

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Halal industri pariwisata adalah salah satu bidang dalam ekonomi Islam yang telah mengalami pergantian peristiwa yang sangat besar. *Sharia Hotel* adalah bagian tak terpisahkan dari halal kawasan industri perjalanan. (Baharuddin *and* Hasan, 2018). Hal ini bisa terjadi karena semakin banyaknya para pengunjung yang mayoritas beragama Islam dan bernuansakan syariah. Khususnya di Malang sebagai salah satu daerah yang ditetapkan oleh pemerintah dengan memiliki perhotelan berbasis *sharia*.

Dengan berkembangnya bisnis dalam dunia perhotelan, sangat menarik perhatian masyarakat, yaitu *Sharia Hotel* menurut pendapat (Baharuddin *and* Hasan, 2018) adalah suatu konsep antara bisnis penginapan biasa dan memasukkan beberapa kualitas Islam yang ada didalamnya. Banyak pendapat atau pandangan miring tentang hotel pada umumnya karena hotel biasanya digunakan untuk melakukan aktivitas yang mengarah pada perbuatan negatif. Namun disamping itu, banyak pengunjung mulai berkembang ke dunia *sharia*, dimana kini banyak perhotelan mendestinasikan sebagai hotel *sharia*. Dengan begitu seluruh *stakeholder* mampu memberikan pelayanan dan kenyamanan dalam situasi dan kondisi bagi wisatawan *Halal Tourism* sesuai dengan prinsip dan kaidah-kaidah *sharia* yang meyakinkan para pengunjung terkait dengan konsep yang diberikan.

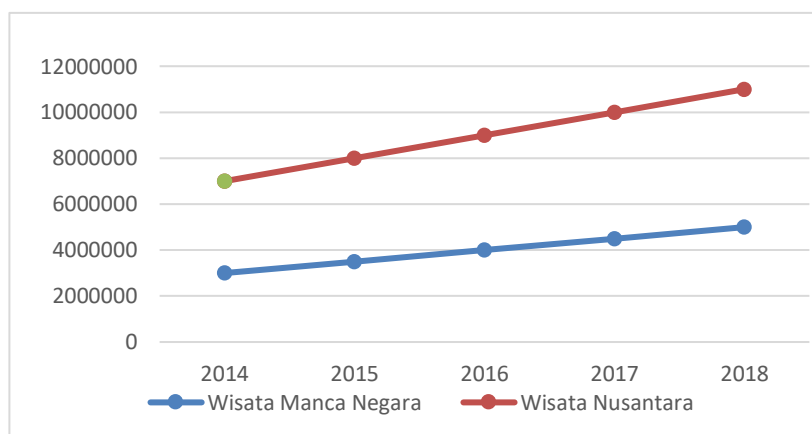
Hotel berbasis *sharia* sangat memperhatikan tentang *customer value effect* atau nilai pelanggan, yang sesuai dengan produk ditawarkan. Produk yang diberikan harus sesuai dengan fasilitas di hotel *sharia* agar tidak menimbulkan kekecewaan terhadap konsumen dan berdampak pada perpindahan konsumen ke produsen lain. Tujuan menciptakan *customer value effect* atau nilai pelanggan adalah untuk menciptakan kepuasan pelanggan. Kunci utama munculnya kepuasan pelanggan tidak lepas dari harapan pelanggan dan kesan yang dirasakan pelanggan itu sendiri. Kepuasan yang dirasakan oleh seorang pelanggan dapat diukur dari tingginya tingkat nilai pelanggan (Alandri and Verinita, 2019).

Salah satu elemen wisata halal yang sangat dibutuhkan oleh wisatawan muslim adalah hotel *sharia*. Secara definisi, *sharia hotel concept* merupakan hotel yang memberikan pelayanan sesuai dengan prinsip *sharia*. Dalam menjalankan usahanya, hotel *sharia* memberikan pelayanan yang tidak jauh berbeda dengan hotel konvensional, dengan kata lain hotel *sharia* ialah hotel yang beroperasi berdasarkan nilai dan prinsip *sharia* serta menyediakan fasilitas yang memudahkan pengunjung dalam menunaikan kewajiban agama (Usman, Sobari and Alhasan, 2020). Pelayanan yang diberikan oleh hotel *sharia* sebenarnya tidak berbeda dengan hotel konvensional, hotel *sharia* sangat memperhatikan kondisi pelayanan yang diperluas oleh kebutuhan wisatawan muslim, yaitu dengan menjalankan ibadahnya sesuai *sharia* islam (Alandri and Verinita, 2019).

Sharia hotel concept mempunyai pengaruh yang sangat signifikan pada pemenuhan dan minat untuk kembali atau variabel *Revisit Intention* (Kurniati et al., 2015). Variabel *sharia hotel concept* memiliki beberapa aturan khusus seperti, tidak menyediakan alkohol dan tidak ada klub malam (Fadiriyana and Chan, 2020). *Sharia hotel concept* juga

menyediakan makanan yang berlabel halal berdasarkan MUI, menyediakan tempat beribadah yaitu seperti mushola dan masjid, menyediakan Al-Qur'an, sajadah, dan mukenah untuk perlengkapan sholat disetiap kamar pengunjung, menunjukkan arah kiblat disetiap ruangan, tidak diperbolehkan toilet menghadap arah kiblat, memisahkan kamar pria dengan wanita kecuali sah bagi yang suami istri, serta lembaga keuangan berdasarkan *sharia*. Nilai pengunjung memiliki hubungan yang positif tentang variabel kepuasan dan minat untuk kembali ke hotel *sharia*..

Terkait kepatuhan kepada *Sharia Hotel Concept*, Dewan *Sharia* Nasional sudah mengaturnya lewat fatwa terbarunya, yaitu Dewan *Sharia* Nasional (Usman, Sobari and Alhasan, 2020), tentang pelaksanaan pariwisata yang bersumber pada prinsip *Sharia*, berikut ini: (1) *Sharia Hotel* tidak boleh memberikan jabatan eksplisit dan demonstrasi korup, (2) *Sharia Hotel* dilarang penyediaan hiburan yang menuju pada kemusyrikann. Santapan dan minuman wajib berlabel halal, dan Hotel *Sharia* harus menyediakan infrastruktur, perlengkapan, dan fasilitas yang memadai untuk pelayanan ibadah (Usman, Sobari and Alhasan, 2020).



Gambar 1.1 Statistik Pengunjung

Sumber : Statistik Perhotelan 2017 Di Indonesia

Hotel berbasis *Sharia* di industri perhotelan belakangan ini menjadi trend terbaru di berbagai daerah di Indonesia (Alandri, 2019). Salah satu pemilihan yang praktis hotel berlabel *sharia* yaitu hotel *sharia* mempunyai ikatan sendiri bagi setiap pengunjung, wisatawan yang berkunjung dan akhirnya merasa lebih nyaman dan tenang saat menginap di hotel berbasis *sharia* tersebut. Tingginya potensi pasar *halal tourism* Sangat baik terlihat dari jumlah tamu yang semakin bertambah.

1.2 Rumusan Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian, identifikasi, serta pembahasan tersebut diatas, maka dapat digambarkan sebagai berikut::

1. *Customer Value Effect* (X_1) berpengaruh terhadap Kepuasan (Y_1) di Syariah Radho Hotel Malang?
2. *Sharia Hotel Concept* (X_2) berpengaruh terhadap Kepuasan (Y_1) di Syariah Radho Hotel Malang?
3. *Customer Value Effect* (X_1) berpengaruh terhadap minat berkunjung kembali (*Revisit Intention*) (Y_2) di Syariah Radho Hotel Malang?
4. *Sharia Hotel Concept* (X_2) berpengaruh terhadap variabel *Revisit Intention* (X_2) di Syariah Radho Hotel Malang?
5. Apakah Keputusan (Y_1) berpengaruh terhadap variabel *Revisit Intention* (Y_2) di Hotel Syariah Radho Hotel Malang?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rincian rumusan masalah di atas, maka dapat dijelaskan tujuan dibawah ini, sebagai berikut:

1. Dapat mengetahui apakah variabel *Customer Value effect* berpengaruh terhadap Kepuasan di Syariah Radho Hotel Malang.
2. Untuk mengetahui apakah *Sharia Hotel Concept* berpengaruh terhadap variabel minat mengunjungi kembali di Syariah Radho Hotel Malang.
3. Untuk mengetahui apakah *Customer Value Effect* berpengaruh terhadap *Revisit Intention* di Syariah Radho Hotel Malang.
4. Agar mengetahui variabel *Sharia Hotel Concept* berpengaruh terhadap variabel *Revisit Intention* atau minat berkunjung kembali di Syariah Radho Hotel Malang.
5. Dapat mengetahui apakah variabel Kepuasan (Y_2) berpengaruh positif terhadap variabel *Revisit Intention* di Syariah Radho Hotel Malang.

1.4 Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Manfaat dari penelitian ini merupakan media bagi para ilmuwan untuk mendapatkan pengalaman di bidang eksplorasi dan peningkatan pemahaman terhadap ide yang menjadi fokus penelitian ini untuk menerapkan dan menggunakan teori-teori, serta sumber-sumber yang didapatkan saat di bangku kuliah serta di lapangan. Di dalam penelitian ini dapat menambah pengetahuan dan memperdalam ilmu tentang riset pemasaran serta bisa dijadikan untuk bahan perbandingan bagi para mahasiswa yang akan melakukan pengamatan yang berkaitan dengan Wisata Halal.

2. Manfaat Praktis

Dapat digunakan untuk mencari sumber informasi mengenai pengambilan keputusan stakeholder dan Pemerintahan Daerah dalam hal peningkatan Kepuasan dan *Revisit Intention* di *Halal Tourism* Malang.