

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pariwisata merupakan objek utama yang dituju oleh para wisatawan sebagai tujuan *refreshing* melepas penat atau sekedar ingin mencari suasana yang baru. Akhir- akhir ini pariwisata bukan hanya sebagai keinginan, tetapi sudah menjadi kebutuhan melepas kejenuhan setelah sekian hari bekerja. Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 10 tahun 2009 menerangkan bahwa wisata merupakan kegiatan perjalanan yang dilakukan oleh seseorang atau sekelompok orang dengan berkunjung ke tempat tertentu dengan tujuan rekreasi dalam jangka waktu sementara. (Hanif et al., 2016)

Pariwisata halal (*halal tourism*) yaitu wisata yang ingin memberikan pelayanan dan fasilitas wisata kepada wisatawan muslim tetapi juga bisa dinikmati oleh wisatawan non-muslim, dimana wisatawan di pariwisata halal ini setidaknya memenuhi beberapa kebutuhan dasar wisatawan muslim, yaitu adanya layanan dan fasilitas ibadah yang mencukupi, adanya tempat tinggal yang sesuai dengan wisatawan muslim (hotel syariah), terdapat makanan dan minuman dengan jaminan halal melalui sertifikasi badan tertentu yang memiliki kewenangan untuk melakukan itu, serta destinasi wisata seperti wisata alam, budaya, wisata buatan, yang dilengkapi dengan infrastruktur untuk ibadah, seperti adanya masjid atau musholla disekitar tempat wisata. (asri, 2020)

saat ini pariwisata syariah dipandang sebagai cara baru mengembangkan pariwisata yang ada di Indonesia dan untuk menjunjung tinggi nilai-nilai dan budaya islami. Selama ini banyak orang yang mempresepsikan wisata syariah hanya sebagai wisata religi berkunjung ke kuburan (ziarah). Padahal wisata syariah yang dimaksud bukan hanya itu saja, tetapi wisata yang didalamnya berasal dari alam, budaya, ataupun buatan yang dibingkai dengan nilai-nilai keislaman.

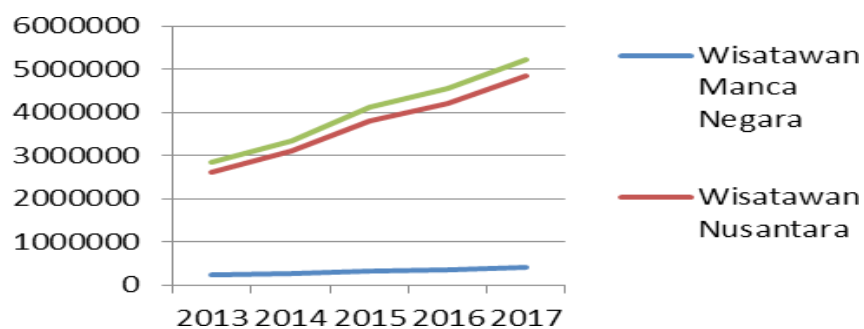
Konsep wisata halal adalah sebuah proses pengintegrasian nilai-nilai aspek keislaman kedalam seluruh aspek kegiatan wisata. Nilai syariat islam sebagai suatu kepercayaan dan keyakinan yang dianut umat muslim menjadi acuan dasar dalam membangun kegiatan pariwisata. Wisata halal mempertimbangkan nilai-nilai dasar umat islam di dalam penyajiannya mulai dari akomodasi restoran, hingga aktivitas wisata yang selalu mengacu kepada norma-norma keislaman.

Perkembangan pariwisata halal saat ini telah meningkat seiring dengan minat wisatawan yang berlibur ke Negara yang memiliki objek pariwisata halal. Menurut data mastercard Crescent Rating Global Muslim Travel Index (GMTI) tahun 2018 indonesia dan Uni Emirat Arab berada di posisi kedua destinasi halal terfavorit yaitu dengan skor 72 adapun posisi teratas masih ditempati oleh Malaysia.

Pariwisata halal di Indonesia saat ini sudah mulai berkembang, hal ini bisa terjadi karena semakin banyaknya wisatawan yang mulai meminati wisata halal di Indonesia. Di Indonesia terdapat beberapa wisata alam yang bernuansa syariah, seperti situs-situs peninggalan kerajaan islam dan pusat pesantren Islam. Pada

tahun 2016 tepatnya pada tanggal 20 oktober Indonesia berhasil meraih penghargaan *The World Halal Travel Awards 2016* yang di umumkan di *The emirates palace ballroom*, Abu Dhabi. Indonesia mendapatkan nominasi penerima penghargaan kategori *world's Best Halal honeymoon* (pulau Lombok), dengan pencapaian tersebut, Kementrian Pariwisata Indonesia (KEMENPAR) mulai melihat beberapa daerah yang berpotensi untuk dijadikan sebagai tujuan destinasi wisata halal. Menurut kementrian pariwisata ada 13 provinsi sudah siap untuk dijadikan sebagai salah satu destinasi pariwisata halal, provinsi tersebut antara lain Nusa Tenggara Barat (NTB), Nangroe Aceh Darussalam, Sumatera Barat, Riau, Lampung, Banten, DKI Jakarta, Jawa Barat, jawa tengah, Yogyakarta, Jawa Timur, Sulawesi Selatan, dan Bali. Tingginya potensi pasar *halal tourisme* terlihat dari jumlah wisatawan yang terus meningkat, sebagaimana tabel dibawah ini.

Gambar 1.1



Sumber: statistik kepariwisataan 2017, Dinas Pariwisata

Oleh karena itu di Indonesia mulai mengembangkan destinasi wisata syariah, salah satu provinsi di Indonesia yang kini sudah mulai banyak mengembangkan wisata syariah yaitu di provinsi jawa timur, dan salah satu kabupaten yang memprionirkan mempunyai destinasi pariwisata halal yaitu kabupaten banyuwangi. Wisata di Banyuwangi yang berada di sisi timur kota

banyuwangi tepatnya berada di kelurahan karangrejo yang menggunakan konsep syariah yaitu pantai santen. Pantai ini tepatnya pada tanggal 2 maret 2017 bupati Banyuwangi, H abdullah azwar Anas telah melaunching Pulau Santen sebagai kawasan ‘*wisata pantai syariah*’ dimana penggunaan nama “syariah” merupakan branding dari produk wisata ‘halal’. Pantai santen ini memiliki luas sekitar 4 hektar dengan destinasi wisata pulau pasir. (Susanti, 2018).

Pulau santen adalah destinasi wisata yang sudah lama berada di Kabupaten Banyuwangi, tetapi banyak sekali pandangan buruk masyarakat mengenai tempat tersebut. Pemerintah Kabupaten Banyuwangi mempunyai beberapa pertimbangan mengapa memilih pulau Santen untuk dikembangkan. Alasan tersebut bisa dilihat di tabel dibawah ini.

Table 1.1 alasan pemerintah mengembangkan Pulau Santen

No	Alasan Mengembangkan Pulau Santen	keterangan
1	Lokasi yang dekat dengan pusat kota	Pemerintah ingin membuat pantai unik yang berdekatan dengan kota sehingga mudah dijangkau oleh wisatawan
2	Pantai yang kotor dan tidak terawat tetapi memiliki potensi yang baik	Pulau santen memiliki pemandangan pantai yang terbilang bagus, tetapi sangat kotor karena tidak ada masyarakat yang peduli sehingga pantainya tidak terawat dengan baik

3	Membuat lapangan kerja baru serta meningkatkan perekonomian masyarakat yang ada di desa Karangrejo	Desa Karangrejo yang dulunya merupakan perkampungan kumuh dan masyarakatnya yang hanya berprofesi sebagai nelayan membuat daerah tersebut semakin dinilai buruk oleh masyarakat dan wisatawan
4	Citra destinasi yang sangat buruk pada Pulau Santen	Karena dekat dengan lokalisasi, yang kemudian dijadikan tempat anak muda berbuat tidak sopan menyebabkan citra Pulau Santen menjadi buruk

Sumber: puspita dan sunarti (2017)

Penelitian yang dilakukan oleh dewi masithoh (2020) menyatakan bahwa *perceived value* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *revisit intention*. Pernyataan ini juga di dukung oleh penelitian yang dilakukan oleh syafrudin chan (2019) yang menyatakan *perceived value* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *revisit intention*. *Perceived value* atau nilai yang dirasakan wisatawan saat dan setelah berkunjung serta meningkatkan kepuasan konsumen sehingga konsumen melakukan kunjungan kembali ke wisata halal pantai santen. Hal ini terlihat ketika harapan konsumen, dimana seorang yang merasa puas jika performa produk yang dikonsumsi sesuai dengan harapannya (Mowen & SUH, 2000).

Penelitian yang dilakukan Rina Astini (2015) bahwasannya variable *Destination Image* tidak menunjukkan pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan pengunjung. Sedangkan penelitian yang dilakukan oleh Naira (2019) menyatakan bahwa variabel *destination image* berpengaruh signifikan terhadap *satisfaction*, pernyataan ini sama dengan penelitian yang telah dilakukan oleh Redita (2017) yang menyatakan variabel *destination image* secara parsial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap kepuasan wisatawan.

Penelitian yang dilakukan oleh nelly agustin dan syafrudin chan(2019) menyatakan bahwa *destination image* tidak memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *revisit intention*. Hal ini sama dengan hasil penelitian oleh Sutopo (2019) yang menyatakan variabel *destination image* memiliki pengaruh yang positif tetapi tidak signifikan terhadap minat kunjungan ulang. Sedangkan hasil penelitian yang dilakukan oleh Ferry Wibowo (2016) menyatakan bahwa *destination image* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap *revisit intention*. Hasil penelitian Pratama dan Sutopo (2019) Menyatakan bahwa kepuasan mempunyai pengaruh yang positif dan signifikan terhadap minat berkunjung kembali

Dalam perkembangan variabelnya, peneliti berusaha mengkombinasikan penelitian-penelitian sebelumnya menjadi suatu penelitian kebaruan di *halal tourism* dalam industry pariwisata di Indonesia. Berdasarkan uraian diatas peneliti tertarik untuk meneliti tentang pengaruh *customer perceived value* dan *destination image* terhadap *revisit intention* (survey pada moslem tourist of halal tourism in Banyuwangi)

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang, identifikasi masalah diatas, maka penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

1. Apakah *customer perceived value* (X_1) berpengaruh terhadap *satisfaction*(Y_1) di halal *tourism*Pulau Santen Banyuwangi?
2. Apakah *destination image* (X_2) berpengaruh terhadap *satisfaction*(Y_1) di halal *tourism*Pulau SantenBanyuwangi?
3. Apakah *customer perceived value*(X_1) berpengaruh terhadap *revisit intention* (Y_2) di halal *tourism*Pulau SantenBanyuwangi?
4. Apakah *destination image* (X_2) berpengaruh terhadap *revisit intention* (Y_2) di halal *tourism*Pulau SantenBanyuwangi?
5. Apakah *satisfaction* (Y_1) berpengaruh terhadap *revisit intention* (Y_2)di halal *tourism*Pulau Santen Banyuwangi?

1.3 Tujuan

Berdasarkanrumusan masalah diatas, maka peneliti mengemukakan tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui apakah *customer perceived value* berpengaruh terhadap *satisfaction* di *halal tourism*Pulau Santen Banyuwangi.
2. Untuk mengetahui apakah *destination image* berpengaruh terhadap *satisfaction* di*halal tourism*Pulau Santen Banyuwangi.
3. Untuk mengetahui apakah *customer perceived value* berpengaruh terhadap *revisit intention* di *halal tourism*Pulau Santen Banyuwangi.

4. Untuk mengetahui apakah *destination image* berpengaruh terhadap *revisit intention* di *halal tourism* Pulau Santen Banyuwangi.
5. Untuk mengetahui apakah *satisfaction* berpengaruh terhadap *revisit intention* di *halal tourism* Pulau Santen Banyuwangi.

1.4 Manfaat

a. Praktis

- 1) Memberikan sumbangsih ilmu dibidang manajemen pemasaran pariwisata yang berhubungan dengan *halal tourism*.
- 2) Penelitian ini juga berguna untuk pengambilan keputusan pemerintah Banyuwangi dalam meningkatkan kunjungan kembali wisatawan *halal tourism* di Banyuwangi.

b. Teoritis

- 1) Sebagai kajian ilmu pengetahuan tentang *halal tourism* bagi beberapa akademisi dan berguna sebagai rujukan penelitian untuk disempurnakan dikemudian hari.
- 2) Sebagai sumbangsih penelitian dibidang *marketing* pariwisata di Universitas sebagai acuan dasar penelitian yang ddilakukan oleh angkatan selanjutnya.