



E-ISSN: 3025-4698  
P-ISSN: 3046-8582

# Jurnal Pembangunan Kota Tangerang

Jurnal Pembangunan Kota Tangerang | Vol. 2 | No. 2 | Hal.97-205 | Tahun 2024 | P-ISSN: 3046-8582



Diterbitkan oleh:  
Bappeda Kota Tangerang

## **PENGANTAR REDAKSI**

**Assalamu 'alaikum wr. wb.**

Puji syukur kami panjatkan ke hadirat Allah Yang Maha Esa atas limpahan rahmat dan karunia-Nya sehingga Jurnal Pembangunan Kota Tangerang Edisi Volume 2 Nomor 2 Tahun 2024 ini dapat diterbitkan sebagai dokumentasi dari Lomba Karya Tulis Inovatif Tahun 2024 yang diselenggarakan oleh Badan Perencanaan Pembangunan Daerah Kota Tangerang.

Jurnal ini secara khusus memuat karya-karya terbaik dari para pemenang Lomba Karya Tulis Inovatif Tahun 2024, yaitu juara pertama dan juara kedua dari setiap bidang kategori. Karya-karya ini telah melalui proses seleksi dan penilaian oleh tim dari Bappeda Kota Tangerang dan akademisi. Kami percaya bahwa artikel-artikel yang dipublikasikan di dalam jurnal ini merupakan bukti nyata dedikasi, kreativitas, dan inovasi para penulis dalam memberikan solusi atas tantangan-tantangan yang dihadapi di berbagai bidang.

Tujuan penerbitan jurnal ini adalah untuk memberikan apresiasi kepada para pemenang sekaligus menyebarkan gagasan inovatif mereka kepada khalayak luas. Kami berharap karya-karya yang terangkum dalam publikasi ini dapat menginspirasi para pembaca, memicu diskusi yang produktif, dan menjadi referensi yang bermanfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi.

Kami menyampaikan penghargaan yang setinggi-tingginya kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam penyelenggaraan lomba ini, termasuk para peserta, panitia, dewan juri, dan akademisi. Tidak lupa, ucapan terima kasih yang mendalam kami sampaikan kepada para pemenang yang telah menyajikan karya-karya luar biasa dalam lomba ini.

Semoga jurnal ini dapat menjadi awal dari terciptanya berbagai inovasi yang bermanfaat dan berdampak luas bagi masyarakat. Terima kasih.

Selamat membaca dan semoga bermanfaat.

**Wassalamu 'alaikum wr. wb.**

**KEPALA BAPPEDA KOTA TANGERANG**



**Dr. Hj. Yeti Rohaeti, AP., M.Si.**

NIP. 19740807 199403 2 004



## Daftar Isi (Table of Content) Vol 2. No.2

- |   |   |           |
|---|---|-----------|
| 1 | <p>MODEL PENGEMBANGAN SMART MUSLIM FRIENDLY TOURISM DESTINATIONS (SMARTMUST): PROGRAM KAMPUNG TEMATIK KOTA TANGERANG</p> <p><b>-- Listia Andani, Muhammad Dzulfaqori Jatnika --</b></p>                 | 97 – 110  |
| 2 | <p>STRATEGI MEWUJUDKAN KEMANDIRIAN EKONOMI KOTA TANGERANG DENGAN IMPLEMENTASI GREEN ECONOMY</p> <p><b>-- Eko Sudarmanto --</b></p>  | 111 – 126 |
| 3 | <p>PERAN ARTIFICIAL INTELLIGENCE DALAM PENINGKATAN EFISIENSI PELAYANAN PUBLIK DI ERA DIGITAL: STUDI PADA KOTA TANGERANG</p> <p><b>--Korry El Yana--</b></p>   | 127 – 144 |
| 4 | <p>PENGARUH PSYCHOLOGICAL OWNERSHIP DAN DEMOGRAFI PEGAWAI TERHADAP KINERJA TUGAS PEMERINTAH KOTA TANGERANG</p> <p><b>-- Nur Alia --</b></p>   | 145 – 156 |
| 5 | <p>STRATEGI PENANGANAN MASALAH SAMPAH DI KOTA TANGERANG MENUJU ZERO WASTE</p> <p><b>-- Esaka Pratata, Asep Sugara --</b></p>  | 157 – 168 |
| 6 | <p><i>PENGEMBANGAN INFRASTRUKTUR TAMAN TEMATIK YANG RAMAH AKSES DISABILITAS DAN BERBASIS KONSEP EKORIPARIAN DI KOTA TANGERANG</i></p> <p><b>-- Nurmala Eka Putri --</b></p>                             | 169 – 178 |
| 7 | <p><i>SOLUSI BERBASIS TEKNOLOGI UNTUK PENCEGAHAN STUNTING: KOMBINASI VIRTUAL NUTRI MENTOR BERBASIS AI DAN PROGRAM MAKAN BERGIZI GRATIS UNTUK KELUARGA RENTAN</i></p> <p><b>-- Reinpal Falefi --</b></p> | 179 – 192 |
| 8 | <p><i>POTENSI KAMPUNG RAMAH ANAK SEBAGAI STRATEGI PENCEGAHAN PENYAKIT AKIBAT PERUBAHAN IKLIM DI KOTA TANGERANG</i></p> <p><b>-- Annisaa Fitrah Umara --</b></p>   | 193 – 205 |

## MODEL PENGEMBANGAN SMART MUSLIM FRIENDLY TOURISM DESTINATIONS (SmarTMuST): PROGRAM KAMPUNG TEMATIK KOTA TANGERANG

### SMART MUSLIM FRIENDLY TOURISM DESTINATIONS (SmarTMuST) DEVELOPMENT MODEL: THEMATIC KAMPUNG PROGRAM OF TANGERANG CITY

Listia Andani<sup>1</sup>, Muhammad Dzulfaqori Jatnika<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup> Universitas Siliwangi

<sup>1,2</sup> Jl. Siliwangi No. 24, Kota Tasikmalaya

#### ABSTRAK

Karya tulis ini bertujuan untuk mengembangkan model pariwisata SmartMuST di Kota Tangerang untuk meningkatkan promosi daerah wisata potensial melalui integrasi teknologi informasi dengan konsep pariwisata ramah Muslim. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, dengan analisis dan perancangan model yang didasarkan pada studi kepustakaan. Model pariwisata SmartMuST akan memanfaatkan teknologi pintar yang memberikan informasi dan menciptakan pengalaman wisata yang nyaman dan ramah bagi wisatawan Muslim. Perbedaan utama dengan model konvensional terletak pada fokus terhadap kebutuhan spesifik wisatawan Muslim, pendekatan inklusif dalam pengembangan destinasi, dan strategi pemasaran yang menekankan nilai-nilai Islam. Implementasi SmartMuST melibatkan kolaborasi pemerintah, UMKM, komunitas lokal, dan peneliti untuk memastikan fasilitas dan layanan yang disediakan sesuai dengan kebutuhan wisatawan Muslim. Dampak positif dari model ini mencakup peningkatan daya tarik destinasi, penggunaan teknologi untuk kenyamanan wisatawan, pemberdayaan komunitas lokal, pertumbuhan ekonomi berkelanjutan, serta promosi budaya dan nilai-nilai Islam. Model pariwisata SmartMuST diharapkan dapat diterapkan dan menjadi acuan pengembangan destinasi wisata ramah Muslim di Kota Tangerang serta berkontribusi pada ekonomi lokal melalui sektor pariwisata.

**Kata kunci:** Pariwisata Ramah Muslim, Teknologi Informasi, SmartMuST

#### ABSTRACT

This paper aims to develop the SmartMuST tourism model in Tangerang City to increase the promotion of potential tourist areas through the integration of information technology with the concept of Muslim-friendly tourism. This research uses a descriptive qualitative approach, with analysis and model design based on literature study. The SmartMuST tourism model will utilize smart technology that provides information and creates a comfortable and friendly tourism experience for Muslim tourists. The main differences with the conventional model lie in the focus on the specific needs of Muslim tourists, an inclusive approach in destination development, and a marketing strategy that emphasizes Islamic values. SmartMuST implementation involves collaboration between government, MSMEs, local communities and researchers to ensure that the facilities and services provided are in line with the needs of Muslim tourists. The positive impacts of this model include increasing the attractiveness of destinations, using technology for tourist comfort, empowering local communities, sustainable economic growth, and promoting Islamic culture and values. It is hoped that the SmartMuST tourism model can be implemented and become a reference for developing Muslim-friendly tourist destinations in Tangerang City and contribute to the local economy through the tourism sector.

**Keywords:** Muslim Friendly Tourism, Information Technology, SmartMuST

#### Email:

<sup>1</sup>listiaandani@unsil.ac.id,

<sup>2</sup> muhdzulfaqorij@unsil.ac.id,

#### Cite This Article:

Andini, L., Jatnika, Muhammad D (2024).  
*Model Pengembangan Smart Muslim Friendly Tourism Destinations (SmartMuST): Program Kampung Tematik Kota Tangerang*. Jurnal Pembangunan Kota Tangerang, 2(2), 97–110.



Copyright (c) 2024 Jurnal  
Pembangunan Kota Tangerang.  
This work is licensed under a  
Creative Commons Attribution-  
ShareAlike 4.0

## PENDAHULUAN

Di era digitalisasi dan globalisasi saat ini, industri pariwisata mengalami perubahan besar. Salah satu tren yang semakin berkembang adalah permintaan akan destinasi wisata yang ramah terhadap Muslim, yang tidak hanya mencakup fasilitas dan layanan yang sesuai dengan kebutuhan mereka tetapi juga pengalaman wisata yang menyenangkan dan memuaskan. Belakangan ini pariwisata ramah Muslim menjadi isu yang berkembang di industri pariwisata terutama di beberapa negara Asia (Samori et al., 2016). Indonesia sendiri mengawali pemeringkatan ini di posisi keenam pada tahun 2015, kemudian pada tahun 2023 berhasil merebut kembali posisi pertama setelah sebelumnya menduduki peringkat kedua pada tahun 2022 (Master Card Crescentrating, 2023). Hal ini menunjukkan potensi besar bagi Indonesia, termasuk Kota Tangerang, untuk mengembangkan sektor pariwisata ramah Muslim, yang dapat menarik wisatawan Muslim domestik dan internasional.

Kota Tangerang, yang terletak di provinsi Banten dan merupakan salah satu kota penyangga ibu kota Jakarta, memiliki potensi besar dalam mengembangkan pariwisata berbasis komunitas melalui konsep kampung tematik. Kampung Tematik, yang mengangkat tema-tema unik dan khas dari budaya lokal, bisa menjadi alternatif destinasi wisata yang menggabungkan pengalaman budaya dengan kenyamanan wisata ramah Muslim. Di Tangerang, berbagai kampung tematik telah berkembang, seperti Kampung Anggur, ATM, Baca, Batik, Bekelir, Grenpul, Harmonis, Hijau Indah Bersih, Hidroponik, KPK, Markisa, Mural, Rukun, Talas, dan Tidar yang menggambarkan kreativitas masyarakat setempat dalam membangun identitas dan potensi pariwisata berbasis kearifan lokal (Bastian, 2020). Konsep kampung tematik ini memiliki peluang untuk berkembang lebih lanjut, terutama jika dikembangkan dengan pendekatan yang ramah Muslim, mengingat kebutuhan wisatawan Muslim yang terus meningkat.

Berdasarkan hasil penilaian yang dilakukan oleh Bappeda Kota Tangerang, implementasi Kampung Tematik yang telah berjalan menunjukkan bahwa capaian Klaster Utama Kampung Tematik masih belum optimal. Hingga saat ini, capaian tersebut baru mencapai 44,5%, yang berarti masih jauh di bawah target minimal lima puluh persen. Angka ini mencerminkan bahwa meskipun beberapa kampung tematik sudah mulai berjalan, namun efektivitas dan dampak yang dihasilkan belum sepenuhnya maksimal (Muttaqijn et al., 2024). Kondisi ini menunjukkan bahwa kinerja organisasi yang mengelola Kampung Tematik perlu diperkuat, baik dari segi koordinasi, pemantauan, maupun pengelolaan sumber daya yang ada. Untuk itu, diperlukan upaya strategis dan peningkatan kapasitas agar Kampung Tematik dapat lebih optimal dalam memberikan kontribusi positif terhadap pengembangan masyarakat dan lingkungan. Salah satu cara yang dapat dilakukan adalah dengan mengintegrasikan elemen pariwisata dalam pengembangan Kampung Tematik .

Pariwisata ramah Muslim adalah produk dan layanan pariwisata yang memenuhi kebutuhan wisatawan Muslim seperti fasilitas untuk beribadah dan batasan nutrisi yang sesuai dengan hukum Islam (Mohsin et al., 2016). Terdapat 1,82 miliar wisatawan potensial di seluruh dunia berasal dari populasi Muslim (Battour et al., 2018). Menurut (Belopilskaya, Y. Visutthithada & Wieser, 2018) pengeluaran tahunan wisatawan Muslim diperkirakan mencapai US\$220 miliar. Selain itu, pengeluaran wisatawan Muslim akan meningkat menjadi US\$300 miliar. Pariwisata ramah Muslim di Indonesia, termasuk di Kota Tangerang, memiliki prospek cerah sebagai bagian dari industri pariwisata nasional.

Peluang pengembangan pariwisata ramah Muslim terlihat dari jumlah kunjungan wisatawan yang mencapai 192 juta sejak tahun 2020. Selain itu, pasar pariwisata halal di Indonesia tumbuh sebesar 18%, dengan jumlah wisatawan Muslim mencapai 2,8 juta dan devisa yang dihasilkan lebih dari Rp 40 triliun (Putri & Wakhid, 2023). Bahkan, dengan pengembangan yang tepat, kampung tematik ini bisa menjadi destinasi wisata yang mendukung pemberdayaan ekonomi lokal dan meningkatkan kesejahteraan masyarakat setempat.

Di tengah kompetisi yang semakin ketat dalam industri pariwisata global, destinasi wisata seperti kampung tematik di Tangerang harus dapat memenuhi kebutuhan spesifik wisatawan Muslim. Pengembangan komponen produk pariwisata perlu diselaraskan dengan profil, kebutuhan, ekspektasi, dan preferensi wisatawan Muslim (Sumaryadi et al., 2020). Selain itu, strategi pengembangan yang cerdas menjadi krusial untuk membedakan dan mempromosikan destinasi wisata potensial. Model pengembangan *Smart Muslim Friendly Tourism Destinations (SmartMuST)* menawarkan kerangka kerja yang holistik dan berkelanjutan untuk mencapai tujuan ini. Dengan memanfaatkan inovasi digital dan membangun infrastruktur yang mendukung, model ini tidak hanya meningkatkan aksesibilitas dan kualitas layanan bagi wisatawan Muslim tetapi juga memperluas daya tarik dan daya saing destinasi tersebut di pasar global (Hakim et al., 2023).

Aspek kunci dari model ini meliputi integrasi teknologi informasi untuk meningkatkan pengalaman pengguna, pengembangan infrastruktur yang mendukung kebutuhan khusus wisatawan Muslim, dan promosi secara efektif melalui platform digital. Evaluasi terhadap pengembangan model berbasis teknologi dan informasi di bidang pariwisata ini telah banyak dilakukan oleh peneliti sebelumnya, *smart tourism* (Akdu, 2020; Tribe & Mkono, 2017), *smart destination* (Hunter et al., 2015; Wang et al., 2016), penggunaan teknologi *augmented reality* (AR) (Vansteenwegen et al., 2011). Pendekatan ini tidak hanya berfokus pada aspek praktis seperti akomodasi halal dan fasilitas ibadah, tetapi juga pada penggunaan data untuk memahami preferensi dan perilaku konsumen secara lebih baik. Secara konteks globalisasi ekonomi dan sosial, penting bagi destinasi wisata untuk tidak hanya ramah terhadap aspek keagamaan tetapi juga untuk menjadi inklusif dan berkelanjutan secara keseluruhan.

Model pengembangan berbasis digital dapat memberikan landasan yang kokoh untuk memperluas cakupan pasar (Siregar & Ritonga, 2021), membangun citra positif (Suhandi, 2023), dan meningkatkan kontribusi ekonomi (Devitasari et al., 2022) melalui peningkatan kunjungan wisatawan Muslim. Dalam konteks ini, penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi bagaimana model pengembangan SmartMuST dapat diterapkan dalam mendorong promosi daerah wisata potensial di Kota Tangerang dengan kekayaan budaya lokal dan berbagai kampung tematik yang sangat potensial. Penelitian ini akan membahas aspek-aspek penting dari SmartMuST, termasuk kebutuhan dan preferensi wisatawan Muslim, penggunaan teknologi pintar dalam pengelolaan destinasi, serta strategi promosi yang efektif untuk menarik wisatawan Muslim. Dengan mengembangkan dan mempromosikan destinasi wisata potensial di Kota Tangerang melalui pendekatan SmartMuST, diharapkan dapat meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan Muslim, mengoptimalkan potensi ekonomi daerah, serta menjaga keberlanjutan lingkungan dan budaya lokal.

## A. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif analisis melalui studi kepustakaan. Metode penelitian kepustakaan adalah metode yang digunakan dalam pencarian data, atau metode pengamatan mendalam terhadap tema yang diteliti untuk menemukan jawaban sementara atas masalah yang ditemukan di awal sebelum penelitian ditindaklanjuti (Habibaty, 2020). Metode penelitian kepustakaan ini juga digunakan oleh beberapa peneliti sebelumnya dalam melakukan pengembangan model pariwisata (Armansyah & Munastiwi, 2021; Darmayanti & Oka, 2020; Hendi Prasetyo & Muhammad Bachtiar Rifai, 2022; Munandar et al., 2020).

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan melalui data sekunder seperti jurnal, buku, informasi website resmi, dan literatur-literatur lain yang berkaitan dengan *smart tourism*, pariwisata ramah Muslim, industri halal, pemerintah daerah, dan Kota Tangerang. Dalam penelitian ini, penulis mengusulkan model pengembangan pariwisata yang ramah Muslim di Kota Tangerang. Model yang diusulkan menitikberatkan pada integrasi antara konsep pariwisata yang ramah Muslim dengan *smart tourism*. Dengan memanfaatkan teknologi informasi, kampung tematik di Tangerang dapat lebih mudah dipromosikan kepada wisatawan domestik maupun mancanegara melalui *platform digital*, meningkatkan aksesibilitas informasi tentang fasilitas ibadah, makanan halal, dan berbagai layanan sesuai dengan kebutuhan wisatawan Muslim.

## B. KERANGKA TEORI

### *Muslim Friendly Tourism*

Pariwisata ramah Muslim berkaitan dengan pariwisata yang sesuai dengan hukum Islam (Battour & Ismail, 2015). Pariwisata halal adalah jenis produk dan layanan pariwisata yang harus memenuhi kebutuhan wisatawan Muslim yang ingin mematuhi hukum Islam, seperti makanan dan minuman, akomodasi, fasilitas ibadah, dan hiburan, yang diterima dalam hukum Islam (Mohsin et al., 2016). Pariwisata halal mengacu pada manajemen pariwisata yang mengikuti peran-peran Islam (Battour et al., 2018). Pariwisata ramah Muslim memiliki empat atribut, termasuk fasilitas Islami, moralitas Islam secara umum, kehalalan dan larangan perjudian dan alkohol (Battour & Ismail, 2014).

Berdasarkan konsep ini, pariwisata halal berkaitan dengan wisatawan Muslim yang ingin mematuhi hukum Islam selama perjalanan mereka. Pariwisata halal mencakup produk dan layanan yang dirancang untuk memenuhi kebutuhan wisatawan Muslim, seperti fasilitas ibadah, makanan dan minuman halal, akomodasi, hiburan, dan bahkan obat-obatan. Ini memunculkan konsep-konsep baru terkait produk dan layanan halal seperti hotel halal, makanan dan minuman halal, pantai halal, perjalanan wisata halal, perjalanan dan liburan halal, serta restoran halal (Harahsheh et al., 2020). Pariwisata halal dapat digambarkan sebagai segala objek atau tindakan yang diizinkan dalam industri pariwisata sesuai dengan ajaran Islam (Battour & Ismail, 2016).

### *Smart Tourism dan Smart Tourism Destination*

Konsep *smart* ini pertama kali didiskusikan sebagai infrastruktur teknologi yang rumit di daerah perkotaan yang dimaksudkan untuk meningkatkan kesejahteraan ekonomi, sosial, dan lingkungan (Meijer & Bolívar, 2016). Perkembangan teknologi terkini memunculkan konsep *smart planet*, *smart city*, dan *smart destination* yang menjadi

penting dalam beberapa tahun terakhir (Buhalis & Amaranggana, 2014). Termasuk dalam sektor pariwisata, mengingat pariwisata adalah sektor yang padat pengetahuan dan bergantung pada teknologi informasi dan komunikasi, maka penggunaan konsep cerdas dalam pariwisata menjadi tidak terelakkan (Koo et al., 2015).

*Smart tourism* adalah adopsi pendekatan yang terintegrasi, berjangka panjang, dan berkelanjutan untuk merencanakan, mengembangkan, menjalankan, dan memasarkan produk dan karya pariwisata (Li et al., 2017). Selain itu, *smart tourism* didefinisikan sebagai platform pariwisata yang didasarkan pada teknologi seluler yang inovatif, yaitu kecerdasan buatan, komputasi awan, *internet of things* (IoT), dan terintegrasi dengan sistem komunikasi informasi sumber daya pariwisata untuk menawarkan informasi yang jelas dan layanan yang memuaskan bagi wisatawan (Raj, 2016). Hal ini juga mencakup transformasi data yang dikumpulkan dari infrastruktur, hubungan sosial, sumber daya organisasi dan manusia menjadi proposisi yang berfokus pada efisiensi, keberlanjutan, dan pengalaman yang diperkaya dengan menggunakan sistem teknologi canggih (Koo et al., 2015).

Komponen *smart experience* dan *smart destination* berfokus pada pengalaman pariwisata yang difasilitasi oleh teknologi (Buhalis & Amaranggana, 2014). Dalam *smart experience*, wisatawan berada dalam posisi aktif. Wisatawan tidak hanya berada dalam posisi konsumen tetapi juga menjadi semacam produsen yang membagikan foto-foto destinasi di *Instagram*, menciptakan dasar pengalaman dengan membuat hashtag, dan membentuk data dengan menambahkan catatan. Singkatnya, wisatawan menggunakan teknologi untuk mendapatkan informasi tentang infrastruktur dari destinasi yang dituju atau untuk menambah nilai dari pengalaman wisatanya (Koo et al., 2015). Oleh karena itu, kasus ini menunjukkan bagaimana destinasi mengintegrasikan teknologi dengan infrastruktur wisata. Dapat dikatakan bahwa destinasi yang tidak mampu menyediakan integrasi teknologi akan kehilangan keunggulan kompetitif yang penting.

### **Kampung Tematik**

Kampung Tematik merupakan sebuah kawasan yang berada di bawah pengelolaan kelurahan, yang mengusung identitas khas masyarakatnya berdasarkan potensi lokal yang dimiliki. Identitas ini dikembangkan melalui kolaborasi antara warga, dengan melibatkan kesepakatan bersama mengenai nilai-nilai budaya, tradisi, atau keunikan yang ada di wilayah tersebut (Fitriyah & Herawati, 2020). Kampung Tematik bukan hanya menonjolkan potensi alam atau kerajinan lokal, tetapi juga bisa mencakup aspek sejarah, seni, atau kebiasaan sehari-hari yang menjadi ciri khas komunitas setempat. Pendekatan ini bertujuan untuk menciptakan destinasi yang tidak hanya menarik wisatawan, tetapi juga memperkuat rasa kebersamaan dan kebanggaan terhadap warisan lokal, serta meningkatkan kesejahteraan masyarakat melalui pemanfaatan potensi yang ada (Suharti et al., 2023).

Program Kampung Tematik bertujuan untuk mengatasi masalah kemiskinan, kesenjangan ekonomi, dan pengangguran dengan memenuhi kebutuhan dasar masyarakat, serta mendorong pertumbuhan ekonomi lokal dan daya saing UMKM. Program ini juga bertujuan untuk menggali potensi ekonomi berdasarkan karakteristik demografi wilayah, memperbaiki kualitas lingkungan tempat tinggal, serta meningkatkan kesadaran dan tanggung jawab masyarakat terhadap kondisi lingkungan. Selain itu, program ini diharapkan dapat memperkuat rasa kebersamaan melalui semangat gotong-royong dalam

pembangunan dan menciptakan citra positif serta daya saing kota sebagai destinasi wisata (Bastian, 2019).

### C. HASIL DAN PEMBAHASAN

#### Perbedaan Model Pengembangan Pariwisata SmartMuST dengan Konvensional

Model pengembangan SmartMuST di Kampung Tematik Kota Tangerang memiliki beberapa perbedaan dibandingkan model lainnya. Perbedaan yang juga dapat menjadi keunggulan pengembangan SmartMuST di Kota Tangerang jika dibandingkan model pengembangan pariwisata secara konvensional lainnya yang telah ada adalah sebagai berikut:

**Tabel 1. Perbedaan Model Pengembangan Pariwisata SmartMuST dengan Konvensional**

Perbedaan	SmartMuST	Konvensional
Teknologi dan Digitalisasi	Memanfaatkan teknologi pintar seperti aplikasi mobile yang memberikan informasi tentang waktu sholat, lokasi masjid, dan restoran halal.	Meskipun juga memanfaatkan teknologi, penggunaannya lebih umum dan tidak terfokus pada kebutuhan spesifik kelompok wisatawan tertentu.
Prinsip	Syariah.	Umum atau Konvensional.
Pendekatan terhadap Wisatawan	Berfokus pada kebutuhan spesifik wisatawan Muslim, termasuk fasilitas ibadah, makanan halal, dan lingkungan yang ramah terhadap nilai-nilai Islam.	Menyediakan layanan dan fasilitas yang lebih umum, tanpa fokus khusus pada kebutuhan religius atau budaya tertentu.
Pengembangan Destinasi	Menekankan pengembangan destinasi yang inklusif bagi wisatawan Muslim, dengan memperhatikan aspek-aspek keagamaan dan budaya.	Fokus pada pengembangan destinasi yang menarik bagi wisatawan secara umum, tanpa memperhatikan kebutuhan religius tertentu.
Pemasaran dan Promosi	Menekankan nilai-nilai dan keunggulan sebagai destinasi ramah Muslim.	Memiliki risiko yang relatif karena harus mengupayakan investasi untuk mengembangkan dana wakaf.
Pihak yang terlibat	Pemerintah, UMKM, komunitas lokal, komunitas muslim, pemuka agama, lembaga sertifikasi halal, dan para peneliti.	Pihak yang mungkin tidak spesifik bekerja sama untuk memenuhi kebutuhan religius tertentu.
Pengalaman Wisatawan	Pengalaman wisata dirancang untuk memenuhi dan menghormati nilai-nilai dan kebutuhan wisatawan Muslim, menciptakan lingkungan yang nyaman dan ramah.	Menyediakan pengalaman yang lebih seragam dan kurang personal bagi kelompok wisatawan tertentu.

### Sumber: Peneliti (2024)

Berdasarkan Tabel 1 di atas menunjukkan bahwa dalam model pengembangan SmartMuST, teknologi dan digitalisasi memainkan peran penting. Model ini memanfaatkan teknologi pintar seperti aplikasi *mobile* yang memberikan informasi waktu sholat, lokasi masjid, dan restoran halal. Aplikasi ini dirancang untuk membantu wisatawan Muslim menemukan fasilitas yang sesuai dengan kepercayaan dan praktik agama mereka, sehingga menciptakan pengalaman wisata yang nyaman dan ramah. Sebaliknya, model pariwisata konvensional juga memanfaatkan teknologi, namun penggunaannya lebih umum dan tidak terfokus pada kebutuhan spesifik kelompok wisatawan tertentu. Teknologi dalam pariwisata konvensional biasanya digunakan untuk kemudahan umum seperti informasi wisata, pemesanan online, dan panduan digital, tanpa memperhatikan kebutuhan religius tertentu.

Model pengembangan SmartMuST berlandaskan pada prinsip Syariah, yang berarti semua aspek layanan dan fasilitas disesuaikan dengan hukum dan nilai-nilai Islam. Ini mencakup penyediaan makanan halal, tempat ibadah, dan layanan yang menghormati nilai-nilai dan tradisi Islam. Di sisi lain, model pariwisata konvensional tidak berbasis pada prinsip religius tertentu, melainkan pada prinsip umum atau konvensional yang berusaha memenuhi kebutuhan wisatawan secara umum. Layanan dan fasilitas dalam pariwisata konvensional tidak secara spesifik disesuaikan untuk memenuhi kebutuhan religius tertentu.

Pendekatan SmartMuST berfokus pada kebutuhan spesifik wisatawan Muslim, termasuk penyediaan fasilitas ibadah, makanan halal, dan lingkungan yang ramah terhadap nilai-nilai Islam. Model ini berusaha untuk menciptakan pengalaman wisata yang menghormati dan mendukung praktik keagamaan wisatawan Muslim. Sebaliknya, pariwisata konvensional menyediakan layanan dan fasilitas yang lebih umum, tanpa fokus khusus pada kebutuhan religius atau budaya tertentu. Pendekatan ini cenderung mengadopsi strategi satu ukuran untuk semua (*one-size-fits-all*), yang mungkin tidak sepenuhnya memenuhi kebutuhan spesifik kelompok wisatawan tertentu.

Pengembangan destinasi dalam model SmartMuST menekankan inklusivitas bagi wisatawan Muslim, dengan memperhatikan aspek-aspek keagamaan dan budaya. Destinasi dirancang untuk menyediakan fasilitas seperti tempat wudhu, arah kiblat di kamar hotel, dan makanan halal di setiap restoran. Sementara itu, model pariwisata konvensional fokus pada pengembangan destinasi yang menarik bagi wisatawan secara umum, tanpa memperhatikan kebutuhan religius tertentu. Fasilitas yang disediakan dalam pariwisata konvensional lebih bersifat umum dan mungkin tidak memenuhi kebutuhan spesifik wisatawan Muslim.

Dalam SmartMuST, pemasaran dan promosi ditargetkan khusus pada pasar wisatawan Muslim, dengan menekankan nilai-nilai dan keunggulan sebagai destinasi ramah Muslim. Strategi pemasaran menggunakan platform dan media yang relevan bagi komunitas Muslim untuk menarik perhatian dan minat mereka. Sebaliknya, pariwisata konvensional memasarkan destinasi dengan pendekatan yang lebih umum, menonjolkan atraksi utama dan daya tarik umum destinasi. Promosi dalam model konvensional kurang fokus pada kelompok wisatawan tertentu dan lebih menyasar audiens yang lebih luas.

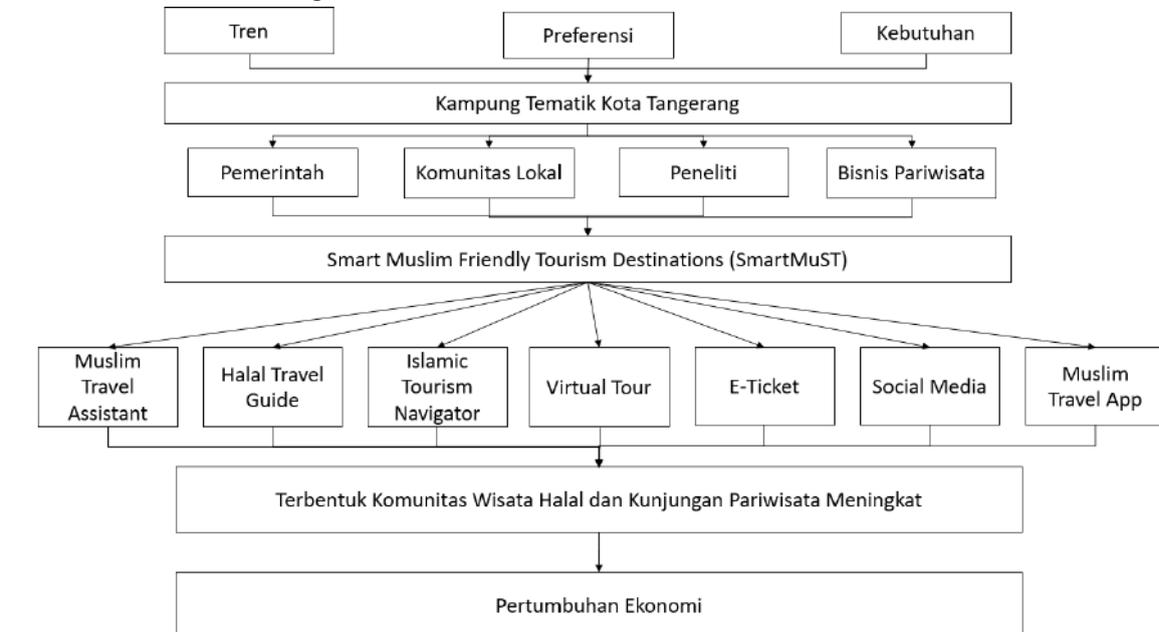
Pengembangan SmartMuST melibatkan kolaborasi antara pemerintah, UMKM (Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah), komunitas lokal, dan para peneliti untuk memastikan

bahwa fasilitas dan layanan yang disediakan sesuai dengan kebutuhan wisatawan Muslim. Di sisi lain, model pariwisata konvensional melibatkan berbagai pihak yang mungkin tidak spesifik bekerja sama untuk memenuhi kebutuhan religius tertentu, fokusnya lebih pada pengembangan dan promosi atraksi utama destinasi.

Pengalaman wisata dalam model SmartMuST dirancang untuk memenuhi dan menghormati nilai-nilai dan kebutuhan wisatawan Muslim, menciptakan lingkungan yang nyaman dan ramah. Ini mencakup penyediaan layanan dan fasilitas yang memastikan pengalaman wisata yang selaras dengan keyakinan agama mereka. Sebaliknya, pariwisata konvensional menyediakan pengalaman yang lebih seragam dan kurang personal bagi kelompok wisatawan tertentu. Fokusnya adalah memberikan pengalaman wisata yang menarik bagi khalayak umum, tanpa perhatian khusus pada kebutuhan atau nilai-nilai religius tertentu.

### Tahapan Implementasi Model Pengembangan Pariwisata SmartMuST

Adapun diagram yang menggambarkan model pengembangan pariwisata SmartMuST adalah sebagai berikut:



**Gambar 1. Diagram Model Pengembangan Pariwisata SmartMuST (Sumber: Peneliti, 2024)**

Berdasarkan gambar 1 di atas menunjukkan bahwa model pengembangan SmartMuST di Kota Tangerang dimulai dengan identifikasi tren, preferensi, dan kebutuhan wisatawan. Tren mencakup perubahan dan perkembangan dalam industri pariwisata global yang dapat menarik wisatawan Muslim. Preferensi melibatkan pemahaman tentang apa yang disukai oleh wisatawan Muslim, seperti jenis aktivitas dan fasilitas yang mereka inginkan. Kebutuhan mencakup berbagai aspek yang harus dipenuhi untuk membuat wisatawan Muslim merasa nyaman, termasuk ketersediaan makanan halal dan tempat ibadah.

Selanjutnya, destinasi potensial di Kota Tangerang diidentifikasi berdasarkan tren, preferensi, dan kebutuhan tersebut. Destinasi ini dipilih karena memiliki potensi untuk dikembangkan menjadi tujuan wisata yang ramah bagi wisatawan Muslim. Proses ini melibatkan beberapa pihak yang berperan penting dalam pengembangan destinasi

tersebut. Pemerintah, komunitas lokal, peneliti, dan bisnis pariwisata bekerja sama untuk memastikan bahwa semua aspek pengembangan dipenuhi.

Inti model ini adalah pengembangan model pengembangan pariwisata SmartMuST. Ini mencakup berbagai elemen digital dan inovatif yang dirancang untuk memfasilitasi wisatawan Muslim. Beberapa komponen utama termasuk *muslim travel assistant*, *halal travel guide*, *islamic tourism navigator*, *virtual tour*, *e-ticket*, *social media*, dan *muslim travel app*. Setiap komponen ini berfungsi untuk menyediakan informasi, panduan, dan layanan yang memudahkan wisatawan Muslim dalam perjalanan mereka.

Implementasi SmartMuST bertujuan untuk membentuk komunitas wisata halal yang kuat dan meningkatkan jumlah kunjungan wisatawan Muslim ke Kota Tangerang. Dengan adanya komunitas ini, diharapkan dapat tercipta lingkungan yang lebih inklusif dan ramah bagi wisatawan Muslim. Peningkatan jumlah kunjungan juga akan berkontribusi pada peningkatan ekonomi lokal, memberikan manfaat langsung kepada masyarakat setempat melalui penciptaan lapangan kerja dan peluang bisnis baru.

Akhirnya, dengan terbentuknya komunitas wisata halal dan peningkatan kunjungan wisatawan, model SmartMuST diharapkan dapat mendorong pertumbuhan ekonomi yang signifikan di Kota Tangerang. Ini mencakup peningkatan pendapatan dari sektor pariwisata, pengembangan infrastruktur, dan peningkatan kesejahteraan masyarakat lokal. Dengan demikian, model ini tidak hanya berfokus pada pemenuhan kebutuhan wisatawan Muslim, tetapi juga pada pengembangan ekonomi berkelanjutan yang bermanfaat bagi seluruh komunitas di Kota Tangerang.

### **Analisis Dampak Model Pengembangan Pariwisata SmartMuST**

Model pengembangan pariwisata SmartMuST di Kota Tangerang memiliki dampak yang signifikan dalam berbagai aspek, baik dari perspektif ekonomi, sosial, budaya, maupun lingkungan. Berikut adalah penjelasan mengenai dampak-dampak tersebut:

#### **Dampak Ekonomi**

Pengembangan SmartMuST di Kota Tangerang dapat membawa dampak positif terhadap perekonomian lokal. Dengan menarik lebih banyak wisatawan Muslim, destinasi ini akan mengalami peningkatan kunjungan wisata, yang secara langsung meningkatkan pendapatan dari sektor pariwisata. Hal ini mencakup pengeluaran wisatawan untuk akomodasi, makanan, transportasi, dan kegiatan wisata. Selain itu, pengembangan destinasi ini akan menciptakan lapangan kerja baru bagi penduduk lokal dalam berbagai sektor terkait, seperti perhotelan, transportasi, dan layanan wisata. Secara keseluruhan, peningkatan aktivitas ekonomi ini akan berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi daerah.

#### **Dampak Sosial**

Pengembangan destinasi ramah Muslim dapat memperkuat ikatan komunitas lokal dengan wisatawan Muslim yang datang berkunjung. Interaksi yang positif antara komunitas lokal dan wisatawan dapat memperkaya pengalaman budaya bagi kedua belah pihak. Selain itu, dengan adanya peningkatan kesadaran dan pemahaman terhadap kebutuhan wisatawan Muslim, masyarakat lokal dapat lebih terbuka dan inklusif terhadap perbedaan budaya dan agama. Ini dapat memperkuat kohesi sosial dan memperluas wawasan masyarakat tentang keberagaman.

#### **Dampak Budaya**

Pengembangan destinasi SmartMuST juga dapat berdampak pada pelestarian budaya lokal. Dengan meningkatnya minat wisatawan Muslim, destinasi ini dapat

memperkenalkan dan mempromosikan budaya lokal yang unik kepada dunia luar. Wisata budaya, seperti tarian tradisional, kerajinan tangan, dan festival lokal, dapat diintegrasikan dalam paket wisata untuk menarik perhatian wisatawan. Selain itu, adanya fokus pada nilai-nilai Islam dalam pariwisata dapat mendukung pelestarian dan promosi budaya Islam di daerah tersebut.

#### **Dampak Lingkungan**

Berdasarkan perspektif lingkungan, pengembangan destinasi yang berkelanjutan sangat penting. Model SmartMuST harus mengedepankan praktik-praktik pariwisata berkelanjutan yang menjaga kelestarian lingkungan alam. Ini mencakup pengelolaan sampah yang baik, penggunaan sumber daya yang efisien, dan perlindungan terhadap ekosistem lokal. Dengan demikian, pariwisata yang berkembang tidak hanya membawa manfaat ekonomi dan sosial, tetapi juga menjaga keseimbangan lingkungan untuk generasi mendatang.

#### **Dampak Teknologi dan Inovasi**

Penggunaan teknologi dalam SmartMuST membawa dampak positif dalam memfasilitasi wisatawan Muslim. Teknologi seperti *muslim travel assistant*, *halal travel guide*, dan aplikasi perjalanan Muslim lainnya meningkatkan akses informasi dan kemudahan bagi wisatawan. Selain itu, inovasi ini dapat meningkatkan efisiensi operasional bagi penyedia layanan wisata. Wisatawan dapat merencanakan perjalanan mereka dengan lebih mudah dan nyaman, yang pada akhirnya meningkatkan kepuasan mereka dan mendorong kunjungan ulang.

Secara keseluruhan model pengembangan pariwisata SmartMuST di Kota Tangerang akan memberikan berbagai dampak positif yang signifikan, mendorong pertumbuhan ekonomi, memperkuat kohesi sosial, melestarikan budaya, menjaga lingkungan, dan memanfaatkan teknologi untuk pengalaman wisata yang lebih baik.

#### **Analisis Manfaat Model Pengembangan Pariwisata SmartMuST**

Model pengembangan pariwisata SmartMuST menawarkan berbagai manfaat yang signifikan, baik bagi wisatawan Muslim, destinasi wisata, maupun komunitas lokal. Berikut adalah beberapa manfaat utama dari model ini:

1. Peningkatan Daya Tarik Destinasi Wisata

SmartMuST membantu destinasi wisata menjadi lebih menarik bagi wisatawan Muslim dengan menyediakan fasilitas dan layanan yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi mereka. Ini termasuk makanan halal, tempat ibadah, dan panduan yang sesuai dengan nilai-nilai Islam. Dengan demikian, destinasi tersebut dapat menarik lebih banyak wisatawan Muslim, meningkatkan kunjungan wisata, dan mendiversifikasi pasar pariwisata.

2. Penggunaan Teknologi untuk Kenyamanan Wisatawan

Integrasi teknologi dalam SmartMuST, seperti *muslim travel assistant*, *halal travel guide*, *islamic tourism navigator*, *virtual tour*, *e-ticket*, dan *muslim travel app* akan memberikan kemudahan dan kenyamanan bagi wisatawan. Teknologi ini memfasilitasi akses informasi, pemesanan, dan navigasi, sehingga perjalanan menjadi lebih lancar dan menyenangkan. Hal ini juga meningkatkan pengalaman wisatawan, menjadikannya lebih interaktif dan informatif.

3. Pemberdayaan Komunitas Lokal

Model ini mendorong partisipasi aktif dari komunitas lokal dalam pengembangan dan penyediaan layanan wisata yang ramah Muslim. Ini menciptakan

peluang pekerjaan dan bisnis baru bagi masyarakat setempat, serta meningkatkan keterlibatan mereka dalam industri pariwisata. Dengan demikian, model ini tidak hanya meningkatkan ekonomi lokal tetapi juga memperkuat kearifan lokal dan budaya setempat.

#### 4. Pertumbuhan Ekonomi Berkelanjutan

Dengan meningkatnya jumlah kunjungan wisatawan Muslim, pendapatan dari sektor pariwisata akan meningkat. Ini berkontribusi pada pertumbuhan ekonomi yang berkelanjutan di destinasi tersebut. Peningkatan kunjungan wisatawan membawa dampak positif bagi berbagai sektor terkait, seperti transportasi, perhotelan, dan kuliner, sehingga meningkatkan kesejahteraan masyarakat secara keseluruhan.

#### 5. Promosi Budaya dan Nilai-nilai Islam

SmartMuST membantu mempromosikan budaya dan nilai-nilai Islam melalui pariwisata. Ini memberikan kesempatan bagi wisatawan Muslim untuk menikmati perjalanan yang sesuai dengan keyakinan mereka, sekaligus memperkenalkan budaya Islam kepada wisatawan non-Muslim. Promosi budaya ini dapat meningkatkan pemahaman antarbudaya dan mengurangi stereotip negatif, menciptakan lingkungan pariwisata yang lebih inklusif dan harmonis.

#### 6. Mendukung Visi Kota Tangerang

Implementasikan model *SmartMuST* dapat membantu Kota Tangerang mendekati diri pada visinya untuk menjadi kota industri yang berlandaskan akhlakul karimah dengan menciptakan keseimbangan antara kemajuan industri dan nilai-nilai agama, memastikan sektor pariwisata berkembang tanpa mengabaikan kelestarian moral dan budaya lokal sesuai ajaran Islam. Selain itu, model ini mendukung promosi Kota Tangerang sebagai destinasi wisata halal melalui berbagai event dan festival bertema Islam, menarik wisatawan domestik dan mancanegara, khususnya dari negara-negara Muslim.

Secara keseluruhan model pengembangan pariwisata SmartMuST di Kota Tangerang memberikan manfaat yang luas, mulai dari peningkatan daya tarik wisata hingga pertumbuhan ekonomi dan promosi budaya. Implementasi model ini membantu menciptakan destinasi wisata yang ramah, inklusif, dan berkelanjutan, memberikan keuntungan bagi semua pihak yang terlibat.

### D. PENUTUP

Model pengembangan pariwisata SmartMuST di Kota Tangerang akan memberikan berbagai dampak positif yang signifikan, mendorong pertumbuhan ekonomi, memperkuat kohesi sosial, melestarikan budaya, menjaga lingkungan, dan memanfaatkan teknologi untuk pengalaman wisata yang lebih baik. menyoroti pentingnya mengadopsi pendekatan inovatif untuk mengembangkan destinasi wisata yang ramah Muslim. Dengan meningkatnya jumlah wisatawan Muslim, destinasi yang dapat memenuhi kebutuhan spesifik mereka, seperti fasilitas ibadah, makanan halal, dan lingkungan yang nyaman, memiliki potensi besar untuk berkembang. Model SmartMuST ini tidak hanya berfokus pada infrastruktur fisik, tetapi juga pada pemanfaatan teknologi digital untuk meningkatkan pengalaman wisatawan, seperti aplikasi panduan wisata berbasis smartphone, layanan pemesanan online, dan integrasi media sosial untuk promosi.

Model SmartMuST juga menekankan pentingnya kolaborasi antara pemerintah, pelaku industri pariwisata, dan masyarakat lokal dalam mempromosikan destinasi wisata.

Dengan pendekatan ini, destinasi dapat lebih efektif dalam menarik wisatawan, meningkatkan daya saing, dan memperkuat ekonomi lokal. Implementasi strategi pemasaran digital yang cerdas dan inklusif mampu menjangkau pasar yang lebih luas dan spesifik. Dengan demikian, model SmartMuST menawarkan solusi yang komprehensif untuk pengembangan destinasi wisata yang tidak hanya ramah Muslim tetapi juga cerdas dan berkelanjutan.

#### DAFTAR PUSTAKA

- Akdu, U. (2020). Smart Tourism: Issues, Challenges and Opportunities. *The Emerald Handbook of ICT in Tourism and Hospitality*, 291-308. <https://doi.org/10.1108/978-1-83982-688-720201018>
- Armansyah, A., & Munastiwi, E. (2021). Use of E-Learning Model and Social Media in Social Studies Learning in Elemenrary School During and After the Covid-19 Pandemic. *Indonesian Journal of Primary Education*, 5(1), 93-104. <https://doi.org/10.17509/ijpe.v5i1.31683>
- Bastian, A. F. (2019). *Perencanaan Pembangunan Berdaya Saing*. Forum Konsultasi Publik Rancangan Awal RPJMD Kota Tangerang.
- Bastian, A. F. (2020). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Kunjungan Wisata Kampung Tematik Kota Tangerang. *Jurnal Penelitian Dan Karya Ilmiah*, 20(2), 166-187. <https://doi.org/10.33592/pelita.vol20.iss2.800>
- Battour, M., Hakimian, F., Ismail, M., & Boğan, E. (2018). The perception of non-Muslim tourists towards halal tourism: Evidence from Turkey and Malaysia. *Journal of Islamic Marketing*, 9(4), 823-840. <https://doi.org/10.1108/JIMA-07-2017-0072>
- Battour, M., & Ismail, M. N. (2014). The Role of Destination Attributes in Islamic Tourism. *SHS Web of Conferences*, 12, 01077. <https://doi.org/10.1051/shsconf/20141201077>
- Battour, M., & Ismail, M. N. (2015). Halal tourism : Concepts , practises , challenges and future Halal tourism : Concepts , practises , challenges and future. *TMP*, May, 8-13. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2015.12.008>
- Battour, M., & Ismail, M. N. (2016). Halal tourism: Concepts, practises, challenges and future. *Tourism Management Perspectives*, 19, 150-154. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2015.12.008>
- Belopilskaya, Y. Visutthithada, C., & Wieser, T. (2018). *How halal tourism is reshaping the global tourism industry”, Switzerland: The Swiss Sense of Hospitality*.
- Buhalis, D., & Amaranggana, A. (2014). Information and Communication Technologies in Tourism 2014. *Information and Communication Technologies in Tourism 2014*, 553-564. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-03973-2>
- Darmayanti, P. W., & Oka, I. M. D. (2020). Implikasi Pengembangan Pariwisata Berbasis Masyarakat Bagi Masyarakat Di Desa Bongan. *Jurnal Ilmiah Hospitality Management*, 10(2), 142-150. <https://doi.org/10.22334/jihm.v10i2.167>
- Devitasari, D., Fasa, M. I., & Soeharto, S. (2022). Analisis Pengembangan Wisata Halal Dalam Prospek Membantu Meningkatkan Perekonomian Di Indonesia. *Jurnal Bina Bangsa Ekonomika*, 15(1), 130-139. <https://doi.org/10.46306/jbbe.v15i1.129>
- Fitriyah, F., & Herawati, N. (2020). Community Development Model through Development of Thematic Village as a Local Economic Empowerment Efforts in Semarang City. *Proceedings of the 4th International Conference on Indonesian Social and Political Enquiries, ICISPE 2019, January*. <https://doi.org/10.4108/eai.21-10-2019.2294374>

- Habibaty, D. M. (2020). Kompetensi Nazhir Pada Wakaf Produktif Ditinjau Dari Undang-Undang No 41 Tahun 2004 Tentang Wakaf. *Al-Awqaf: Jurnal Wakaf Dan Ekonomi Islam*, 10(2), 154-161.
- Hakim, M. L., Hanif, N. A., & Prasetyo, S. (2023). Melalui Smart Tourism Di Indonesia Dan Dubai. *IJPA - The Indonesian Journal of Public Administration*, 9(2), 66-76.
- Harahsheh, S., Haddad, R., & Alshorman, M. (2020). Implications of marketing Jordan as a Halal tourism destination. *Journal of Islamic Marketing*, 11(1), 97-116. <https://doi.org/10.1108/JIMA-02-2018-0036>
- Hendi Prasetyo, & Muhammad Bachtiar Rifai. (2022). Urgensi implementasi smart tourism untuk kemajuan pariwisata Indonesia. *Journal Of Tourism And Economic*, 5(2), 147-160. <https://doi.org/10.36594/jtec/5zvqmg87>
- Hunter, W. C., Chung, N., Gretzel, U., & Koo, C. (2015). Constructivist Research in Smart Tourism. *Asia Pacific Journal of Information Systems*, 25(1), 105-120. <https://doi.org/10.14329/apjis.2015.25.1.105>
- Koo, C., Gretzel, U., Hunter, W. C., & Chung, N. (2015). Editorial : The Role of IT in Tourism. *Asia Pacific Journal of Information Systems*, 25(1), 99-104. <https://doi.org/10.14329/apjis.2015.25.1.099>
- Li, Y., Hu, C., Huang, C., & Duan, L. (2017). The concept of smart tourism in the context of tourism information services. *Tourism Management*, 58, 293-300. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.03.014>
- Master Card Crescentrating. (2023). *Global Muslim Travel Index 2023* (Issue June).
- Meijer, A., & Bolívar, M. P. R. (2016). Governing the smart city: a review of the literature on smart urban governance. *International Review of Administrative Sciences*, 82(2), 392-408. <https://doi.org/10.1177/0020852314564308>
- Mohsin, A., Ramli, N., & Alkhulayfi, B. A. (2016). Halal tourism: Emerging opportunities. *Tourism Management Perspectives*, 19(2016), 137-143. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2015.12.010>
- Munandar, A., Febriamansyah, R., Noer, M., & Aces, O. J. (2020). Studi Literatur Pengembangan Pariwisata Bahari Berbasis Masyarakat. *Menara Ilmu*, 16(01), 7-14.
- Muttaqijn, M. I., Yulistyo, A., & Hendriana, D. (2024). Model Manajemen Strategi dalam Pengembangan Kampung Tematik di Kota Tangerang. *Jurnal Manajerial*, 11(03), 484-494.
- Putri, T. S., & Wakhid, M. (2023). The Influence of Halal Tourism on Indonesia's Economic Growth Pengaruh Halal Tourism Terhadap Pertumbuhan Ekonomi Di Indonesia. *JUWITA : Jurnal Pariwisata Nusantara*, 2(1), 32-41.
- Raj, R. (2016). Encyclopedia of Tourism. In *Encyclopedia of Tourism*. <https://doi.org/10.1007/978-3-319-01384-8>
- Samori, Z., Md Salleh, N. Z., & Khalid, M. M. (2016). Current trends on Halal tourism: Cases on selected Asian countries. *Tourism Management Perspectives*, 19, 131-136. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2015.12.011>
- Siregar, K. H., & Ritonga, N. (2021). Pariwisata Halal: Justifikasi Pengembangan Pembangunan Pariwisata Berkelanjutan. *JEpa*, 6(1), 416-426.
- Suhandi, A. (2023). Strategi Fundraising Dan Program Pemberdayaan Masyarakat Untuk Meningkatkan Ekonomi Mustahik Pada Lembaga Filantropi Baznas Kabupaten Kuningan. *AB-JOIEC: Al-Bahjah Journal of Islamic Economics*, 1(1), 44-55. <https://doi.org/10.61553/abjoiec.v1i1.22>

- Suharti, L., Sirine, H., & Martono, S. (2023). Developing a Sustainable Tourism Village Model: an Exploratory Study. *Jurnal Manajemen Dan Kewirausahaan*, 25(1), 63-82. <https://doi.org/10.9744/jmk.25.1.63-82>
- Sumaryadi, S., Sutono, A., Rahtomo, W., Rumayar, C. H., & Puksi, F. F. (2020). Smart Halal Destination Ecosystem: The Exploration of Halal Tourism Ecosystem Model. *Masyarakat Pariwisata : Journal of Community Services in Tourism*, 1(1), 29-48. <https://doi.org/10.34013/mp.v1i1.345>
- Tribe, J., & Mkono, M. (2017). Not such smart tourism? The concept of e-lienation. *Annals of Tourism Research*, 66, 105-115. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2017.07.001>
- Vansteenwegen, P., Souffriau, W., Berghe, G. Vanden, & Oudheusden, D. Van. (2011). The city trip planner: An expert system for tourists. *Expert Systems with Applications*, 38(6), 6540-6546. <https://doi.org/10.1016/j.eswa.2010.11.085>
- Wang, D., Xiang, Z., & Fesenmaier, D. R. (2016). Smartphone Use in Everyday Life and Travel. *Journal of Travel Research*, 55(1), 52-63. <https://doi.org/10.1177/0047287514535847>