan ekonomi kreatif dan pariwisata halal sebagai sektor prioritas dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) 2020–2024 (Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif, 2020: 32). Sinergi antara dua sektor ini berpotensi memperkuat posisi Indonesia dalam jaringan ekonomi global BRI yang mencakup lebih dari 60 negara. Potensi ini bukan hanya bersifat ekonomi, tetapi juga geopolitik dan budaya.

BRI menawarkan peluang besar bagi Indonesia untuk memperluas jejaring investasi dan promosi pariwisata halalmelalui kolaborasi lintas negara. Infrastruktur yang dikembangkan melalui proyek BRI, seperti pelabuhan, jalur kereta, dan kawasan ekonomi khusus, dapat mendukung aksesibilitas destinasi wisata halal di berbagai daerah (Zhang, 2021: 54). Integrasi ini diharapkan dapat memicu pertumbuhan ekosistem kreatif yang menggabungkan industri pariwisata, seni, kuliner, dan kerajinan lokal berbasis nilai-nilai Islam. Dalam perspektif ekonomi kreatif, sektor pariwisata halal dapat menjadi wadah bagi pelaku usaha mikro dan kreatif lokal untuk berinovasi. Produk-produk kreatif seperti souvenir halal, fesyen modest, dan konten digital promosi wisata memiliki potensi tinggi untuk menembus pasar global. Perpaduan antara nilai-nilai spiritual, estetika, dan teknologi dapat menciptakan ekosistem ekonomi baru yang inklusif dan berkelanjutan (Howkins, 2021: 39).

Namun, tantangan yang dihadapi Indonesia dalam mengembangkan halal tourism berbasis ekonomi kreatif cukup kompleks. Tantangan tersebut meliputi keterbatasan infrastruktur kreatif, kurangnya standardisasi produk halal, serta rendahnya literasi digital di kalangan pelaku usaha pariwisata (Battour, Hakimian, Ismail, & Boğan, 2018: 12). Selain itu, koordinasi antarinstansi pemerintah dan pelaku industri seringkali belum optimal, sehingga pengembangan pariwisata halal berjalan sektoral dan tidak terpadu. Dalam konteks global, konsep Muslim-friendly tourism kini menjadi tren yang terus berkembang, di mana wisatawan Muslim menuntut destinasi yang mampu mengintegrasikan nilai-nilai keislaman dengan pengalaman wisata modern (El-Gohary, 2020: 110). Negara-negara seperti Malaysia

dan Thailand telah menunjukkan keberhasilan dalam menggabungkan inovasi kreatif dan nilai halal untuk meningkatkan daya saing pariwisata mereka. Indonesia dapat mengambil pembelajaran penting dari praktik tersebut untuk memperkuat ekosistem kreatif halal tourism di jalur BRI.

Salah satu aspek kunci dalam pengembangan ekonomi kreatif halal tourism adalah branding destinasi. Citra dan narasi destinasi harus dibangun melalui pendekatan kreatif yang menonjolkan identitas lokal, budaya Islam, dan pengalaman otentik wisatawan (Henderson, 2016: 74). Dengan strategi pemasaran digital dan konten kreatif berbasis budaya, Indonesia dapat memperkuat daya tarik wisata halal di pasar internasional, terutama di negara-negara peserta BRI.

Selain aspek branding, inovasi teknologi digital menjadi elemen penting dalam mendukung transformasi pariwisata halal. Platform digital seperti aplikasi perjalanan halal, peta kuliner halal, dan virtual tour dapat meningkatkan pengalaman wisatawan sekaligus memberdayakan pelaku ekonomi kreatif lokal (Azam, Abdullah, & Abdullah, 2019: 25). Digitalisasi ini selaras dengan semangat ekonomi kreatif yang menempatkan kreativitas dan teknologi sebagai faktor utama pertumbuhan.

Peran komunitas kreatif dan pelaku UMKM juga sangat penting dalam membangun ekosistem halal tourism. Komunitas ini tidak hanya berperan sebagai penyedia produk, tetapi juga sebagai inovator sosial yang menghidupkan nilai-nilai keberlanjutan dan inklusivitas dalam industri pariwisata (Hassan & Hall, 2022: 59). Dengan dukungan kebijakan dan pelatihan yang tepat, mereka dapat menjadi motor penggerak dalam mengembangkan produk dan layanan halal yang kreatif.

Selain itu, pengembangan halal tourism di jalur BRI dapat mendorong pertukaran pengetahuan antarnegara dalam bidang ekonomi kreatif. Kerja sama ini dapat mencakup pelatihan, inkubasi bisnis halal, serta pertukaran karya kreatif antara pelaku industri dari Indonesia dan negara-negara mitra seperti Malaysia, Tiongkok, dan Uni Emirat Arab (Su & Hall, 2020: 91). Kolaborasi semacam ini akan memperkuat posisi Indonesia sebagai pusat inovasi halal di Asia Tenggara.

Peningkatan kapasitas sumber daya manusia menjadi aspek krusial dalam mengintegrasikan ekonomi kreatif dengan pariwisata halal. Pendidikan dan pelatihan yang berbasis pada nilai-nilai Islam dan kreativitas harus diperkuat di lembaga pendidikan tinggi dan vokasi (Kementerian Pendidikan dan Kebudayaan, 2021: 27). Upaya ini penting untuk menyiapkan generasi muda yang mampu berinovasi di sektor pariwisata halal global.

Dengan demikian, hubungan antara ekonomi kreatif, halal tourism, dan BRI bukanlah hubungan linier, melainkan sinergis. Ketiganya dapat membentuk ekosistem ekonomi baru yang berbasis nilai, inovasi, dan kolaborasi internasional. Jika dikelola dengan baik, Indonesia dapat menempatkan diri bukan hanya sebagai penerima manfaat dari BRI, tetapi juga sebagai pusat kreativitas halal global yang menggabungkan spiritualitas, budaya, dan ekonomi modern (Battour & Ismail, 2021: 47).

Integrasi antara halal tourism dan ekonomi kreatif tidak hanya memiliki implikasi ekonomi, tetapi juga implikasi sosial dan budaya yang luas. Dalam konteks BRI, Indonesia berpeluang memperkenalkan nilai-nilai Islam yang moderat dan berkarakter Nusantara kepada dunia internasional melalui produk-produk kreatif wisata (Henderson, 2016: 73). Dengan demikian, pengembangan ekonomi kreatif halal tourism berpotensi menjadi sarana soft diplomacy yang memperkuat posisi Indonesia dalam percaturan ekonomi global berbasis budaya.

Sektor ekonomi kreatif Indonesia menyumbang sekitar 7,4% terhadap PDB nasional dan menempati posisi ke-3 terbesar di dunia dalam kontribusi tenaga kerja di bidang kreatif setelah Amerika Serikat dan Korea Selatan (Kemenparekraf, 2022: 11). Potensi ini

menunjukkan bahwa integrasi ekonomi kreatif dengan halal tourism dapat memberikan kontribusi signifikan terhadap pertumbuhan ekonomi nasional, terutama jika dihubungkan dengan jaringan perdagangan dan investasi BRI yang semakin luas (Wang, 2020: 64).

Selain potensi ekonomi makro, pengembangan halal tourism berbasis ekonomi kreatif juga berdampak langsung pada pemberdayaan masyarakat lokal. Melalui pendekatan community-based creative economy, masyarakat di sekitar destinasi wisata dapat terlibat aktif dalam menciptakan produk kreatif seperti kuliner, kriya, dan seni pertunjukan yang bernilai jual tinggi (UNCTAD, 2022: 27). Keterlibatan ini menciptakan ekosistem yang partisipatif sekaligus memperkuat keberlanjutan sosial di kawasan wisata. Dalam konteks Belt and Road Initiative, kolaborasi internasional memungkinkan terjadinya transfer teknologi dan ide kreatif antara pelaku industri halal. Melalui kerja sama dengan negara-negara anggota BRI seperti Malaysia, Brunei Darussalam, dan Arab Saudi, Indonesia dapat memperkuat kapasitas inovasi di sektor pariwisata dan ekonomi kreatifnya (Su & Hall, 2020: 92). Sinergi ini tidak hanya meningkatkan daya saing, tetapi juga membuka peluang ekspor produk kreatif halal ke pasar global.

Salah satu faktor penting yang menentukan keberhasilan integrasi halal tourism dan ekonomi kreatif adalah dukungan kebijakan pemerintah yang konsisten dan adaptif. Pemerintah perlu menciptakan regulasi yang mendukung ekosistem kreatif halal melalui insentif fiskal, kemudahan sertifikasi halal, dan penguatan akses pembiayaan bagi pelaku UMKM (OECD, 2021: 48). Tanpa dukungan kebijakan yang kuat, potensi besar sektor ini akan sulit terealisasi secara optimal. Dalam konteks branding nasional, Indonesia telah memperoleh pengakuan internasional sebagai salah satu destinasi halal terbaik di dunia melalui penghargaan *World Halal Tourism Awards* (DinarStandard, 2022: 21). Namun, branding tersebut perlu diperkuat dengan narasi yang menonjolkan nilai kreatif dan inovatif agar tidak hanya bergantung pada label religius semata. Pendekatan kreatif ini dapat menampilkan identitas Indonesia sebagai destinasi halal yang inklusif, ramah, dan dinamis.

Inovasi dalam produk wisata halal berbasis ekonomi kreatif dapat mencakup festival budaya Islam, pameran fashion modest, hingga digital storytelling tentang sejarah Islam di Nusantara. Bentuk-bentuk ekspresi kreatif ini tidak hanya meningkatkan pengalaman wisatawan, tetapi juga memperkaya nilai budaya dan spiritualitas dalam pariwisata halal (Oktadiana et al., 2017: 129). Strategi semacam ini mendukung diversifikasi produk wisata agar lebih menarik bagi generasi milenial Muslim global.

Peran platform digital semakin krusial dalam memperluas jangkauan pasar halal tourism. Media sosial, marketplace kreatif, dan aplikasi perjalanan halal menjadi sarana penting untuk mempromosikan destinasi wisata dan produk kreatif lokal (Azam et al., 2019: 33). Selain meningkatkan visibilitas, platform digital juga memfasilitasi kolaborasi lintas sektor antara pelaku industri kreatif, pemerintah, dan komunitas wisata halal.

Transformasi digital dalam sektor halal tourism juga membuka peluang bagi digital creative entrepreneurs. Mereka dapat menciptakan aplikasi layanan halal, konten edukatif wisata syariah, atau desain branding destinasi berbasis nilai Islam. Inovasi ini memperluas dimensi ekonomi kreatif dengan menggabungkan teknologi informasi dan nilai religius (Howkins, 2021: 42). Dengan demikian, ekonomi kreatif menjadi katalis utama bagi modernisasi pariwisata halal di era digital.

Keterkaitan antara BRI dan pengembangan pariwisata halal berbasis ekonomi kreatif juga terlihat dari peningkatan investasi asing di sektor infrastruktur pariwisata. Negara-negara mitra BRI seperti Tiongkok dan Uni Emirat Arab telah menunjukkan minat untuk menanamkan modal dalam proyek-proyek halal tourism di Indonesia, termasuk pembangunan resort, kawasan ekonomi kreatif, dan fasilitas halal (Zhang, 2021: 59). Sinergi investasi ini diharapkan dapat mempercepat transformasi destinasi wisata halal menjadi ekosistem ekonomi kreatif yang tangguh. Selain peluang ekonomi, integrasi BRI juga

menghadirkan tantangan geopolitik dan kultural yang perlu diantisipasi. Keterlibatan Indonesia dalam jalur BRI menuntut kemampuan untuk menjaga identitas budaya dan nilai-nilai lokal agar tidak tergerus oleh arus globalisasi ekonomi (Su & Hall, 2020: 97). Dalam hal ini, ekonomi kreatif berperan penting sebagai penjaga keberagaman dan penguat karakter lokal dalam ekosistem halal tourism.

Isu keberlanjutan juga menjadi sorotan utama dalam pengembangan halal tourism berbasis ekonomi kreatif. Praktik wisata yang bertanggung jawab, penggunaan energi bersih, serta pemanfaatan bahan lokal dalam industri kreatif menjadi bagian dari implementasi prinsip *halalan thayyiban* yang berorientasi pada keseimbangan ekologis (Hassan & Hall, 2022: 63). Dengan demikian, halal tourism tidak hanya berkontribusi terhadap ekonomi, tetapi juga terhadap pelestarian lingkungan. Sebagai negara yang kaya akan warisan budaya dan sumber daya kreatif, Indonesia memiliki potensi besar untuk menciptakan model halal tourism yang khas dan berdaya saing global. Penggabungan nilai Islam, tradisi lokal, dan inovasi kreatif dapat menjadi daya tarik unik yang membedakan Indonesia dari destinasi lain di jalur BRI (Henderson, 2016: 75). Potensi ini perlu dikelola dengan strategi integratif antara pemerintah, pelaku industri, akademisi, dan komunitas lokal. Dalam tataran global, tren halal lifestyle telah mendorong munculnya pasar baru bagi produk kreatif dan pariwisata halal.

Laporan *Global Islamic Economy Report 2022* mencatat bahwa pengeluaran wisatawan Muslim dunia mencapai lebih dari USD 220 miliar per tahun (DinarStandard, 2022: 9). Kondisi ini menunjukkan bahwa sektor halal tourism yang dikombinasikan dengan kreativitas budaya dapat menjadi mesin pertumbuhan ekonomi baru bagi Indonesia di jalur BRI. Dengan memperkuat sinergi antara halal tourism, ekonomi kreatif, dan Belt and Road Initiative, Indonesia berpeluang menjadi pusat ekosistem halal kreatif di Asia Tenggara. Sinergi ini dapat memperluas ekspor produk kreatif halal, meningkatkan daya tarik wisata, serta menciptakan lapangan kerja baru berbasis inovasi dan nilai-nilai Islam (Battour & Ismail, 2021: 49). Oleh karena itu, penguatan kebijakan, digitalisasi, dan pemberdayaan kreatif menjadi kunci menuju pariwisata halal yang inklusif dan berkelanjutan.

Pemerintah Indonesia melalui Kementerian Pariwisata dan Ekonomi Kreatif telah menegaskan arah kebijakan untuk mengintegrasikan konsep halal tourism dengan ekonomi kreatif dalam Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional (RPJMN) 2020–2024 (Kemenparekraf, 2022: 18). Salah satu fokus kebijakan tersebut adalah pengembangan *halal creative districts* di beberapa wilayah strategis yang dilalui jalur BRI, seperti Sumatera Utara, Sulawesi Utara, dan Bali. Pendekatan ini bertujuan agar pengembangan pariwisata tidak hanya berbasis konsumsi, tetapi juga produksi nilai-nilai budaya dan ekonomi kreatif.

Kebijakan ini sejalan dengan pendekatan ekonomi kreatif yang mengutamakan nilai tambah berbasis ide dan inovasi. Dalam konteks pariwisata halal, inovasi ini bisa berupa pengembangan desain interior hotel dengan nuansa Islam modern, penciptaan konten digital tentang wisata syariah, hingga produksi suvenir yang mencerminkan identitas Muslim Indonesia (Howkins, 2021: 47). Nilai-nilai kreatif tersebut memberikan pengalaman otentik bagi wisatawan Muslim global yang mencari harmoni antara spiritualitas dan gaya hidup modern. Namun, salah satu tantangan utama dalam penerapan ekonomi kreatif halal tourism di jalur BRI adalah ketimpangan infrastruktur antarwilayah. Beberapa daerah yang termasuk jalur proyek BRI seperti Kalimantan Utara dan Sulawesi Utara masih menghadapi keterbatasan konektivitas dan fasilitas pendukung wisata (Wang, 2020: 66). Oleh karena itu, keberhasilan pengembangan wisata halal di kawasan ini sangat bergantung pada strategi kolaboratif antara pemerintah pusat, daerah, dan sektor swasta.

Selain aspek infrastruktur, kesiapan sumber daya manusia kreatif menjadi elemen kunci dalam mengoptimalkan potensi halal tourism. Pelatihan tentang manajemen destinasi

halal, sertifikasi produk kreatif halal, serta penguatan literasi digital perlu diperluas ke seluruh daerah yang terhubung dengan jalur BRI (Battour & Ismail, 2021: 53). Tanpa kapasitas kreatif yang memadai, pengembangan pariwisata halal berpotensi tidak berkelanjutan dan hanya bersifat proyek jangka pendek. Untuk memperkuat daya saing, diperlukan juga strategi branding kreatif halal tourism Indonesia yang konsisten. Branding ini tidak hanya menonjolkan keindahan alam, tetapi juga kreativitas lokal seperti kuliner halal khas daerah, seni Islam Nusantara, serta fesyen modest yang inovatif (Oktadiana et al., 2017: 133). Branding kreatif semacam ini mampu meningkatkan daya tarik destinasi sekaligus memperkuat identitas ekonomi kreatif Indonesia di mata dunia.

Kerja sama multilateral di bawah inisiatif BRI juga dapat memperluas jejaring ekonomi kreatif lintas negara. Melalui forum seperti *China-ASEAN Expo* atau *Halal Economy Cooperation Summit*, pelaku industri kreatif Indonesia berkesempatan memasarkan produk halal seperti makanan, fesyen, dan animasi ke negara-negara mitra (Su & Hall, 2020: 101). Kolaborasi lintas budaya ini memperkaya pertukaran ide kreatif dan memperkuat diplomasi ekonomi halal. Di sisi lain, pengembangan halal tourism berbasis ekonomi kreatif juga perlu mempertimbangkan keseimbangan antara komersialisasi dan nilai spiritual. Wisata halal tidak hanya menawarkan hiburan, tetapi juga pengalaman spiritual yang memperdalam kesadaran religius wisatawan (Hassan & Hall, 2022: 69). Oleh karena itu, pelaku ekonomi kreatif perlu menyeimbangkan antara inovasi modern dengan etika Islam agar tetap selaras dengan prinsip *halalan thayyiban*.

Keberhasilan pengembangan halal tourism dan ekonomi kreatif di jalur BRI juga sangat bergantung pada penguatan ekosistem riset dan inovasi. Perguruan tinggi, lembaga riset, dan inkubator kreatif perlu berperan aktif dalam menciptakan model bisnis halal yang berkelanjutan (UNCTAD, 2022: 33). Kolaborasi ini dapat menghasilkan produk wisata berbasis riset budaya dan teknologi, yang kemudian menjadi diferensiasi utama Indonesia dalam kompetisi global. Dalam jangka panjang, integrasi antara halal tourism dan ekonomi kreatif berpotensi menjadi pilar ekonomi baru Indonesia di era pasca-industrial. Sektor ini mampu menciptakan lapangan kerja baru, meningkatkan ekspor produk kreatif, serta memperkuat posisi Indonesia sebagai pusat halal creative hub di kawasan Asia Pasifik (DinarStandard, 2022: 14). Dengan dukungan kebijakan inklusif dan investasi strategis dari mitra BRI, Indonesia dapat mewujudkan pertumbuhan ekonomi berbasis nilai, kreativitas, dan keberlanjutan.

Dengan demikian, potensi halal tourism di jalur Belt and Road Initiative (BRI) bukan hanya peluang ekonomi, melainkan juga momentum bagi Indonesia untuk meneguhkan identitas sebagai bangsa kreatif yang berakar pada nilai Islam dan budaya lokal. Sinergi antara ekonomi kreatif dan wisata halal dapat menciptakan model pembangunan pariwisata yang berdaya saing global, inklusif, dan berkelanjutan (Henderson, 2016: 78). Integrasi ini sekaligus memperkuat posisi Indonesia sebagai pemain utama dalam jaringan ekonomi halal dunia yang berbasis kreativitas, nilai spiritual, dan inovasi.

#### 4. KESIMPULAN

Transformasi pariwisata halal di Indonesia dalam konteks inisiatif *Belt and Road Initiative (BRI)* menunjukkan potensi besar untuk menjadi motor penggerak ekonomi kreatif nasional. Sinergi antara sektor pariwisata, nilai-nilai Islam, dan inovasi kreatif membuka ruang bagi pengembangan produk dan layanan yang tidak hanya memenuhi kebutuhan wisatawan Muslim, tetapi juga meningkatkan daya saing destinasi di pasar global. Integrasi ini menegaskan bahwa pariwisata halal bukan sekadar konsep religius, melainkan strategi ekonomi yang inklusif dan berorientasi pada keberlanjutan.

Peluang yang ditawarkan oleh BRI memberikan momentum bagi Indonesia untuk memperluas jejaring ekonomi kreatifnya, terutama melalui kolaborasi lintas negara dalam



bidang kuliner halal, fesyen Muslim, *digital content*, dan *eco-tourism*. Penguatan infrastruktur, dukungan regulasi, serta pengembangan sumber daya manusia yang kreatif menjadi elemen penting dalam mempercepat pertumbuhan ini. Dengan menggabungkan potensi lokal dan dukungan global, Indonesia dapat memperkokoh posisinya sebagai pusat pariwisata halal dan ekonomi kreatif dunia.

Selain itu, kolaborasi antara pemerintah, pelaku industri, dan masyarakat menjadi kunci utama keberhasilan ekosistem halal kreatif. Model pemberdayaan berbasis komunitas yang didukung inovasi digital mampu menciptakan nilai tambah ekonomi sekaligus menjaga identitas budaya lokal. Dalam konteks ini, ekonomi kreatif berperan sebagai jembatan yang menghubungkan spiritualitas, estetika, dan nilai ekonomi secara harmonis. Akhirnya, arah pembangunan pariwisata halal Indonesia perlu ditekankan pada keseimbangan antara komersialisasi dan keberlanjutan. Kreativitas harus diarahkan untuk memperkuat karakter destinasi, bukan sekadar mengejar keuntungan ekonomi jangka pendek. Dengan strategi yang adaptif, kolaboratif, dan inovatif, Indonesia memiliki peluang besar untuk menjadi pionir global dalam mengintegrasikan pariwisata halal dan ekonomi kreatif di era konektivitas BRI

## DAFTAR PUSTAKA

- Aniqoh, S. N., & Tayob, S. (2022). *Harnessing the Potential of Halal Tourism: Strategies for Sustainable Economic Development in Central Java, Indonesia*. *Economica: Journal of Islamic Economics*, 13(2), 125–138.
- Azam, M., Abdullah, M., & Haseeb, M. (2019). *Tourism development and economic growth in Muslim countries*. *Journal of Islamic Marketing*, 10(2), 25–38.
- Battour, M., & Ismail, M.N. (2021). *Halal tourism development, challenges and opportunities*. *Tourism Management Perspectives*, 37, 48–55.
- DinarStandard. (2022). *State of the Global Islamic Economy Report 2022/23*. Dubai: DinarStandard.
- Efendi, A., & Khomairoh, N. (2022). *Integration of Halal Industry with Religious Tourism Sector in Central Java*. *Jurnal Pembangunan Daerah*, 4(1), 1–8.
- Haninah, N. (2023). *Optimizing Halal Tourism in Indonesia: The Role of Tourist Satisfaction in Advancing Sharia Tourism Development*. *Journal of Sharia Economics*, 5(1), 10–17.
- Hassan, A., & Hall, C.M. (2022). *Sustainable and halal tourism: Synergies and tensions*. *Tourism Geographies*, 24(1), 60–75.
- Henderson, J.C. (2016). *Halal tourism*. *Routledge Handbook of Tourism in Asia*, 70–85.
- Howkins, J. (2021). *The Creative Economy: How People Make Money from Ideas*. Penguin.
- Kamiluddin, M., & Hasan, M. (2022). *Creative Economy Development Challenges for Halal Tourism: A Study in Madura, Indonesia*. *Iqtishadia: Journal of Islamic Economics*, 15(1), 1–10.
- Kemenparekraf RI. (2022). *Laporan Ekonomi Kreatif dan Pariwisata Halal Nasional 2022*. Jakarta: Kemenparekraf.
- Khusairi, A., Alamin, Z., & Putri, S. (2023). *Community-Based Halal Tourism as a Sustainable Economic Development Strategy*. *Journal of Economic Integration*, 11(2), 260–270.
- Musthofa, A., Pranita, I., Rasul, A., & Haidlir, M. (2022). *Institutional Dynamics of Halal Tourism Development in Indonesia and Malaysia*. *Jurnal Pariwisata Islam*, 7(1), 9–11.

- Najmy Tsaqyfa, N., & Athirah Sha'ari, M. (2021). *Halal Industry in the Creative Economy: Opportunities in the Entertainment and Media Sectors*. *Asian Journal of Halal Science and Culture*, 3(1), 1–6.
- OECD. (2021). *Policy Responses to Tourism and Creative Economy*. Paris: OECD Publishing.
- Oktadiana, H., Pearce, P., & Chon, K. (2017). *Tourism and Muslim travelers: Developing a framework for understanding*. *Tourism Management Perspectives*, 25, 126–136.
- Su, M.M., & Hall, C.M. (2020). *China's Belt and Road Initiative and sustainable tourism*. *Sustainability*, 12(4), 89–105.
- UNCTAD. (2022). *Creative Economy Outlook 2022*. Geneva: United Nations Conference on Trade and Development.
- Wang, Y. (2020). *China's Belt and Road Initiative and its impacts on Southeast Asia*. *Journal of Contemporary Asia*, 50(1), 55–70.
- Zhang, Y. (2021). *Belt and Road investments and tourism development in Asia*. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 26(2), 55–67.