

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Kepariwisataan (tourism) bukanlah hal yang baru di Indonesia. Kegiatan ini telah ditempatkan sebagai objek kegiatan nasional sejak pertama kali Indonesia menentukan kebijakan pembangunan. Sejak semula pemerintah Indonesia telah menyadari karakter khas dan dari kegiatan kepariwisataan, dan karena itu kebijakan kepariwisataan ditempatkan sebagai sub-kebijakan tersendiri, yaitu kebijakan kepariwisataan, namun dibawah bidang yang berbeda-beda.

Indonesia memang memiliki potensi wisata yang menarik minat para pengunjung wisata baik dalam negeri atau luar negeri. Sebagai salah satu negara berkembang di Asia, bahkan dunia, Indonesia menawarkan perpaduan antara keindahan alam dengan keunikan budaya tradisional. Sistem transportasi yang maju dan menjangkau seluruh wilayahnya juga membuat wisatawan mudah untuk berpindah dari satu wilayah ke wilayah yang lain. Di sisi lain, wisatawan melihat tempat wisata yang mereka harapkan baik dari segi keindahan, arsitektur, ataupun fasilitas atribut yang di sediakan.

Pertumbuhan dan perkembangan dibidang sektor wisata semakin gencar dilakukan sebagai sebuah industri karena terbilang sangat menjajikan dan juga dapat digunakan sebagai promosi ke suatu negara, daerah, maupun kota. Tentu saja hal ini dapat berkembang dengan baik apabila mendapat dukungan berbagai elemen seperti halnya pemerintah, masyarakat setempat maupun pihak swasta, situasi

politik dan keamanan yang kondusif juga menjadi sebuah faktor penting untuk menjamin keberlangsungannya

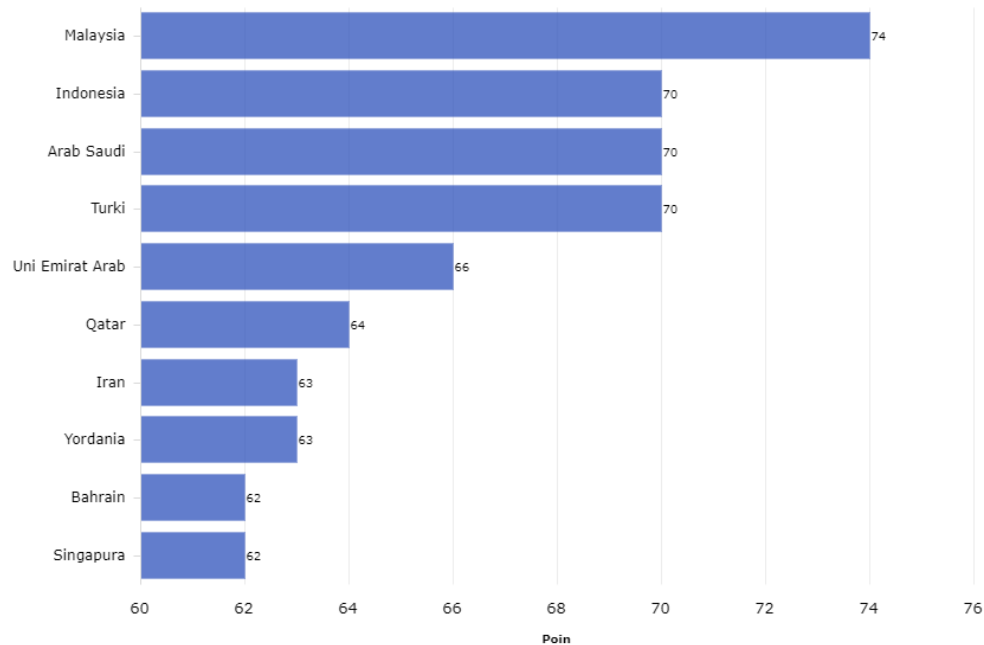
Belakangan ini, wisata halal, atau yang disebut dengan halal tourism memang sedang menjadi tren di industri pariwisata Internasional, istilah wisata halal pada intinya adalah sebuah wisata yang menyediakan beberapa fasilitas atribut yang mengandung unsur religi atau halal, seperti musholla, tempat wudlu, makana dan minuman halal dan yang lain-lainya, wisata halal kini kian di gemari oleh masyarakat seluruh dunia dan wisata halal banyak terdapat di berbagai negara, terutama negara atau wilayah yang masyarakatnya dominan beragama islam.

Data yang di kumpulkan oleh *Global Muslim Travel Index* (GMTI) menunjukkan bahwa, jumlah wisatawan asing yang berkunjung ke indonesia sebanyak 131 juta orang di tahun 2016 dan 131 juta orang di tahun 2017, jumlah tertinggi terjadi pada tahun 2019 yaitu berjumlah 160 juta orang, dan akan di prediksi wisatwan muslim akan bertambah sebanyak 230 juta orang pada tahun 2026 dengan estimasi pengeluaran sebesar US\$225 miliar. Hal tersebut membuat indoneisa akan terus mengembangkan perekonomian di sektor wisata halal.

Berdasarkan data *Global Muslim Travel Index* (GMTI) 2022 Negara Indonesia berada di peringkat ke dua di bawah Malaysia sebagai negara yang memiliki potensi wisata halal, untuk itu

Indonesia sebagai penduduknya yang mayoritas beragama islam harus lebih konsisten dalam mengembangkan wisata halalnya. Hal tersebut sudah tercantum pada diagram di bawah.

10 Destinasi Wisata Halal Terbaik di Dunia Versi Global Muslim Travel Index (GMTI) 2022



katadata.co.id

databoks

Hasil dari data di atas Peningkatan jumlah wisatawan muslim di indonesia akan memicu tumbuhnya tempat wisata di berbagai daerah yang memiliki potensi alam dan kebudayaan, salah satunya adalah kabupaten Pasuruan, pasuruan adalah salah satu daerah di Jawa Timur, Indonesia yang memiliki potensi wisata halal yang menarik. Wisata halal adalah konsep wisata yang berkaitan dengan kepatuhan pada prinsip-prinsip syariah Islam dalam segala aspek wisata, mulai dari penginapan, makanan, hiburan, hingga aktivitas yang dilakukan, Hal ini menjadikan Pasuruan sebagai destinasi wisata yang menarik bagi wisatawan yang memperhatikan aspek kehalalan dalam berwisata.

Dengan istilah yang di miliki oleh kabupaten pasuruan sebagai kota santri, dan di sesuaikan dengan karakteristik masyarakat kabupaten pasuruan yang rata-rata gemar terhadap tempat yang berindikasi religi akan menjadikan peluang atau kesempatan bagi para pengusaha wisata untuk mendirikan wisata berbasis halal dan berpotensi menarik kepercayaan serta minat berkunjung para wisatawan.

Dari berbagai macam karakteristik wisatawan dalam memilih wisata yang sesuai dengan kebutuhan mereka, permintaan atas kebutuhan wisatawan semakin meningkat terutama dalam segi atribut halal, hal tersebut di pertimbangkan oleh wisatawan karena menjadi faktor kenyamanan wisatawan saat berkunjung ke pariwisata dengan tanpa menghawatirkan ibadah dan kegiatan agama yang lain, *Halal destination attributes* dan *halal-friendly attributes* dapat membantu destinasi pariwisata untuk menarik lebih banyak wisatawan Muslim, sehingga dapat meningkatkan pendapatan pariwisata dan mengembangkan industri pariwisata yang lebih inklusif dan berkelanjutan.

Halal destination attributes dapat disebut sebagai komponen-komponen dalam destinasi wisata halal yang memiliki ketergantungan satu sama lain dan akan membentuk suatu pengalaman bagi wisatawan (Mill dan Morrison, 2013), Menurut Salleh, et al. (2019). *Halal friendly attributes* adalah sifat-sifat yang dimiliki oleh produk atau layanan yang memastikan kehalalannya dan memenuhi kebutuhan konsumen Muslim. Sementara itu, menurut Nordin et al. (2018), *halal friendly attributes* meliputi sifat-sifat yang menjadikan produk atau layanan ramah terhadap prinsip halal, seperti bahan baku halal, label halal, dan layanan halal. Kepercayaan menurut Kotler & Keller, (2018) menjelaskan bahwa kepercayaan berhubungan

dengan keyakinan tentang benar atau salahnya sesuatu berdasarkan bukti, sugesti, pengalaman, dan intuisi konsumen. Kepercayaan merupakan aspek yang dapat memotivasi wisatawan untuk memutuskan membeli jasa pariwisata (Suprihatin, 2020). Minat berkunjung pada dasarnya adalah perasaan ingin mengunjungi akan suatu tempat yang menarik untuk dikunjungi. Kotler dan Keller (2014), menambahkan bahwa minat berkunjung merupakan tindakan konsumen dalam memilih atau memutuskan berkunjung pada suatu obyek wisata berdasarkan pada pengalaman dalam berwisata.

Dalam konteks wisata halal, terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi keputusan wisatawan untuk memilih sebuah destinasi wisata halal. Dalam penelitian ini, yaitu mengacu pada *Halal Destination Attributes* dan *Halal Friendly Attributes*. *Halal Destination Attributes* mengacu pada keberadaan fasilitas pola lingkungan yang halal, seperti makanan halal dan fasilitas sholat. Sementara *Halal Friendly Attributes* mengacu pada kondisi sosial dan budaya yang ramah terhadap wisatawan muslim, seperti toleransi terhadap pemakaian pakaian muslimah.

Berdasarkan penelitian terdahulu oleh (Naily El Muna, Watisatul Karlina 2020) menyebutkan bahwa *Halal Destination Attributes* berpengaruh terhadap Kepercayaan, hal ini sesuai dengan penelitian yang dilakukan oleh (Nor Asiah Omar, Nor Akma Yusuf, dan Norazah Mohd Suki 2018) menyatakan bahwa *Halal Friendly Attributes* berpengaruh positif signifikan terhadap Kepercayaan. Dan pada hasil penelitian (Dede Muksin Lubis 2022) menyebutkan *Halal Friendly Attributes* berpengaruh positif terhadap minat berkunjung seperti pada penelitian yang dilakukan oleh (Dede Muksin Lubis pada tahun 2022) begitupun juga *Halal*

Destination Attributes memiliki dampak positif terhadap Minat Berkunjung yang sesuai dengan penelitian (Sukma Irdiana, Kurniawan Yunus Ariyono, Kusnanto Drmawan 2021) dan kepercayaan dapat mempengaruhi minat berkunjung yang di kemukakan pada penelitian (Syahbuddin Miskan 2019). Yang artinya Kepercayaan sebagai mediasi yang berorientasi untuk menumbuhkan Minat Berkunjung wisatawan. Oleh sebab itu penulis ingin mengkaji ulang tentang *Halal Destination Attributes*, *Halal Friendly Attributes* terhadap kepercayaan melalui minat berkunjung, dan juga penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang bermanfaat dalam meningkatkan wisata halal di kabupaten pasuruan.

Penulis melakukan penelitian ini karena ingin melihat seberapa berpotensi label santri pada kabupaten pasuruan terhadap kepercayaan dan minat berkunjung Masyarakat kabupaten pasuruan dengan atribut halal dan atribut ramah halal sebagai fasilitas yang di sediakan oleh sebuah wisata.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, penulis ingin mengetahui lebih jauh apakah *Halal Destination Attributes* dan *Halal Friendly Attributes* berpengaruh terhadap Minat Berkunjung melalui Kepercayaan survey pada masyarakat kabupaten Pasuruan. Untuk itu penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul: **PENGARUH HALAL DESTINATION ATTRIBUTES, HALAL FRIENDLY ATTRIBUTES TERHADAP MINAT BERKUNJUNG MELALUI KEPERCAYAAN SEBAGAI VARIABEL INTERVENING (SURVEY PADA MASYARAKAT KABUPATEN PASURUAN)**

1.2. Rumusan Masalah

Untuk identifikasi masalah, dapat dikemukakan beberapa pertanyaan yang dapat dijawab melalui penelitian ini, seperti :

1. Apakah *Halal Destination Attributes* memiliki pengaruh terhadap Minat Berkunjung?
2. Apakah *Halal Friendly Attributes* memiliki pengaruh terhadap Minat Berkunjung?
3. Apakah *Halal Destination Attributes* memiliki pengaruh terhadap Kepercayaan?
4. Apakah *Halal Friendly Attributes* memiliki pengaruh terhadap Kepercayaan?
5. Apakah Minat Berkunjung memiliki pengaruh terhadap Kepercayaan?
6. Apakah *Halal Destination Attributes* memiliki pengaruh terhadap Minat Berkunjung melalui Kepercayaan?
7. Apakah *Halal Friendly Attributes* memiliki pengaruh terhadap Minat Berkunjung melalui Kepercayaan?

Penjelasan dari masing-masing pertanyaan tersebut akan menjadi bagian dari identifikasi masalah dalam latar belakang skripsi. Melalui pertanyaan-pertanyaan tersebut, dapat diketahui masalah yang akan diteliti dalam penelitian ini, yaitu pengaruh *Halal Destination Attributes*, *Halal Friendly Attributes* terhadap Kepercayaan melalui Minat Berkunjung sebagai variabel intervening.

1.3. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang diuraikan di atas, penelitian ini bertujuan untuk menguji:

1. Mengetahui pengaruh *Halal Destination Attributes* terhadap Minat Berkunjung.
2. Mengetahui pengaruh *Halal Friendly Attributes* terhadap Minat Berkunjung.
3. Mengetahui pengaruh *Halal Destination Attributes* terhadap Kepercayaan.
4. Mengetahui pengaruh *Halal Friendly Attributes* terhadap Kepercayaan.
5. Mengetahui pengaruh Minat Berkunjung terhadap Kepercayaan.
6. Mengetahui pengaruh *Halal Destination Attributes* terhadap Minat Berkunjung melalui Kepercayaan.
7. Mengetahui pengaruh *Halal Friendly Attributes* terhadap Minat Berkunjung melalui Kepercayaan.

1.4. Manfaat Penelitian

Manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini adalah sebagai berikut:

A. Manfaat Teoritis

Manfaat teoritis penelitian ini diharapkan dapat digunakan untuk menambah *literature* terkait dengan *Halal Destination Attributes*, *Halal Friendly Attributes*. Selain itu, penelitian ini nantinya diharapkan dapat digunakan sebagai sumber referensi bagi penelitian selanjutnya. Wisata halal dapat menjalankan model wisata yang baik dengan selalu memperhatikan lingkungan, Pelayanan, dan kehalalan atribut sehingga mencapai kinerja yang diharapkan. Hal ini dapat digunakan sebagai bahan evaluasi tempat wisata untuk menciptakan, memelihara, dan meningkatkan kepercayaan melalui minat berkunjung.

B. Manfaat Praktis

Adanya penelitian ini, diharapkan dapat memberikan informasi maupun sebagai masukan bagi karyawan, manajemen, dan pihak-pihak yang berkepentingan yang terlibat di suatu perusahaan. Informasi ini berkaitan dengan pentingnya terhadap kepedulian lingkungan yang lebih dan didukung oleh kondisi perusahaan yang menguntungkan dapat meningkatkan *Competitive Advantage*.